

Karina Frick

Liebeskommunikation über Facebook

Eine korpusbasierte Untersuchung
kommunikationstheoretischer und sprachlicher
Merkmale der Paar-Kommunikation auf Facebook

NETWORX

IMPRESSUM

Herausgeber	Dr. Jens Runkehl, Prof. Dr. Peter Schlobinski, Dr. Torsten Siever
Editorial-Board	Prof. Dr. Jannis Androutsopoulos (Universität Hamburg) für den Bereich Medienanalyse; Prof. Dr. Christa Dürscheid (Universität Zürich) für den Bereich Handysprache; Prof. Dr. Nina Janich (Technische Universität Darmstadt) für den Bereich Werbesprache; Prof. Dr. Ulrich Schmitz (Universität Essen) für den Bereich Websprache
ISSN	1619-1021
Anschrift	Niedersachsen: Universität Hannover, Deutsches Seminar, Königsworther Platz 1, 30167 Hannover Nordrhein-Westfalen: RWTH Aachen, Institut für Sprach- und Kommunikationswissenschaft, Eilfschornsteinstraße 15, 52062 Aachen Internet: www.mediensprache.net/network/ E-Mail: network@mediensprache.net

ZU DIESER ARBEIT

Autor & Titel	Karina Frick (2014). Liebeskommunikation über Facebook. Eine korpusbasierte Untersuchung kommunikationstheoretischer und sprachlicher Merkmale der Paar-Kommunikation auf Facebook.
Version	1.0 (2014-03-24)
Zitierweise	Karina Frick (2014). Liebeskommunikation über Facebook. Eine korpusbasierte Untersuchung kommunikationstheoretischer und sprachlicher Merkmale der Paar-Kommunikation auf Facebook. < http://www.mediensprache.net/network/network-65.pdf >. In: Networx. Nr. 65. ISSN: 1619-1021.
Zitiert nach	Runkehl, Jens und Torsten Siever (2001). Das Zitat im Internet. Ein Electronic Style Guide zum Publizieren, Bibliografieren und Zitieren. Hannover

MANUSKRIPTE

Einsendung	Die Einsendung von Beiträgen und Mitteilungen sind an folgende E-Mail-Adresse zu richten: network@mediensprache.net oder an die Postadresse: Dr. Jens Runkehl, Institut für Sprach- und Literaturwissenschaft der Technischen Universität Darmstadt, Hochschulstrasse 1, 64289 Darmstadt.
Autorenhinweis	Mit der Annahme des Manuskripts zur Veröffentlichung in der Schriftenreihe Networx räumt der Autor dem Projekt mediensprache.net das zeitlich, räumlich und inhaltlich unbeschränkte Nutzungsrecht ein. Dieses beinhaltet das Recht der Nutzung und Wiedergabe. Ein Recht auf Veröffentlichung besteht nicht.
Begutachtung	Die Begutachtung eingesandter Beiträge wird von den Herausgebern sowie den Vertretern des Editorial Board vorgenommen.

Networx

ist die Online-Schriftenreihe des Projekts [mediensprache.net](http://www.mediensprache.net). Die Reihe ist eine eingetragene Publikation beim Nationalen ISSN-Zentrum der Deutschen Bibliothek in Frankfurt am Main.

Einsenden?

Möchten Sie eine eigene Arbeit in der Networx-Reihe veröffentlichen? Dann senden Sie uns Ihren Text an folgende E-Mail-Adresse: network@mediensprache.net oder per Snail-Mail an: Dr. Jens Runkehl, Institut für Sprach- und Literaturwissenschaft, Hochschulstrasse 1, 64289 Darmstadt

Homepage:

Alle Arbeiten der Networx-Reihe sind kostenlos im Internet downloadbar unter:

<http://www.mediensprache.net/network/>

Copyright

© Projekt [mediensprache.net](http://www.mediensprache.net)
Die Publikationsreihe Networx sowie alle in ihr veröffentlichten Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne ausdrückliche Zustimmung des Projekts [mediensprache.net](http://www.mediensprache.net) unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Informationsstand

Stand der hier angegebenen Informationen – soweit nicht anders vermerkt ist: **August 2008**

1	EINLEITUNG	5
1.1	UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND UND FRAGESTELLUNG	5
1.2	HYPOTHESEN UND AUFBAU	7
2	THEORETISCHE GRUNDLAGEN	8
2.1	THEORIE ZUR LIEBESKOMMUNIKATION	8
2.1.1	<i>Liebe als Kommunikationsinhalt</i>	8
2.1.2	<i>Liebeskommunikation im Wandel</i>	9
2.2	FORSCHUNGSSTAND	10
2.2.1	<i>Zur Terminologie</i>	10
2.2.2	<i>Kommunikationsformen und kommunikative Gattungen</i>	12
2.2.3	<i>Merkmale internetbasierter Kommunikation</i>	12
2.2.4	<i>Facebook als Untersuchungsgegenstand</i>	14
2.2.5	<i>Exkurs: Dialektales Korpus</i>	15
3	DATENGRUNDLAGE	17
3.1	DAS FACEBOOK-KORPUS	17
3.1.1	<i>Die Daten</i>	17
3.1.2	<i>Zusammenstellung und Auswertung</i>	18
3.2	SOZIALE NETZWERKSEITEN	19
3.2.1	<i>Facebook</i>	20
3.2.2	<i>Nutzungsmotive</i>	21
3.3	KOMMUNIKATIONSTHEORETISCHE ASPEKTE	22
3.3.1	<i>Merkmale der Kommunikationsformen</i>	22
3.3.1.1	<i>Kommunikationsform Pinnwand-Posting</i>	23
3.3.1.2	<i>Kommunikationsform Statusmeldung</i>	25
3.3.1.3	<i>Reaktionsform Kommentar</i>	26
3.3.1.4	<i>Bewertungsfunktion »Like-Button«</i>	26
3.3.2	<i>Öffentlichkeitsdimensionen</i>	27
4	ANALYSE	30
4.1	VORKOMMEN UND MOTIVE	30
4.1.1	<i>Beziehungsmuster auf Facebook</i>	30
4.1.2	<i>Vorkommen von Beziehungskommunikation</i>	31

4.1.3	<i>Motive für Beziehungskommunikation</i>	32
4.2	METAKOMMUNIKATION	33
4.2.1	<i>Der Beziehungsstatus</i>	34
4.2.2	<i>Komentierung des Beziehungsstatus</i>	35
4.3	MERKMALE PARTNERSCHAFTLICHER LIEBESKOMMUNIKATION.....	37
4.3.1	<i>Lexikalische Elemente</i>	37
4.3.1.1	Kosenamen und Bezeichnungen	37
4.3.1.2	Liebeserklärungen	39
4.3.1.3	Entzückensinterjektionen.....	41
4.3.1.4	Allgemeiner Sprachduktus	42
4.3.2	<i>Thematische Elemente</i>	44
4.3.2.1	Thematisierung von Emotionen	45
4.3.2.2	Partnerdarstellung	47
4.3.2.3	Beziehungsdarstellung	48
4.3.2.4	Besondere Topoi	49
4.3.3	<i>Graphostilistische Elemente</i>	51
4.3.3.1	Definition Graphostilistik	51
4.3.3.2	Herzchen-Gebrauch	52
4.3.3.3	Weitere graphostilistische Mittel.....	56
4.3.4	<i>Multimodale Elemente</i>	58
4.3.4.1	Multimodalität: Text – Bild – Ton.....	58
4.3.4.2	Visuelle Ebene: Bilder und Fotos.....	59
4.3.4.3	Lautliche Ebene: Sprache und Ton	61
4.4	FAZIT	62
4.4.1	<i>Bemerkungen von Drittpersonen</i>	63
4.4.2	<i>Bezug zur Kommunikationsplattform Facebook</i>	65
5	FAZIT UND AUSBLICK	67
6	LITERATURVERZEICHNIS	68
7	ABBILDUNGS- UND TABELLENVERZEICHNIS	73
7.1	ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	73
7.2	TABELLENVERZEICHNIS.....	73

1 Einleitung

1.1 Untersuchungsgegenstand und Fragestellung

Die Auseinandersetzung mit dem Thema Liebe steht in enger Verbindung zur Sprache. Dementsprechend weist Leisi (1993: 7) darauf hin, dass die Sprache für den Erhalt einer Paarbeziehung unentbehrlich ist und diesbezügliche Störungen im schlimmsten Fall gar zum Abbruch führen können. Damit stehen Sprache und Liebesbeziehung in einem wechselseitigen Abhängigkeitsverhältnis und beeinflussen sich gegenseitig. Es ist dieser Umstand, der die Liebeskommunikation zu einem besonders interessanten sprachwissenschaftlichen Untersuchungsgegenstand macht. Dabei gilt, dass die partnerschaftliche Verständigung weit über die Übermittlung sprachlicher oder für das Verständnis relevanter Information hinausgeht (vgl. Leisi 1993: 111-115) und Inhaltliches immer mit einem emotional bedingten Beziehungsaspekt zusammenfällt (vgl. Adamzik 1994: 357). Die Aufgabe von Liebeskommunikation besteht demnach darin, Gefühle nicht nur abzubilden, sondern so zu übermitteln, dass die Nachricht performativ umgesetzt selbst zum »Zeichen für die Liebe« und zur »Bestätigung der Liebesbotschaft in sich« wird (Wyss 2006: 44).

Aus linguistischer Perspektive stellt sich nun die Frage, welche sprachlichen Mittel zur Erfüllung dieser Aufgabe verwendet werden – eine Frage, die vor allem im Hinblick auf die kommunikative Gattung »Liebesbrief« bereits mehrfach untersucht wurde.¹ Diese eher klassische partnerschaftliche Austauschform ist zwischenzeitlich in vielfältige andere Gestalten transformiert worden und gerade die neuen Medien verleihen dem Thema Liebe eine neue Aktualität.² Das manifestiert sich unter anderem in der Zunahme medial vermittelter Paarkommunikation sowie der steigenden Bereitschaft, die eigene Liebesgeschichte in einer Online-Umgebung vor einem wie auch immer gearteten Publikum zu erzählen (Döring 2003: 259). Der digitale Schreibkontext begünstigt dabei neue Formen der Liebeskommunikation, wie das folgende Beispiel aus dem der Untersuchung zugrundeliegende, dialektalen Facebook-Korpus zeigt:

¹ Vgl. dazu etwa Wyss (2006) oder Ortner (1996).

² Imo (2012) setzt sich beispielsweise mit der Liebeskommunikation in deutschen und chinesischen SMS auseinander.



Abbildung 1

Dieses Liebesbekenntnis einer Facebook-Nutzerin an ihren Partner³ belegt die digitalen grafischen Möglichkeiten, welche die mediale Verlagerung der Liebeskommunikation mit sich bringt. Die spezifische Anordnung von Linien und Punkten auf der Gestaltungsfläche ergibt als Gesamtbild »I love you«. Ein typografisch realisiertes »forever« verstärkt die Botschaft um den Faktor Dauer, wobei die Herzchen (vgl. Kap. 4.3.3.2) die Nachricht gleichzeitig symbolisch kontextualisieren. Die Musiknoten verweisen ihrerseits indexikalisch auf eine akustische Modalität, die im Rahmen webbasierter Kommunikation nicht nur wie hier visuell, sondern auch durch die tatsächliche Einbindung von Ton umgesetzt werden kann.

Die Besonderheiten der Online-Liebeskommunikation liegt aber nicht nur in deren sprachlichen Realisierungsoptionen, sondern auch in den zugrundeliegenden Kommunikationsbedingungen. Deshalb ist angesichts der Tatsache, dass eine Liebesbotschaft auf Facebook je nach Einstellung auch für die jeweiligen Netzwerkmitglieder der Verfasser⁴ und ihrer Adressaten rezipierbar ist, nach den vorherrschenden Öffentlichkeitsdimensionen zu fragen. Diese stehen in einem Spannungsverhältnis zur ausgeprägten Privatheit des Kommunikationsinhaltes, wodurch die Liebeskommunikation zu einem interessanten linguistischen Untersuchungsgegenstand wird: Gerade weil sie »[...] im Sinne der reinen Liebe [...] willen idealisiert und mit der Aura des Privatest-Intimsten umgeben [...]« (Auer 1988: 29) und dennoch auf konventionalisierte sprachliche Formeln angewiesen ist, reflektiert sie eine spezifische Verflechtung von privatem Inhalt mit öffentlichem Sprachgebrauch.

³ Die Kommunikationsrichtung ist an der obersten Zeile der Abbildung ablesbar. Zur Gewährleistung der Anonymität werden die Personen lediglich mit ihrem Geschlecht (W oder M) und einer Nummer angezeigt. Die Nummerierung erfolgt nach der Reihenfolge der Bearbeitung.

⁴ Einer einfachen Lesbarkeit halber wird in dieser Arbeit das generische Maskulin verwendet. Weibliche Personen sind dabei selbstverständlich immer mitgedacht.

1.2 Hypothesen und Aufbau

Online praktizierte Liebeskommunikation ist also – so die zentrale These – nicht mehr nur über Inhalt und Form, sondern auch über die Umgebung definiert, in der sie stattfindet und durch die sie wesentlich (mit)konstituiert wird. Das betrifft insbesondere das Vorhandensein potenzieller Rezipienten, die im Rahmen verschiedener Beteiligungsmöglichkeiten der Botschaft einen Mehrwert zu verleihen in der Lage sind. Indem die so genannten Facebook-Freunde an der Liebeskommunikation teilhaben und diese gar bewerten (können), erlangt der Nachrichtenaustausch eine gesteigerte Bedeutung und Verbindlichkeit. Gerade in einer Umgebung, die von einem nahezu inflationären Gebrauch von Herzchen, »überschwänglichen Sympathiebekundungen« (Brommer/Dürscheid 2012: 291) oder exzessiv zur Schau gestellten Freundschaftsbeziehungen (vgl. Dürscheid/Brommer 2013: 33) geprägt ist, scheint dieser partnerschaftliche Austausch auf zusätzliche Bedeutungskomponenten angewiesen zu sein. Daran anschließend ist im Rahmen der Analyse auch der Frage nachzugehen, inwiefern unter diesen Umständen Liebeskommunikation und freundschaftliche Nähekommunikation überhaupt noch voneinander abgrenzbar sind. Der Fokus der Untersuchung liegt daneben vor allem auf der Bedeutungskonstitution durch die Ausnutzung der plattformeigenen Angebote einerseits und der metakommunikativen Beschäftigung damit andererseits.

Zunächst folgen jedoch einige theoretische Grundlagen zur Liebeskommunikation (2.1 Theorie zur Liebeskommunikation) und methodische Erläuterungen der Analyseinstrumente (2.2 Forschungsstand). Anschließend sind die Voraussetzungen der Analyse zu klären, indem zunächst das Korpus (3.1 Das Facebook-Korpus) sowie das soziale Netzwerk Facebook (3.1 Das Facebook-Korpus) vorgestellt werden und Letzteres danach auf seine kommunikationstheoretischen Aspekte hin befragt wird (3.3 Kommunikationstheoretische Aspekte). Die Analyse gliedert sich in vier Teile, wobei sich der erste mit Vorkommen und Motiven (4.1 Vorkommen und Motive) und der zweite mit den metakommunikativen Ausprägungen der Facebook-Liebeskommunikation befasst (4.2 Metakommunikation). Im dritten Teil geht es um deren sprachliche Merkmale (4.3 Merkmale partnerschaftlicher Liebeskommunikation), die anhand der Kategorien Lexik, Thema, Graphostilistik und Multimodalität untersucht werden. Der letzte Teil fasst schließlich die gewonnenen Ergebnisse und Einsichten unter der Berücksichtigung der Kommunikationsbedingungen zusammen (4.4 Fazit).

2 Theoretische Grundlagen

2.1 Theorie zur Liebeskommunikation

Die Durchführung einer Merkmalsanalyse bedarf zunächst eines theoretischen Fundaments, das sich mit der Frage danach auseinandersetzt, was der Begriff »Liebe« überhaupt bedeutet und wie die Thematik einzuordnen ist. Nach einem kurzen begriffsdefinitiven Abschnitt beschäftigt sich dieses Kapitel daher mit verschiedenen funktionalen und formalen Aspekten der Liebeskommunikation. Anschließend geht es um die veränderten Bedingungen des partnerschaftlichen Austausches in den neuen Medien, die sich auf die spezifischen Anwendungs- und Realisierungsmöglichkeiten auswirken.

2.1.1 Liebe als Kommunikationsinhalt

»Liebe« zu definieren ist kein einfaches Unterfangen und läuft im Grunde genommen der Logik des Begriffs selbst zuwider: Dieser soll ein als subjektiv empfundenenes Gefühl reflektieren, das durch die Versprachlichung aber verallgemeinert und verfälscht werden kann (vgl. Auer 1988: 28). Dennoch gibt es übergreifende Anhaltspunkte, anhand derer das Phänomen »Liebe« genauer gefasst werden kann. Im Online-Wörterbuch des Dudens (vgl. Duden 2013) wird unter dem Stichwort Liebe die folgende Definition aufgeführt:

- a. starkes Gefühl des Hingezogeneins; starke, im Gefühl begründete Zuneigung zu einem [nahestehenden] Menschen
- b. auf starker körperlicher, geistiger, seelischer Anziehung beruhende Bindung an einen bestimmten Menschen [...], verbunden mit dem Wunsch nach Zusammensein, Hingabe o.Ä.

Im Mittelpunkt dieser Definition steht das Gefühl der Anziehung, das die (passive) Beteiligung eines zweiten Lebewesens impliziert. Auch Wyss (2002: 60) spricht von einem »[...] Konglomerat von Gefühlen unterschiedlichster Intensität und Ausprägung [...]« und zählt auch die metonymische Bezeichnung des Partners bzw. der Beziehung zu ihm dazu. Eine prototypische Beziehung ist durch die drei Faktoren Intimität, Leidenschaft und Verbindlichkeit bestimmt (vgl. Döring 2003: 236). Der

erstgenannte verweist zugleich darauf, dass Liebe und die partnerschaftliche Beziehung – sowie damit einhergehende Sachverhalte wie Sexualität oder Familie – grundsätzlich als private Themen zu werten sind (vgl. Dahinden 2008: 80).⁵

Liebeskommunikation ist damit sprachlicher Ausdruck einer durch Liebe verbundenen partnerschaftlichen Beziehung, die fortlaufend konstruiert und weitergeführt wird. Der dabei etablierte gemeinsame Kommunikationsraum ist Außenstehenden immer nur beschränkt zugänglich und schlägt sich etwa in der Verwendung einer spezifischen Paarsprache⁶ nieder. Als Privatcode erlaubt sie die Abgrenzung nach außen und einen »Moment der Geheimhaltung«, der seinerseits nach innen beziehungsstabilisierend wirkt (vgl. Leisi 1993: 36). Liebeskommunikation leistet demnach weit mehr als die gegenseitige Versicherung eines affektiv bedingten Zustands: In ihrer Funktion als Beziehungsarbeit ist sie immer mit bestimmten Rollenerwartungen und gegenseitigen Forderungen verbunden (vgl. Auer 1988: 18).

Aus handlungspraktischer Perspektive ist das schriftliche Abfassen von Liebesbotschaften als *Liebessprachhandlung* stets Ausdruck einer kulturell und diskursiv geprägten Praxis, die über individuelle Empfindungen hinausgeht und somit den Versuch verunmöglicht, diese als einzigartig festzuschreiben (vgl. Wyss 2002: 60-62). Entsprechend ist Liebeskommunikation trotz ihres Bestrebens, das individuell empfundene Gefühl möglichst authentisch und originell zu übermitteln, charakterisiert durch eine spezifische Formel- und Zitathaftigkeit (vgl. Wyss 2006: 10). Inwiefern nun Mediatisierung der Kommunikation neue Bedingungen für den partnerschaftlichen Austausch schafft und möglicherweise der stereotypen Wiederholung entgegenzuwirken vermag, wird im folgenden Abschnitt geklärt.

2.1.2 Liebeskommunikation im Wandel

Bereits in den 80er Jahren zeichnet sich ein grundsätzlicher Wandel in der Liebeskommunikation ab (vgl. Auer 1988: 26). Empfindungen werden im Zuge dessen direkt und ehrlich ausgesprochen und das Bedürfnis dazu auf einer metakommunikativen Ebene thematisiert. Der Wunsch nach Gefühlsäußerung geht dabei mitunter auch über die Wahrung des eigenen Gesichts hinaus. Im Hinblick auf die Liebeskommunikation in den neuen Medien verstärkt sich diese Tendenz gar um

⁵ Eine einheitliche wissenschaftliche Definition des Terminus Privatheit ist bis anhin ein Desiderat. Landert/Jucker (2011: 1427) schlagen etwa vor, Privatheit anhand der Anzahl an einem Thema involvierter Personen zu bestimmen: Je kleiner dabei die betroffene Personengruppe, desto privater das Thema. Die Privatheit eines Inhalts hängt zudem von weiteren kontextuellen – historischen, sozialen und kulturellen – Faktoren ab (vgl. Dürscheid 2007: 31 und Fux 2008: 63) und nicht zuletzt auch von Medium und Kommunikationsform.

⁶ Diese zeichnet sich gemäß Leisi (1993: 35f.) vor allem durch lexikalische Elemente aus, indem Wörter und Wendungen vom Paar umgedeutet und mit neuen Konnotationen versehen werden.

den Faktor »Publikum«: Gibt ein Nutzer seine Empfindungen auf Facebook preis, offenbart er sein Gesicht nicht mehr nur gegenüber dem Partner, sondern auch gegenüber anderen Netzwerkmitgliedern. Diese haben aufgrund der zur Verfügung gestellten technischen Infrastruktur die Möglichkeit, die liebeskommunikativen Äußerungen des Nutzers zu kommentieren und zu bewerten, womit sie eine zusätzliche Quelle für potenzielle Gesichtsbedrohung (oder Bestätigung) darstellen. Liebeskommunikation dehnt sich also im Rahmen von Facebook von einer Eins-zu-eins- zu einer Eins-zu-viele-Kommunikation aus und verliert damit auch einen Teil ihres privaten Charakters. Diese Entwicklung entspricht einer prominent gewordenen These, die davon ausgeht, dass das Private im Sinne einer »Privatisierung des Öffentlichen« (Imhof/Schulz 1998: 11) in die mediale Öffentlichkeit Einzug gehalten hat. Dabei vereinfacht das Internet die Möglichkeit zur privaten Kommunikation in der Öffentlichkeit maßgeblich (vgl. Dürscheid 2007: 39). Die technischen Möglichkeiten der internetbasierten Kommunikation beeinflussen ihrerseits die Bedingungen und die sprachliche Gestalt von Liebesbotschaften insofern, als ihr durch Tastatur, Bildschirm und Netzverbindung vollkommen andere Produktions- und Rezeptionsbedingungen zu Grunde liegen als etwa dem Liebesbrief.

Daran anschließend ergeben sich für die nachfolgende Analyse verschiedene Fragen: Wie wird die mediale Verlagerung der Kommunikation thematisiert und sprachlich umgesetzt? Inwiefern kann die Verwendung von neuen Kommunikationskanälen wie Facebook die zuvor konstatierte Formelhaftigkeit der Liebeskommunikation aufbrechen und so der Verhaftung in der sich fortwährend zitierenden Tradition entgegenwirken? Wie wird der Austausch von als privat geltenden Liebesbotschaften in der (teil-)öffentlichen Facebook-Umgebung durch die Zugang besitzenden Nutzer bewertet?

2.2 Forschungsstand

2.2.1 Zur Terminologie

Nachdem weiter oben bereits die Rede von den »neuen Medien«⁷ war, geht es im Folgenden zunächst darum, diesen und weitere medienlinguistische Termini und Konzepte zu klären. Tatsache ist, dass Kommunikation sich einer zunehmenden Technisierung gegenüber sieht, wozu in jüngerer Zeit insbesondere der vernetzte Computer als »semiotische Universalmaschine« beigetragen hat (vgl. Schmitz 2010: 384-389). Durch die Vereinigung von Produktion, Distribution und Rezeption erhöht

⁷ In Anlehnung an Dürscheid (2007: 23) wird hier von einem technischen Medienbegriff ausgegangen, der danach fragt, welche technischen Hilfsmittel zur Übertragung von Sprachzeichen notwendig sind.

dieser die Kommunikationsgeschwindigkeit erheblich und erlaubt die Übermittlung schriftlicher Botschaften innerhalb von Sekunden (vgl. Dürscheid 2004: 150). Ständige technische Weiterentwicklungen beeinflussen die in den neuen Medien stattfindende Kommunikation und die damit zusammenhängenden sprachlichen Handlungsformen (vgl. Moraldo 2010: 19).

Im Zuge dessen hat sich die linguistische Forschung der vergangenen Jahre immer wieder mit terminologischen Fragen beschäftigt und sich um eine übergreifende Bezeichnung für die neuen kommunikativen Bedingungen bemüht. Baron (2008: 11f.) kritisiert etwa den in den 80er Jahren begründeten Begriff »computer-mediated communication« (CMC) als nicht mehr angemessen angesichts der kommunikativen Komplexität, die sich unter anderem im rasant ansteigenden Gebrauch von Smartphones⁸ niederschlägt. Sie schlägt stattdessen den Terminus »electronically mediated communication« (EMC) vor, der neben dem Computer auch andere elektronische Medien mit einbezieht. Ähnlich funktioniert Crystals (2011: 2) Begriff »digitally mediated communication« (DMC), den der Autor in den größeren Rahmen der »Internet linguistics« stellt. Die Liste der vorgeschlagenen Bezeichnungen ließe sich erweitern – eine entsprechende Übersicht dazu findet sich etwa bei Jucker/Dürscheid (2012), die sich mit den Vor- und Nachteilen der einzelnen Termini auseinandersetzen. Letzten Endes steht unabhängig von der gewählten Terminologie stets das Ziel im Vordergrund, die Aus- und Wechselwirkungen zwischen den medialen Voraussetzungen und der verwendeten Sprache zu untersuchen. Der Sprachgebrauch in den neuen Medien hängt sowohl von technischen als auch von situativen Eigenheiten der jeweiligen Kommunikationsformen ab und bestimmt diese im Umkehrschluss auch mit (vgl. Herring 2007: 7). Eine angemessene Beschreibung sprachlicher Phänomene bedarf also vorgängig der Klärung der mit der Kommunikationsform verbundenen Bedingungen.

In der vorliegenden Arbeit greife ich vorwiegend auf den Terminus »internetbasierte Kommunikation« (Beißwenger 2007) zurück. Er ist deshalb geeignet, weil er zum einen auf die der Kommunikation zugrundeliegende technisch-mediale Voraussetzung – das Internet – fokussiert und die dafür erforderliche Digitalität berücksichtigt. Zum anderen ist der Begriff nicht einem bestimmten Medium vorbehalten und erfasst den Computer ebenso wie das Smartphone.

Die terminologische Diskussion zeugt gleichzeitig von einer weiteren Schwierigkeit der sprachwissenschaftlichen Internetforschung: »Linguistic studies of the Internet always run the risk of being out of date as soon as they are written« (Crystal 2011: 11). Die unten vorgestellten Analyseergebnisse können daher immer nur

⁸ Eine Studie von [comparis.ch](http://www.comparis.ch) zeigt auf, dass per Januar 2013 rund 3.6 Millionen Schweizer ein Smartphone besitzen. Das entspricht einer Steigerung von 0.7 Millionen im Vergleich zum Vorjahreswert (<http://www.comparis.ch/comparis/press/sparnews/artikel/2013/02/smartphone-verbreitung-schweiz.aspx>).

Anhaltspunkte und Momentaufnahmen eines sich ständig im Wandel befindlichen sprachlichen Kontextes darstellen.

2.2.2 Kommunikationsformen und kommunikative Gattungen

Nachdem der Begriff »Kommunikationsform(en)« weiter oben bereits Verwendung fand, soll er im Folgenden expliziert werden: Darunter fallen »kommunikative Konstellationen«, die – mit oder ohne Hilfsmittel – als Rahmenbedingungen der Interaktion fungieren. Kommunikationsformen konstituieren sich über verschiedene äußere Merkmale: Dazu gehören unter anderem das Zeichensystem, die Anzahl an (aktiven oder potenziellen) Kommunikationspartnern, räumliche und zeitliche Dimensionen oder die Kommunikationsrichtung. Innerhalb dieser rahmengebenden Konstellationen können sich spezifische Handlungsmuster etablieren, die ihrerseits als »kommunikative Gattungen« bezeichnet werden. Als formalisierte Lösungsansätze bei kommunikativ bedingten Problemen bieten sie Orientierung hinsichtlich der Reaktionsangemessenheit in einer bestimmten Situation. Aus funktionaler Perspektive betrachtet sind kommunikative Gattungen den Textsorten ähnlich, unterscheiden sich jedoch im Hinblick darauf, dass bei Ersteren dialogische Kommunikation zugrunde liegt (vgl. Dürscheid 2005: 5-14).

Die zunächst naheliegende Annahme, zwischen Medium und Kommunikationsform bestehe eine Eins-zu-Eins-Entsprechung, trifft nicht zu. Die Kommunikationsform SMS kann beispielsweise sowohl über das klassische Handy wie auch den Computer oder das Smartphone versandt werden (vgl. Dürscheid/Brommer 2009: 8).⁹

2.2.3 Merkmale internetbasierter Kommunikation

Gegenstand der folgenden Ausführungen sind einerseits die zugrundeliegenden strukturellen Bedingungen der Kommunikationsformen internetbasierter Kommunikation und andererseits die damit unmittelbar zusammenhängenden sprachliche Merkmale.¹⁰

In Bezug auf Ersterer ist zunächst zu berücksichtigen, dass die schriftlichen Äußerungen über eine Tastatur generiert werden, deren Gebrauch Jucker/Dürscheid (2012: 41) zusammen mit der Rezeption über den Bildschirm als prototypische

⁹ Daraus ergibt sich die Frage, inwieweit sich beim Smartphone die Medien Handy und Computer überhaupt noch unterscheiden lassen. Jedenfalls wird an diesem Beispiel deutlich, dass sich Medien, Kommunikationsformen und die darin praktizierten kommunikativen Gattungen zunehmend vermischen und nicht mehr klar voneinander abgrenzen lassen.

¹⁰ Dazu existieren zwischenzeitlich zahlreiche linguistische Untersuchungen. Im deutschsprachigen Raum sind vor allem die Namen Androutsopoulos, Dürscheid und Schlobinski, Schmitz und Siever zu nennen. Im angelsächsischen Raum haben sich Baron, Thurlow/Mroczek und Crystal dem Thema angenommen.

Gemeinsamkeit der von ihnen als Keyborad-to-screen bezeichneten Kommunikation postulieren. Die Eingabe über die Tastatur schlägt sich auf das produzierte Sprachmaterial insofern nieder, als eine größere Flexibilität, schnelles Löschen, Korrigieren und Verschieben von Textteilen möglich werden – die Materialität so generierter Schriftlichkeit lässt demnach veränderte Textgestaltungsoptionen zu (vgl. Dürscheid/Brommer 2009: 5).

Zentral ist im Hinblick auf die Kommunikationsbedingungen zudem die potenzielle Speicherbarkeit einmal im Internet publizierter Äußerungen, die in der Regel für längere Zeit nachlesbar bleiben.¹¹ Das führt dazu, dass Aussagen nachgeprüft, belegt und über raumzeitliche Grenzen hinweg zitiert werden können. Dabei verstärkt sich die Tendenz zu einer »schriftbasierten Wechselseitigkeit«, die unabhängig von raumzeitlicher Kopräsenz dem Zweck dient, einen gemeinsamen Interaktionskontext aufrecht zu erhalten (vgl. Androutopoulos 2007: 75f.).

Neu ist vor allem die wechselseitig hohe Geschwindigkeit, mit der diese dauerhaften Kontexte erschaffen werden. Bei der Untersuchung internetbasierter Kommunikation gilt es daran anknüpfend weitere zeitliche Aspekte zu berücksichtigen. Darunter etwa den wesentlichen Faktor der Synchronie des Austausches, dem herkömmliche Modelle durch die rapide schriftbasierten Wechselseitigkeit nicht mehr gerecht werden (vgl. Jucker/Dürscheid 2012: 43). Zwischen der klassisch dichotomen Einteilung in synchrone (zeitgleiche) und asynchrone (zeitversetzte) Kommunikation hat sich im Rahmen der konstatierten Entwicklung eine weitere Stufe herausgebildet, die als »quasi-synchron« bezeichnet. Zur Bestimmung des jeweiligen Synchroniegrades einer Kommunikationsform ist neben dem Parameter Zeit auch der Interaktivitätsgrad einzubeziehen (vgl. Dürscheid 2004: 153-155).

In der Auseinandersetzung mit den strukturellen Rahmenbedingungen der internetbasierten Kommunikation ist außerdem das Verhältnis der beteiligten Kommunikationspartner im Hinblick auf Einbindungsgrad und Kommunikationsrichtung zu bestimmen. In der Analyse hat sich herausgestellt, dass dieses Verhältnis im Einzelfall teilweise nur schwer definierbar ist. Das liegt daran, dass sich die Grenzen zwischen Massen- und Individualkommunikation sowie Produzent und Rezipient in den vielschichtigen Kommunikationssystemen der internetbasierten Kommunikation zusehends verwischen (vgl. Hasebrink 2011: 191).

Im Hinblick auf die sprachlichen Merkmale internetbasierter Kommunikation fällt zunächst die grundlegende Schriftbasiertheit auf, die dem Schreiben als Tätigkeit sowohl qualitativ als auch quantitativ einen neuen Status verleiht (vgl. Kleinberger Günther/Spiegel 2006: 101). Die Schriftlichkeit wird dabei durch die Technisierung

¹¹ Zwar besteht auf Facebook die Möglichkeit, einmal verfasste Einträge wieder zu entfernen, tatsächlich gelöscht werden sie aber nicht: »Sämtliche Daten, die man aus einem Profil löscht, bleiben noch ein bestimmte Zeitspanne auf den Servern der Firma gespeichert« (Steinschaden 2010: 183).

nachhaltig verändert, wobei das »Funktionspotenzial der Schrift« ausgeweitet und so die Entstehung »digitaler Schreibstile« gefördert wird (Androutsopoulos 2007: 93f.).

Die linguistische Forschung hat diese veränderte Schriftlichkeit in den vergangenen Jahren anhand verschiedener theoretischer Ansätze zu fassen versucht. Dabei hat besonders das Modell von Koch/Oesterreicher (1985) Prominenz erlangt. Da es seither jedoch ebenso häufig rezipiert wie kritisiert¹² worden ist, wird an dieser Stelle auf eine Erläuterung verzichtet. Stattdessen wird im Folgenden das alternative Modell von Landert/Jucker (2010) kurz skizziert, das zwar ebenfalls auf dem Koch/Oesterreicher'schen Fundament aufbaut, den Fokus aber stärker auf die Kategorien »Öffentlichkeit« und »Privatheit« legt. Statt eine Korrelation zwischen Konzeptionalität und Nähe- bzw. Öffentlichkeitscharakter anzunehmen, gehen die Autoren von drei unabhängigen Skalen aus, in deren Kontinuum die sprachlichen Äußerungen je einzeln verortet werden. Bestimmt werden dabei erstens die Zugänglichkeit zu einem Kontext, der zwischen nicht-öffentlich (unzugänglich) und öffentlich (zugänglich) variiert. Auf der zweiten Achse erfolgt eine inhaltliche Bewertung nach der Privatheit des behandelten Themas,¹³ und schließlich werden die Äußerungen auf Merkmale der Nähe- und Distanzsprache hin untersucht. Diese können in Anlehnung an Koch/Oesterreicher (1985: 23) anhand unterschiedlicher Versprachlichungsstrategien eruiert werden, die sich unter anderem in der Informationsdichte, der Ungeplantheit, der Elaboriertheit oder der Komplexität der Äußerung niederschlagen. Neben solchen sprachlichen Markern sind bei der Untersuchung internetbasierter Kommunikation technische, soziale und situative Parameter sowie die Faktoren Medialität und Multimodalität miteinzubeziehen (vgl. Schmitz 2010: 384).

2.2.4 Facebook als Untersuchungsgegenstand

Zum Themenkomplex Facebook existiert mittlerweile – neben zahlreichen Zeitungsberichten – eine beachtliche Anzahl an Untersuchungen aus unterschiedlichen Forschungsdisziplinen. Das Spektrum reicht dabei von psychologischen über soziologische und wirtschaftliche bis hin zu populärwissenschaftlichen Studien. Die spezifisch linguistische Forschung dazu ist aber nach wie vor überschaubar. Im deutschsprachigen Raum sind dabei vor allem Dürscheid und Brommer (2012, 2013) zu nennen, die sich in ihren Aufsätzen einerseits mit allgemeinem sowie generationsspezifischem Sprachgebrauch auf Facebook auseinandersetzen und sich andererseits fragen, inwiefern diese Gegebenheiten sprachlichen Bedeutungswandel

¹² Eine ausführliche und fundierte Kritik bietet dazu das Kapitel in Bittner (2003: 65- 67). Auch Kleinberger Günther/Spiegel (2006: 114), Dürscheid/Brommer (2009: 14f.) sowie Androutsopoulos (2007: 79f.) u.a. setzen sich kritisch mit dem Modell auseinander.

¹³ Damit greift das Modell die Begriffsdefinition von Dürscheid (2007) auf, in der Öffentlichkeit auf die Zugänglichkeit und Privatheit auf den Kommunikationsinhalt bezogen werden.

auslösen können. In einem gemeinsamen Aufsatz entwickeln Jucker/Dürscheid (2012) an anderer Stelle einen terminologischen Rahmen für die internetbasierte Kommunikation, den sie im Anschluss anhand einer Fallstudie auf Facebook anwenden. Schließlich befassen sich auch Bolander/Locher (2010) aus sprachwissenschaftlicher Perspektive mit dem sozialen Netzwerk Facebook.

Daneben liegen Studien zu sozialen Netzwerkseiten im Allgemeinen vor, wobei in sprachwissenschaftlicher Hinsicht diejenige von Tuor (2009) wegbereitend war und noch immer ist. In ihrer Analyse vergleicht Tuor verschiedene soziale Netzwerke wie *Xing*, *Myspace* und Facebook auf kommunikationstheoretische, sozialpsychologische und soziolinguistische Aspekte hin. Sie kommt dabei zu dem Schluss, dass soziale Netzwerke nicht als eigene Kommunikationsform zu betrachten sind, sondern Gemeinsamkeiten zu anderen Formen internetbasierter Kommunikation – dabei vor allem der E-Mail – aufweisen. Schwencke (2012) legt ihrerseits den Fokus auf die inzwischen eingestellte Netzwerkseite *SchülerVZ*. Dabei setzt sie sich sowohl mit dem Sprachverhalten von Jugendlichen verschiedener Schulformen, als auch mit deren Nutzungskompetenzen im Hinblick auf ihr Online-Verhalten auseinander.

Im angelsächsischen Raum ist ebenfalls die Tendenz zu umfassenderen Studien zu beobachten, die sich nicht nur mit Facebook, sondern entweder sozialen Netzwerkseiten im Allgemeinen (boyd/Ellison 2007) oder generellen Formen internetbasierter Kommunikation (Herring 2007, 2011; Thurlow/Mroczek 2011) beschäftigen.

2.2.5 Exkurs: Dialektales Korpus

In der Einleitung ist bereits kurz darauf hingewiesen worden, dass der Untersuchung ein dialektales Korpus an Facebook-Screenshots zugrunde liegt. Deshalb wird im Folgenden die Frage erörtert, inwiefern die dialektale Schriftlichkeit sich von anderen, nicht-dialektalen sprachlichen Äußerungen im Internet unterscheidet.

Der geografische Raum, aus dem die Korpusauszüge stammen, ist im Fürstentum Liechtenstein verortet. Dort liegt ebenso wie in der Schweiz eine diglossische Situation vor, wobei die frühere mediale Bedingtheit der Code-Wahl inzwischen einer nahe- und distanzsprachlichen Unterscheidung gewichen ist (vgl. Dürscheid et al. 2010: 52). Das liegt auch daran, dass das vermehrte Schreiben in den neuen Medien einen gesteigerten schriftsprachlichen Dialektgebrauch zur Folge hat. Die Entscheidung für eine der beiden Varianten wird dabei jeweils aufgrund verschiedener Faktoren getroffen: So spielt bei der Wahl neben der Kommunikationssituation auch die Identitätsfrage eine zentrale Rolle, wie der folgende Ausschnitt aus dem Korpus verdeutlicht:

- 1) W8: »Warum gibt es bei dieser Sprachauswahl hier auf Fratzenbuch kein ›Liechtensteinisch‹, aber ›Schweizerdeutsch‹ sehr wohl? Ich fühle mich ein wenig diskriminiert. Jawohlja.«

Diese – bezeichnenderweise in Standardsprache verfasste – Statusmeldung von W8 betont nicht nur generell den zentralen Status des Dialekts auf Facebook, sondern weist gleichzeitig auf die identitätsstiftende Wirkung regionalsprachlicher Unterschiede hin. Zwar entsteht durch die standardsprachliche Verfasstheit des Statements ein ironischer Kontrast,¹⁴ der die Ernsthaftigkeit der behaupteten Diskriminierung in Frage stellt; dennoch manifestiert sich darin der Umstand, dass der Dialektgebrauch emotional besetzt ist und sowohl Nähe und Vertrautheit, also auch Spontaneität und Informalität vermittelt. Dadurch wird der Dialekt zum Kontextualisierungsmittel, mit dessen Hilfe Nähe angezeigt und inszeniert werden kann (vgl. Müller 2006: 68).

¹⁴ Ironisiert wird indes auch die Kommunikationsplattform Facebook selbst, indem sie als »Fratzenbuch« bezeichnet wird.

3 Datengrundlage

3.1 Das Facebook-Korpus

Das Kapitel setzt sich mit dem Datenmaterial auseinander, das der Analyse zugrunde liegt. In einem ersten Schritt wird das Korpus vorgestellt und mit den notwendigen Metadaten versehen. Die anschließenden Abschnitte geben Aufschluss darüber, nach welcher Methode die Daten zusammengestellt und schließlich ausgewertet worden sind. Vorab sind jedoch noch die Kürzel zu erläutern, mit denen in den Screenshot-Ausschnitten die Original-Namen ersetzt worden sind. In der Einleitung ist bereits darauf hingewiesen worden, dass die Buchstaben das Geschlecht bezeichnen, während die Ziffern für je unterschiedliche Personen bzw. Personengruppen in ungeordneter Reihenfolge stehen. Nutzer, die am selben Kommunikationsstrang beteiligt sind, tragen zur Anzeige der Zusammengehörigkeit dieselbe Nummer. Die Liebespartner sind im Falle einer solchen Mehrpersonen-Kommunikation stets daran zu erkennen, dass sie lediglich Buchstabe und Ziffer, die anderen Nutzer hingegen zusätzlich eine Minuskel (vgl. z.B.: M9a, M9b) aufweisen.

3.1.1 Die Daten

Das zu analysierende Facebook-Korpus umfasst insgesamt 81 Screenshots mit liebeskommunikativen Äußerungen zwischen drei Liebespaaren in einen Zeitraum von knapp neun Monaten. Der erste Auszug datiert von September 2010, der letzte Anfang Juni 2011. Die nachfolgende Tabelle erlaubt einen Überblick darüber, wie rege die jeweiligen Paare ihre Liebeskommunikation auf Facebook praktiziert haben. Dabei wird deutlich, wie unterschiedlich die Menge an ausgetauschten liebeskommunikativen Äußerungen zwischen den einzelnen Paaren über einen ähnlich langen Zeitraum ist. Das lässt darauf schließen, dass die Art und Weise des partnerschaftlichen Austausches jeweils von paareigenen Charakteristika – nicht nur in quantitativer Hinsicht – geprägt ist:

	frühester	spätester	Anzahl gesamt
Paar 1	11.09.2010	22.05.2011	28
Paar 9	10.09.2010	18.05.2011	49
Paar 10	09.09.2011	04.06.2011	4

Tabelle 1

Diese 81 anonymisierten Screenshots werden in den nachfolgenden Abschnitten daraufhin untersucht, inwiefern die Liebeskommunikation über Facebook spezifische sprachliche Muster ausbildet und wo sie an gängige liebeskommunikative Konzepte anknüpft. Neben den Paar-Screenshots sind auch immer wieder exemplarische und der Illustration dienende Auszüge aus Facebook abgebildet oder zitiert, die jedoch insofern nicht zum Facebook-Korpus zählen, als sie keine Liebesbotschaften beinhalten.

3.1.2 Zusammenstellung und Auswertung

Die Zusammenstellung des Korpus ist nach einem inhaltlichen Leitfaden erfolgt. Dafür sind zunächst wahllos Inhalte zum Thema Liebe gesammelt und erst in einem zweiten Schritt auf ihre Verwendbarkeit hin sortiert worden. Während der Analyse selbst hat sich schließlich der Entschluss, die Untersuchung auf drei Paare zu beschränken, als am sinnvollsten erwiesen. Diese Art der Korpuszusammenstellung ist am ehesten dem Prinzip des *theoretischen Sampling* als Methode der *grounded theory* zuzuordnen:

Theoretisches Sampling meint den auf die Generierung von Theorie zielenden Prozess der Datenerhebung, währenddessen der Forscher seine Daten parallel erhebt, kodiert und analysiert [...]. Dieser Prozess der Datenerhebung wird durch die im Entstehen begriffene [...] Theorie kontrolliert. (Glaser/Strauss 2010: 61)

Die ausgewählten Korpusdaten sind also Ergebnis eines parallel stattfindenden Sammel- und Auswertungsprozesses, der nicht vorab planbar ist und sich erst bei der Entstehung der Theorie zeigt. Der Vorteil dieser Form der Datenauswahl liegt vor allem darin, dass sie flexibel ist und während des Arbeitsprozesses modifiziert werden kann. Das garantiert eine permanente Kontrolle und verringert die Gefahr der voreingenommenen Haltung gegenüber einer im Voraus feststehenden Datenmenge. Dementsprechend ist auch die Auswertung bzw. der Umgang mit dem ausgewählten Material in der Tradition der von Glaser/Strauss entwickelten *grounded theory* verhaftet. Diese befasst sich grundsätzlich mit der Frage, wie anhand von gesammelten Daten die Entdeckung und anschließende Beschreibung von Theorie forciert werden kann. Es geht demnach darum, aus einer Menge von empirischen sprachli-

chen Daten, die den Ausgangspunkt der Untersuchung bilden, eine Verwendungssystematik herauszuarbeiten (vgl. Dürscheid/Brommer 2009: 16). Die so gewonnenen theoretischen Erkenntnisse werden der empirischen Situation gerecht und sind den Daten angemessen (vgl. Glaser/Strauss 2010: 19-24).

Neben dieser qualitativen Form der Materialhandhabung wird im Folgenden zudem mit quantifizierenden Ansätzen gearbeitet, etwa wenn es darum geht, Aussagen über die Vorkommenshäufigkeit eines bestimmten sprachlichen Phänomens zu machen.

3.2 Soziale Netzwerkseiten

Die Korpusdaten entstammen der Kommunikationsplattform Facebook, das zu den so genannten »Social Networking Sites« bzw. »Services«¹⁵ gerechnet wird. Deren vermehrtes Aufkommen in den vergangenen Jahren hat maßgeblich dazu beigetragen, das Netz zu einem sozialen Interaktionsort zu machen (vgl. Steinschaden 2010: 75). Voraussetzung für die Entstehung und spätere Popularität der SNS war die Entwicklung des *Web 2.0*, dessen primäres Prinzip gemäß Mitentwickler Tim O'Reilly (2005) die Etablierung des Internets als Plattform¹⁶ darstellt. Charakteristisch für das *Web 2.0* ist dabei insbesondere die interaktiv-produktive Beteiligung der Nutzer an den zur Verfügung gestellten Infrastrukturen und deren Mitentscheidungsrecht bezüglich der publizierten Inhalte. Daraus resultiert, dass sich die grundlegende Unterscheidung zwischen Produktion und Rezeption im Netz allmählich auflöst und technische Prozesse und kommunikative Aktivitäten zusammengeführt und miteinander vernetzt werden (vgl. Androutopoulos 2007: 224f.).

Der heutige Erfolg der SNS war zunächst nicht voraussehbar, musste doch 1997 die erste soziale Netzwerkseite *Six.Degrees.com* nach nur vier Jahren Laufzeit aufgrund kommerziellen Misserfolges eingestellt werden. Erst mit der Aufschaltung von *Friendster*, der ersten populären SNS in den frühen Jahren des neuen Jahrtausends, hat sich das zugrundeliegende soziale Netzwerk-Konzept erfolgreich etabliert (vgl. Steinschaden 2010: 79). Dessen wichtigste Merkmale erfasst die folgende Definition, die SNS bestimmt als

web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a

¹⁵ Die beiden hier synonym verwendeten Begriffe »Social Networking Site« und »Social Networking Service« werden im Folgenden mit SNS abgekürzt. Auch der deutschsprachige Terminus »soziale Netzwerke« gilt als gleichbedeutend.

¹⁶ Als »Plattformen« sind mit Schmidt (2009: 22) »[...] solche Angebote bezeichnet [...], die einer Vielzahl von Nutzern eine gemeinsame Infrastruktur für Kommunikation oder Interaktion bieten [...]«.

connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system (boyd/Elison 2007: 211).

Die bedeutendsten Komponenten der Netzwerkseiten bestehen demnach zum einen in der selbstgestalteten eigenen Profilseite, die Informationen über den Nutzer bereitstellt und ihn in das Zentrum der persönlichen Netzwerk-Community rückt. Zum anderen ist eben jene Community konstitutiv für die SNS, nicht nur im Hinblick auf ihr Vorhandensein, sondern auch in der Möglichkeit ihrer Sichtbarmachung und der darin angelegten Vernetzbarkeitspotenz. Dieselben SNS-Komponenten werden auch in der Definition von Koch/Richter (2008: 1240) genannt, die zudem auf die zur Verfügung gestellten »[...] Funktionalitäten zum *Identitätsmanagement* [...]« hinweisen. Weitere wichtige Funktionen liegen in der Suche nach anderen Nutzern und der Organisation der so entstehenden Kontakte, bei gleichzeitigem Bewusstsein der Austauschmöglichkeiten durch die Konstruktion eines gemeinsamen Kontextes. Das Hauptaugenmerk der sozialen Netzwerke liegt also in der digitalen Organisation zwischenmenschlicher Beziehungen, was die Untersuchung der Formen partnerschaftlicher Liebeskommunikation besonders interessant macht.

3.2.1 Facebook

Nachdem mit *friendster* der Grundstein für die Erfolgsgeschichte der SNS gelegt worden ist, folgten dem Beispiel in kurzer Zeit zahlreiche neue soziale Netzwerke:



Abbildung 2

darunter etwa *MySpace*, *StudiVZ* oder *Xing*, um nur einige wenige zu nennen. Die kommerziell erfolgreichste Site ist bis heute jedoch Facebook: 2004 von Mark Zuckerberg und drei weiteren Harvard-Studenten für universitätsinterne Zwecke entwickelt, zählt es mittlerweile rund 965 Millionen Mitglieder.¹⁷ Davon stammen per Ende Mai 2013 rund 2.9 Millionen Nutzer aus der Schweiz, wobei einschränkend festzuhalten ist, dass die Nutzerzahlen im ersten Quartal 2013 sowohl schweiz- als auch weltweit leicht zurückgegangen sind. Anders im benachbarten Liechtenstein, aus dem die Korpusdaten stammen: Dort ist die Nutzerzahl um ca. 100 auf 12'880 Personen angestiegen. Das entspricht 35% der Gesamtbevölkerung, wobei das Geschlechterverhältnis in etwa ausgeglichen ist.¹⁸ Trotz dieses leichten Rückgangs scheint Facebook – mittlerweile auch als Gattungsname (Brommer/Dürscheid 2012: 279) – omnipräsent und

¹⁷ Die Informationen dazu stammen aus dem Social Media Blog einer PR-Agentur mit Sitz in Zürich: <http://bernetblog.ch/2013/04/02/facebook-zahlen-schweiz-minus-3-prozent-im-ersten-quarter/<17.06.2013>>.

¹⁸ Auf dem Social Media Blog von Thomas Hutter lassen sich die Nutzerzahlen im Ländervergleich darstellen: https://www.facebook.com/thomashutterblog?sk=app_157383551014250<18.06.2013>.

gehört zum Alltag. Das hat auch zu einem gewissen Zugzwang hinsichtlich der Mitgliedschaft¹⁹ im sozialen Netzwerk geführt. Die zitierte Statusmeldung eines im Oktober 2010 neu hinzugekommenen Nutzers belegt diesen Umstand:

- 2) M2: »Nun gut. jetzt bin ich auch bei Facebook. ich gebe mich geschlagen...
☹«

Das späte Hinzukommen von M2 ist einerseits Ausdruck eines mediensozialen Drucks und geht andererseits mit Rechtfertigungspflichten einher, denen er sogleich mit dem Verfassen einer Statusmeldung gerecht wird. Dadurch weist er seine medialen Kompetenzen aus und wird zum Mitglied der Community (vgl. Frick 2010: 29).

3.2.2 Nutzungsmotive

Anhand des Beispiels lässt sich zugleich ein erstes Nutzungsmotiv der SNS aufzeigen: der soziale Nachteil, der bei Nicht-Beteiligung droht. Döring (1999: 367) hat das bereits vor über einem Jahrzehnt erkannt und prophezeit, dass die Abstinenz im Netz zu Nachteilen und Ausgrenzungsmechanismen führen könne. Dieser Prognose entsprechend sorgt sie sich in einem jüngeren Aufsatz (2011b: 19) vor allem um diejenigen Jugendlichen, die nur wenige Online-Kontakte pflegen. Die Vernetzung insbesondere über Facebook ist zu einer kommunikativen Pflicht geworden, deren Nicht-Erfüllung mit steigender Popularität der Plattform zunehmend schwieriger wurde – ob die neuesten Entwicklungen der Nutzerzahlen diesbezüglich eine Trendwende bedeuten, wird sich erst über einen längeren Zeitraum hinaus zeigen.

Weitere Nutzungsmotive fasst Hasebrink (2011: 191) unter den theoretischen Kategorien »Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagements«, die jedoch in der Praxis nicht sehr trennscharf sind. Ziel des »Identitätsmanagements« ist die Nutzung der Selbstdarstellung für die Identitätskonstruktion. Die dafür auf Facebook angebotenen Formen sind vielfältig und reichen von den eigenen Profilinformationen über die Mitgliedschaft in Gruppen bis hin zur Sprachwahl in den preisgegebenen Inhalten. Indem die Nutzer sich selbst darstellen und damit sowohl Identität als auch Alterität konstruieren, versuchen sie ein Stück der wertvollen Ressource Aufmerksamkeit sowie soziale Anerkennung in Form von Feedback zu erlangen (vgl. Wagner 2009: 118-122). Selbstdarstellung ist nur dann zweckmäßig, wenn andere darauf reagieren, weshalb Identitätsmanagement stets in Relation zu anderen Netzwerkmitgliedern steht und nur funktioniert, wenn die Beziehungen zu diesen gepflegt werden (vgl. Brommer/Dürscheid 2012: 288). Damit befasst sich die zweite Nutzungskategorie der SNS – das Beziehungsmanagement –, das auf Facebook verschiedentlich realisierbar ist: Dazu gehören Pinnwand-Einträge, das Versenden

¹⁹ Das ist auch darauf zurückzuführen, dass eine hohe Nutzeranzahl die SNS hinsichtlich ihrer Vernetzungsmöglichkeiten attraktiver macht (vgl. Hasebrink 2011: 190f.).

persönlicher Nachrichten, der Chat oder die Betätigung des »Gefällt-mir«-Knopfes. Im Rahmen des Beziehungsmanagements offenbaren sich im Übrigen auch die praktischen Seiten der Online-Verlinkung: Facebook dient auch als umfangreiches Adressbuch und erlaubt Einblicke in das Leben der verlinkten Personen (Döring 2011b: 17). Daran schließt sich die Kategorie des Informationsmanagements an, das es Nutzern ermöglicht, die aktuellsten Entwicklungen im Leben ihrer Netzwerkmitglieder zu verfolgen. Dem geht jedoch die Bereitschaft der Nutzer voraus, Informationen über sich und ihre aktuelle Lebenssituation auf der Website zu teilen. Nur wenn das der Fall ist, kann ein bedeutungsvoller sozialer Austausch entstehen (vgl. Döring 2011a: 192).

3.3 Kommunikationstheoretische Aspekte

Im Anschluss an die Ausführungen zu den Korpusgrundlagen werden im Folgenden die kommunikationstheoretischen Aspekte der Facebook-Liebeskommunikation in den Blick genommen. Dafür werden unter Rückgriff auf das methodische Kapitel zunächst einige übergreifende Kennzeichen der Plattform zur Sprache gebracht und anschließend die äußeren Merkmale der Kommunikationsformen Pinnwand-Eintrag und Statusmeldung erörtert. Danach ist auf die Reaktionsform Kommentar und die Bewertungsfunktion des »Gefällt-mir«-Knopfes einzugehen. Das Kapitel schließt mit einer Diskussion der Öffentlichkeitsdimensionen der Facebook-Kommunikation.

3.3.1 Merkmale der Kommunikationsformen

Plattformen wie Facebook schaffen als »Hybrid-Angebote« neuartige Rahmenbedingungen für die Kommunikation, indem sie unterschiedliche kommunikative Angebote zusammenführen und kombinieren. Das bedeutet auch, dass Facebook selbst nicht eine einzelne Kommunikationsform darstellt, sondern vielmehr innerhalb seines Angebots verschiedene Kommunikationsformen bündelt (Dürscheid et al. 2010: 63; 139).²⁰ Diese können entsprechend unter anderem nach ihrem Öffentlichkeitsgrad, der Adressierung sowie nach der Anzahl beteiligter Personen differenziert werden. Facebook als umfassende Kommunikationsplattform eröffnet damit eine große Bandbreite an in verschiedener Hinsicht variablen Kommunikationsformen, was sich etwa in der Verwendung unterschiedlicher Zeichensysteme niederschlägt. Das übergreifende Merkmal der Kommunikationsplattform Facebook ist also am Ende genau jene Hybridität bzw. strukturelle Diversität, die das Vorhandensein unterschiedlicher Kommunikationsfor-

²⁰ Im Folgenden wird deshalb von Facebook als Kommunikationsplattform ausgegangen, wobei der Begriff auf die Bündelung der unterschiedlichen Kommunikationsformen verweisen soll.

men und deren Konvergenz (vgl. Jucker/Dürscheid 2012: 41) überhaupt erst ermöglicht.

Andererseits weist der kommunikative Austausch auf Facebook durchaus gemeinsame sprachliche Tendenzen auf, mit denen sich Dürscheid et al. (2010: 139-141) beschäftigen. Ausgehend von der Annahme eines übergreifenden »Freizeitstils«, der jeweils durch medienspezifische Besonderheiten geprägt ist, unterscheiden die Autoren grafische und stilistische Merkmale. Zu Ersteren gehören verschiedene Techniken der Großschreibung, die Iteration von Buchstaben zur phonetischen Verschriftung oder Darstellung von Emphase und die Verwendung von Akronymen zur Anzeige der Registerbeherrschung. Auf der stilistischen Ebene kommen Inflektive, Interjektionen, jugendsprachliche Ausdrücke und Anglizismen zur Anwendung, zudem greifen die Nutzer auf Dialogizitätstechniken und Dialektinterferenzen zurück.

Den interaktiven Gesamtkomplex Facebook kennzeichnet also einerseits eine spezifische Diversität, aus der ein Bündel an unterschiedlichen Kommunikationsformen resultiert, die aber andererseits mittels wiederkehrenden Sprachgebrauchsmuster kontextualisiert werden. Allfällige kommunikative Gattungen der einzelnen Austauschformen befinden sich ihrerseits – ähnlich wie vor wenigen Jahren die der SMS – noch im *status nascendi* (vgl. Dürscheid 2005: 13). Die in der Analyse untersuchten Liebesbotschaften sind dementsprechend als sich in der Entwicklung befindliche kommunikative Gattungen aufzufassen. Gerade deshalb eignen sie sich jedoch für die linguistische Untersuchung besonders gut, weil sie sich auf einer metakommunikativen Ebene immer wieder mit den vorherrschenden Bedingungen auseinandersetzen.

3.3.1.1 Kommunikationsform Pinnwand-Posting

Die für die Liebeskommunikation am häufigsten gewählte Austauschform ist das Pinnwand-Posting. Dies bezeichnet die Möglichkeit, eine Nachricht auf dem Profil – bzw. genauer: der profilhärenten Pinnwand – eines vernetzten Freundes zu hinterlassen. Die Postings erscheinen asynchron und in chronologischer Reihenfolge, wobei das neueste jeweils an oberster Stelle steht. Nebst dem eigentlichen Nachrichtentext ist das Posting zudem paratextuell von Namen und Profilbild des Absenders sowie dem genauen Versandzeitpunkt umrahmt.

Die Besonderheit dieser Kommunikationsform liegt darin, dass sie zwar einzeladressiert ist und sich an ein bestimmtes Individuum richtet – an den Inhaber des jeweiligen Profils, der durch die Platzierung der Nachricht auf seiner Pinnwand als unmittelbarer Empfänger bestimmt wird. Dennoch kann das Posting auch von anderen Personen aus dem Netzwerk wahrgenommen und sogar kommentiert wer-

den.²¹ Mit der primären Einzeladressierung geht demnach eine sekundäre Mehrfachlesbarkeit einher, weil die Kommunikationsform in einem individuell definierbaren öffentlichen Raum stattfindet. Damit ist der Umstand gemeint, dass jeder Nutzer durch entsprechende Einstellungen selbst bestimmen kann, welchen Zugänglichkeitsgrad sein eigenes Profil aufweist. In Bezug auf die Postings existiert zudem die Möglichkeit, die eigene Pinnwand so zu sperren, dass auch Netzwerk-Freunde keine Nachricht darauf hinterlassen können. In einem solchen Fall liegen die Pinnwandaktivitäten vollständig in der Hand des betroffenen Nutzers und entsprechen damit der von Baron (2008: 32) beschriebenen Tendenz zur »Volumen-Kontrolle«: Damit ist die kontrollierte (und unter Umständen auch manipulative) Handhabung der sozialen Kontakte gemeint. Die Zugänglichkeit kann zusätzlich auf der inhaltlichen Ebene eingeschränkt werden, denn die Einsicht in die Pinnwand garantiert nicht das Verständnis der darauf erschienenen Texte (vgl. Tuor 2009: 104).²² Lässt ein Nutzer Eintragungen auf seiner Pinnwand grundsätzlich zu, bleibt ihm immer noch die Möglichkeit, den Posting-Verlauf durch das Löschen unerwünschter Nachrichten zu manipulieren bzw. nach eigenem Ermessen zu gestalten – und schließlich kann der Verfasser des Eintrags selbst diesen wieder von der Pinnwand seines Freundes entfernen. Diese nachträgliche Entfernbareit wirkt sich auf den schriftlichen Produktionsprozess selbst aus, da die daraus resultierende Unverfänglichkeit zu spontanem, raschem und möglicherweise fehlerhaftem Schreiben verleitet.

Bei den Pinnwand-Postings handelt es sich zusammenfassend um eine flexible und leicht zu manipulierende Kommunikationsform. Für die Analyse bedeutet das, dass niemals mit Sicherheit bestimmt werden kann, ob es sich bei den abgebildeten Dialogsequenzen um die ursprünglichen Originalversionen handelt. Sichtbar ist letzten Endes immer nur das, was aus Perspektive der jeweiligen Nutzer sichtbar sein soll. Dieser Umstand ist es, der zusammen mit den oben genannten Aspekten die Besonderheit der Kommunikation auf Facebook konstituiert: Sie ist einerseits sowohl konstruiert und manipulierbar als andererseits ebenso spontan, flüchtig und dynamisch. Das erschwert ihre Einordnung auf einer Nähe- bzw. distanzkommunikativen Skala.

²¹ Darin sieht Tuor (2009) auch den entscheidenden Unterschied zur Kommunikationsform E-Mail, der sie das Pinnwand-Posting dennoch zuordnet. Davon soll in der vorliegenden Arbeit abgesehen und stattdessen die Pinnwand-Nachrichten als eigene Kommunikationsform der Kommunikationsplattform Facebook gewertet werden.

²² Das ist etwa beim Einsatz gewisser Fremdsprachen der Fall. Die Nutzer vollziehen auf diese Weise eine Art sekundärer Ent-Öffentlichung, da sie zwar die sprachliche Form öffentlich zugänglich machen, deren Inhalt durch eine spezifische Form der Verschlüsselung aber wiederum als unzugänglich markieren.

3.3.1.2 Kommunikationsform Statusmeldung

Viele der genannten Aspekte sind auf die Kommunikationsform Statusmeldung übertragbar.²³ Damit können Nutzer durch das Ausfüllen eines vorgegebenen Textfeldes ihren Netzwerkfreunden mit höchstens 420 Zeichen mitteilen, was sie in irgendeinem Moment gerade machen (Abbildung 3), denken oder fühlen. Der schriftliche Text kann dabei durch das Hinzufügen eines Fotos oder Videos ergänzt werden, womit die Kommunikationsform potenziell realisierbare Multimodalität unterstützt. Die Statusmeldungen erscheinen ebenfalls asynchron und in zeitlicher Reihenfolge



Abbildung 3

auf dem jeweiligen Nutzerprofil und sind vom selben Paratext umgeben wie die Pinnwand-Postings.

Der große Unterschied der beiden Austauschformen besteht allerdings darin, dass die Statusmeldungen im Regelfall

nicht individual-adressiert sind,²⁴ sondern sich an eine vom Nutzer bei jeder Meldung einzeln zu bestimmende Personengruppe richten. Es kann also bei jeder neuen Mitteilung separat festgelegt werden, wer den Inhalt sehen kann, wodurch die grundsätzliche Mehrfachadressierung eine sich verändernde Rezipientengruppe betrifft. Während Statusmeldungen sich daher tendenziell an ein größeres Publikum richten, sind Pinnwand-Einträge primär einer Einzelperson zugeordnet.

Gemeinsam ist den beiden Kommunikationsformen wiederum ihre interpersonale Ausrichtung, da sie im Wissen um die Möglichkeit zur direkten Rückmeldung abgefasst werden (vgl. Dürscheid 2007: 25f.). So erhalten Netzwerkmitglieder je nach Einstellung des Nutzerprofils die Möglichkeit, mit einem Kommentar oder einer Bewertung auf die Äußerung zu reagieren. Lee (2011: 112) betont im Hinblick darauf, dass sich durch die Integration von Kommentarfunktion und »Like-Button« die Statusmeldungen von ihrer ursprünglichen Funktion als Selbst-Report hin zu einer hochgradig interaktiven Kommunikationform entwickelt haben. Sowohl Statusmeldungen als auch Pinnwand-Postings können in ihrer Einsehbarkeit – und damit auch in der Möglichkeit zur Kommentierung – beschränkt werden. Letztere gar durch zwei verschiedenen Quellen: Einerseits vom Inhaber des Profils und andererseits obliegt es bis zu einem gewissen Grad dem Verfasser, der in seinen Grundeinstellungen festlegen kann, wer Einsicht in seine Facebook-Aktivitäten besitzt. Bei der

²³ Möglicherweise wäre es daher auch angebracht, von *einer* Kommunikationsform »Facebook-Eintrag« auszugehen und die jeweiligen Ausprägungen als Varianten derselben zu bestimmen. Da die Unterschiede bezüglich der Adressierung jedoch im Hinblick auf den Untersuchungsgegenstand gravierend sind, wird die Unterscheidung beibehalten.

²⁴ Es ist allerdings möglich, eine befreundete Person in einer Statusmeldung zu verlinken und sie damit gewissermaßen anzusprechen.

Statusmeldung hingegen ist es vor allem der Verfasser,²⁵ der darüber in einer zudem sehr viel unmittelbareren Art und Weise entscheidet, indem jeweils nur für die aktuelle Äußerung Einstellungen vorgenommen werden. Dennoch ist die Statusmeldung ebenso flüchtig wie ein Pinnwand-Posting, da sie bei Bedarf vom jeweiligen Verfasser im Nachhinein wieder gelöscht werden kann. Eine letzte zentrale Gemeinsamkeit der beiden Kommunikationsformen liegt schließlich darin, dass beide im *News Feed* bzw. *Stream* erscheinen können. Der zugrundeliegende Algorithmus wird nach intransparenten systeminternen Vorgaben generiert, woraus eine Abfolge an Statusmeldungen und anderen News auf der Startseite des Nutzers entsteht (vgl. Steinschaden 2010: 17). Dass die Äußerungen ohne aktives Zutun der jeweiligen Verfasser im Nachrichtenstrom erscheinen können, enthebt die Nutzer von der absoluten Kontrolle über einmal versandte Beiträge. Zwar werden sie bei allfälligem Löschen auch aus dem News Feed entfernt, es ist jedoch aufgrund der hochgradigen Interaktivität des Nachrichtenstroms durchaus realistisch, dass sie bis dahin schon gelesen, kopiert oder zitiert worden sind.

3.3.1.3 Reaktionsform Kommentar

Durch Kommentare können Zugang besitzende Netzwerkmitglieder auf die Pinnwand-Postings oder Statusmeldungen ihrer Freunde reagieren. Das Vorhandensein einer dieser Formen ist somit Voraussetzung für die Realisierung eines Kommentars, womit er denselben Bedingungen unterliegt und daher als Subgruppe der beiden Kommunikationsformen zu verstehen ist. Beim Kommentar handelt es sich aber nicht, wie auf den ersten Blick anzunehmen, um eine kommunikative Gattung. Schließlich bieten sie keine Orientierung hinsichtlich einer allfälligen Reaktionsangemessenheit, sondern stellen vielmehr überhaupt erst eine Reaktion dar. Daher können sie in Bezug auf ihren Responsivitätsgrad kategorisiert werden. Facebook-Kommentare sind aufgrund dieser abweichenden funktionalen Merkmale weder eindeutig den Kommunikationsformen noch den kommunikativen Gattungen zuzuordnen, weshalb sie im Folgenden als »Reaktionsformen« aufgefasst werden. Dabei soll der Begriff den reaktiven Charakter reflektieren und zudem anzeigen, dass auch innerhalb dieser Form verschiedene gattungähnliche Muster (bezogen etwa auf den Responsivitätsgrad) verwirklicht werden können.

3.3.1.4 Bewertungsfunktion »Like-Button«

Diese Möglichkeit zur Differenzierung fehlt beim so genannten »Like-Button«, der als Bewertungsinstrument *par excellence* mittlerweile zu einem Spezifikum mit

²⁵ Jedoch ist hierbei zu berücksichtigen, dass alle Beiträge eines Netzwerkmitglieds durch einen anderen Nutzer gesperrt werden können. Sie werden dann bei Letzterem nicht mehr angezeigt.

Wiedererkennungswert geworden ist (vgl. Steinschaden 2010: 171). Der häufig genutzte Button erlaubt die positive Bewertung²⁶ von Beiträgen anderer User – wie auch der eigenen. Dafür befindet sich unter jedem wie auch immer gearteten Inhalt der Link »gefällt mir«, bei dessen Aktivierung das Bild eines erhobenen Daumens und das dazugehörige Statement »User X gefällt das« generiert werden. Der »Like-Button« umfasst dabei neben der inhärenten qualitativen, auch die Möglichkeit zur quantitativen Bewertung im Sinne eines »je mehr desto besser«. Das hat zur Folge, dass die auf Facebook dargebotenen Inhalte permanenter Bewertung unterliegen (vgl. Steinschaden 2010: 171).

Anders als bei den oben genannten Kommunikationsformen dient der »Gefällt mir«-Knopf nicht der Übermittlung einer inhaltlichen, selbst verfassten Botschaft, sondern lediglich der Bewertung von Inhalten. Dadurch erhält die Frage nach der Adressierung eine vollkommen neue Perspektive: Zwar ist zunächst die Annahme durchaus berechtigt, dass die Gefallensbekundung sich an diejenige Person richtet, welche die Äußerung produziert hat. Genauso gut kann sich das »Liken« aber auch auf den vermittelten Inhalt, den Empfänger oder eine andere in der Botschaft angesprochene Person beziehen. Der »Like-Button« ist daher auch nicht als Kommunikations- oder Reaktionsform, sondern als Bewertungsfunktion zu kategorisieren, die zwar auf einer anderen Ebene gelagert, aber dennoch eng mit den anderen Formen verknüpft ist. Das zeigt sich mitunter darin, dass der Link (strukturell und optisch) integrativer Bestandteil der Kommunikations- und Reaktionsformen ist und diese damit auch mitkonstituiert.

Hinsichtlich der festgestellten Flüchtigkeit schließlich entspricht die Bewertungsfunktion den anderen Formen: Der Nutzer kann ein zuvor bekundetes Gefallen zurücknehmen, indem er einfach auf den Link »gefällt mir nicht mehr« klickt.

3.3.2 Öffentlichkeitsdimensionen

Die kommunikationstheoretische Analyse hat gezeigt, dass die Frage nach den auf Facebook vorherrschenden Öffentlichkeitsdimensionen keinesfalls leichtfertig zu beantworten ist. Zahlreiche Faktoren sind bei deren Analyse zu berücksichtigen, da nicht nur die Grundeinstellungen der Nutzerprofile Einfluss auf die Zugänglichkeit haben, sondern beinahe jedes kommunikative Element einzeln auf seinen Öffentlichkeitsgrad hin definiert werden kann. Des Weiteren nimmt der systemgenerierte News Feed insofern Einfluss auf die Öffentlichkeitsbedingungen, als er Bei-

²⁶ Die positive Bewertung ist der Funktion inhärent: »Einen Dislike-Button oder eine ‚Gefällt mir nicht‘-Funktion will Facebook nicht einführen, obwohl das von den Nutzern tausendfach gefordert wurde« (Steinschaden 2010: 33). Es ist allerdings einschränkend zu bemerken, dass durch die Positiv-Bewertung eines negativen Statements durchaus ein ähnlicher Effekt erzielt werden kann.

trage von den Profildaten auf die Startseite verschiebt, wo sie viel prominenter zur Darstellung kommen. Auch der »Like-Button« hat durch die Öffnung verschiedener Zugangskanäle bei seiner Betätigung öffentlichkeitsbezogene Implikationen, indem er Beiträge durch gemeinsame Bekannte auch für Dritte sichtbar macht (vgl. Marx 2012: 54). Nach einer kurzen theoretischen Erörterung des Terminus Öffentlichkeit werden anschließend einige Überlegungen zu den Öffentlichkeitsbedingungen auf Facebook diskutiert.

Das Phänomen Öffentlichkeit ist in zahlreichen unterschiedlichen Definitionen, die mehr oder weniger stark voneinander abweichen, zu fassen versucht worden. Einig ist sich die Forschung *grosso modo* darüber, dass das Konstrukt Öffentlichkeit²⁷ die Möglichkeit zur Teilhabe anbietet und sich über den Grad der Zugänglichkeit zu einer bestimmten Umgebung und die Verfügbarkeit über spezifische Informationen definiert (vgl. Dürscheid 2007: 30). In Anwendung auf kommunikationstheoretische Fragen ist Öffentlichkeit als Bedingung zu verstehen, die Einfluss auf die kommunikative Situation und die darin verwendeten sprachlichen Mittel nimmt. Für die Analyse ist in Anlehnung an Dürscheid (2007: 30) zunächst in öffentliche, nicht-öffentliche und teil-öffentliche Kommunikation zu unterscheiden. Während die ersten beiden sich konträr gegenüberstehen, betrifft letztere diejenigen Kommunikationsräume, die mit einer Zugangsbeschränkung belegt sind. Die Kommunikation über Facebook ist dementsprechend zunächst als teil-öffentlich zu klassifizieren, bedarf aber im Einzelfall einer detaillierteren Differenzierung, da es jedem Facebook-Nutzer bis zu einem gewissen Grad selbst obliegt, über den Öffentlichkeitscharakter seines Kontos zu bestimmen. Dafür befindet sich unter der Rubrik Einstellungen eine Kategorie, die als »Privatsphäre«²⁸ bezeichnet wird. Auf der entsprechenden Seite kann der Nutzer dann Einstellungen zu den einzelnen Funktionen und ihrer Sichtbarkeit vornehmen: So besteht beispielsweise die Möglichkeit, die Einsehbarkeit der publizierten Inhalte auf die Freunde, sich selbst oder eigens erstellte Personenlisten zu beschränken. Außerdem kann der Nutzer darüber verfügen, wer die Berechtigung erhält, nach seinem Profil zu suchen und auf wie viele Informationen die betreffende Person dabei stößt. Schließlich gibt es unter den Privatsphäre-Einstellungen ein Protokoll, anhand dessen nachgeprüft werden kann, auf welchen Beiträgen ein Nutzer markiert worden ist. Das sind jedoch erst

²⁷ Döring (1999: 374) betont, dass Öffentlichkeit zu einem pluralistischen Konzept geworden ist und moderne Gesellschaften »[...] über eine Vielzahl von Teil-Öffentlichkeiten verfügen, die hinsichtlich ihrer Größe und ihrer Homogenität zu differenzieren sind.« Diese auch medial bedingte Entwicklung führt zur Notwendigkeit einer begrifflichen Ausdifferenzierung der Öffentlichkeitskonzepte.

²⁸ Der Begriff hat zu vielen emotional geführten medialen Debatten über die als zweifelhaft – weil unübersichtlich und kompliziert (vgl. Görig 2010: 69) – befundene Datenschutz-Politik von Facebook geführt. Das Diskussionsbedürfnis zeugt davon, dass die Idee der Privatsphäre noch immer als anstrebenswert gilt (vgl. Fux 2008: 62), wenn auch Zuckerberg selbst dem widerspricht: »Privatsphäre ist nicht länger eine soziale Norm« (Zuckerberg, zit. nach Steinschaden 2010: 50).

einmal nur die generellen Grundeinstellungen – bei der Abfassung einer Meldung beispielsweise besteht erneut die Möglichkeit, den Adressatenkreis zu definieren.

Ohne manuelle Verwaltung gelten automatisch die systemgenerierten Voreinstellungen, die sehr großzügig angelegt sind und allen Internetnutzern den Zugang auf sämtliche Informationen erlauben (vgl. Görig 2011: 164). Die Auseinandersetzung mit den einzelnen kontrollierbaren Funktionen zeigt, dass die Bandbreite an Möglichkeiten von einer exklusiven Informationszugänglichkeit für Freunde über einen erweiterten Mitgliederkreis bis hin zum offenen Profil reicht, das allen Interessierten uneingeschränkt Zugang bietet. Damit sind aber lediglich die standardisierten Einstellungsmöglichkeiten benannt, zwischen denen unzählige Abstufungen in verschiedensten Varianten möglich sind. Die so individuell veränderbaren Öffentlichkeitsdimensionen generieren eine Art persönlicher Öffentlichkeit (vgl. Schmidt 2010: 174), die konstitutiv für das soziale Netzwerk ist und dem Nutzer Kontrolle über seine Privatsphäre suggeriert (vgl. Marx 2012: 55). Gleichzeitig führen sie dazu, dass keine allgemeingültigen und überindividuellen kommunikativen Bedingungen in Bezug auf den Faktor Öffentlichkeit definiert werden können – diese sind vielmehr jeweils im konkreten Einzelfall zu bestimmen.

4 Analyse

4.1 Vorkommen und Motive

Wie weiter oben erläutert, besteht eine zentrale Funktion der SNS in der Vernetzung der Beteiligten und daraus folgend im digitalen Online-Management zwischenmenschlicher Beziehungen (vgl. Tuor 2009: 48). Daran arbeiten die Nutzer im Rahmen des Beziehungsmanagements in unterschiedlicher Weise stets mit, wobei sich die nachfolgende Analyse hauptsächlich mit der Beziehungsarbeit zwischen Liebespartnern auseinandersetzt. Bevor auf grundlegende Fragen nach dem Vorkommen und den Motiven für die Facebook-Liebeskommunikation eingegangen wird, folgt zunächst ein allgemeiner Einblick in das komplexe Beziehungsgeflecht im sozialen Netzwerk.

4.1.1 Beziehungsmuster auf Facebook

Es herrscht grundsätzlich Einigkeit darüber, dass die meisten virtuellen Beziehungen auf Facebook im Offline-Leben begründet sind oder mindestens in irgendeiner Art von Wechselbeziehung dazu stehen (vgl. Bolander/Locher 2010: 165). Eben darin sieht Görig (2011: 58) den Erfolg des Netzwerkes, das einander bekannten Menschen eine zusätzliche Plattform bietet, auf der sie sich treffen, austauschen, sozialisieren und informieren können. Real existierende soziale Netzwerke werden auf diese Weise digitalisiert, wobei auf Facebook zunächst alle Kontakte pauschal unter der Bezeichnung »Freunde« gefasst werden. Das wiedergibt jedoch nicht das komplexe Beziehungsgeflecht im Offline-Leben, das von losen Beziehungen zwischen flüchtig Bekannten über Arbeitskollegen oder nahestehende Verwandte bis hin zu den untersuchten Liebesbeziehungen reicht. Deshalb besteht auf Facebook seit geraumer Zeit die Möglichkeit, bestimmte Verbindungen zu spezifizieren. Im Zuge dessen verfügen die Nutzer über die Möglichkeit, ihre Freunde mithilfe von personalisierten Listen in »enge« Freunde, »Bekannte«, »Arbeitskollegen« und andere selbstgewählte Rubriken einzuteilen – wobei der Oberbegriff »Freunde« beibehalten wird (vgl. Dür-

scheid/Brommer 2013: 30f.).²⁹ Dabei kann außerdem für jede Liste separat bestimmt werden, was die betreffenden Personen auf dem Nutzerprofil sehen dürfen.

Daneben bietet Facebook die Option, den Partner und die Familienmitglieder zu verlinken, so dass auf dem Profil angezeigt wird, welche Verwandtschaftsverhältnisse oder Liebesbeziehungen bestehen. Damit gewinnt das virtuelle Beziehungsnetz auf Facebook insofern einen Vorteil gegenüber dem realen, als dadurch auf einen Blick Bekannt- und Verwandtschaften sichtbar gemacht werden können, die im Offline-Leben weniger schnell oder möglicherweise überhaupt nicht erkennbar sind.³⁰ Damit wird im Hinblick auf die zentrale Funktion des Beziehungsmanagements dem Wunsch entsprochen, die eigenen Vernetzungen nicht nur zu pflegen, sondern auch zu präsentieren. Die Mitglieder werden im Zuge dessen zu »dividuals«, indem sie als sich selbst darstellende Individuen zeitgleich Teil des persönlichen sozialen Umfelds und somit immer auch relational zu begreifen sind (vgl. Dalsgaard 2008: 8).

4.1.2 Vorkommen von Beziehungskommunikation

Die Verlagerung der sozialen Netzwerke von der Offline- in die Online-Welt führt zur Pluralisierung und Diversifizierung der Austauschmöglichkeiten und damit zu neuen sozialen Umgangsformen (vgl. Vogelsang 2010: 42). Diese schlagen sich auch in einer mediatisierten Version der Beziehungskommunikation nieder, die nicht als Konkurrenz, sondern als Ergänzung zur Real-Life-Beziehungskommunikation und daher keineswegs als defizitär zu verstehen ist (vgl. Döring 2003: 237). Das bedeutet von der anderen Seite her betrachtet, dass der partnerschaftliche Austausch sich der Herausforderung gegenüberstellt, den neuen kommunikativen Bedingungen angepasste sprachliche Formen zu entwickeln und etablieren. Welche das konkret sind, wird anhand der Screenshots aus dem Korpus aufzuzeigen sein; zentral ist an dieser Stelle die Feststellung, dass partnerschaftliche Beziehungskommunikation auf Facebook stattfindet und dafür spezifische Funktionalitäten genutzt werden.

Dennoch scheint der liebeskommunikative Austausch zwischen Partnern ein relativ junges Phänomen in digitalen sozialen Netzwerken zu sein. So hat Tuor (2009: 81) noch vor wenigen Jahren auf einer von ihr untersuchten SNS nur einen sehr geringen Anteil³¹ an Liebesbotschaften ermittelt. Demgegenüber hat sich die Materialsammlung für das verwendete Korpus in quantitativer Hinsicht als relativ

²⁹ Dürscheid/Brommer (2013: 28) widmen sich daher in ihrem Artikel der Frage, ob die intensive Nutzung des Begriffs allenfalls zu einem sprachlichen Bedeutungswandel führen könnte.

³⁰ Ein so auf Facebook gewonnenes Beziehungswissen über einen Freund wirkt sich seinerseits möglicherweise im realen Leben aus (vgl. Bolander/Locher 2010: 184): Durch die zusätzlichen Informationen können soziale Bande verstärkt (oder geschwächt) werden.

³¹ Tuor (2009: 96) hat 531 Beiträge auf der Studierenden-Plattform *StudiVZ* inhaltlich untersucht und dabei lediglich zwei Liebesbotschaften gefunden.

einfach erwiesen. Für die Analyse ist abschließend mit Döring (2003: 237) davon auszugehen, dass Beziehungskommunikation auf Facebook keinesfalls als defizitär gegenüber anderen Formen zu bewerten ist, sondern ihr eigene Potenziale und Qualitäten innewohnen.

4.1.3 Motive für Beziehungskommunikation

Wenn Partner sich gegenseitig mündlich, schriftlich oder nonverbal ihre Gefühle beteuern, betreiben sie Beziehungsarbeit – das gilt für die Offline-Welt ebenso wie für die Online-Welt. Der zentrale Unterschied besteht in den Kommunikationsbedingungen, denen die einzelnen Kommunikationsformen unterliegen und die sich in den verwendeten Sprachgebrauchsmustern niederschlagen. Wer seine Liebesgefühle auf Facebook verkündet, tut dies dementsprechend stets mit dem Wissen darum, dass allenfalls auch andere Nutzer Zugang dazu haben und somit nebst dem primäradressierten Partner zu potenziellen Rezipienten der jeweiligen Botschaft werden. Damit werden die inhaltlich als privat klassifizierten partnerschaftlichen Emotionen in einer Umgebung thematisiert, die – je nach Nutzereinstellung – graduell öffentlich ist.

Die Ursachen für ein solches Verhalten sind vielfältig und aus psychologischer Perspektive dadurch zu begründen, dass für die Vermittlung von Beziehungssicherheit »gerade in Zeiten postmoderner Erosion langfristiger Beziehungen [...] Dokumentation, Veröffentlichung (und damit mögliche bzw. tatsächliche Zeugenschaft) [...]« (Döring 2003: 259) von großem Wert sind. Durch den aus der Schriftlichkeit resultierenden dokumentarischen Charakter sind die Liebesbotschaften jederzeit wieder abrufbar und dadurch verbindlicher. Im Hinblick auf Facebook ist diese Verbindlichkeit jedoch insofern einzuschränken, als den Botschaften dort durch ihre einfache Löscharbeit eine potenzielle Flüchtigkeit inhärent ist. Doch selbst bei Entfernung der betreffenden Nachricht ist eine vorgängige Zeugenschaft durch andere Netzwerkmitglieder in hohem Masse wahrscheinlich. In der publik gemachten Schriftlichkeit und dem damit verbundenen höheren Geltungsmodus der Äußerung, liegt einer der zentralen Beweggründe für die internetbasierte Liebeskommunikation (vgl. Mayor 2002: 32).

Ein eventueller Mehrwert des liebeskommunikativen Austausches auf Facebook besteht außerdem darin, dass das Paar dabei seine Beziehung und die damit verbundenen Gefühle dem Feedback seiner Facebook-Freunde aussetzt. Das kann im besten Fall bestätigende Wirkung haben und die Partnerschaft bekräftigen, birgt aber im schlimmsten Fall das Risiko von Negativ-Bewertungen. Solche Feedbacks durch Netzwerkmitglieder – ob sie nun positiv oder negativ ausfallen – sind letzten Endes jedoch immer ein Zeichen für Aufmerksamkeit, die als Ressource für Popularität in jedem Fall erstrebenswert ist. Partner können demnach durch die Liebeskommunikation auf Facebook nicht nur einander gegenüber Aufmerksamkeit demonstrieren und

so Beziehungsarbeit leisten, sondern gleichsam als »Paarheit« diejenige seiner Freunde auf sich ziehen.

Neben der Präsentation als Paar und der damit einhergehenden Abgrenzung nach außen verschafft die Liebeskommunikation auf Facebook den einzelnen Partnern auch die Möglichkeit zur Selbstdarstellung und individuellen Inszenierung in der Netzöffentlichkeit. Indem ein Nutzer sich als Teil einer Liebesbeziehung zu erkennen gibt, stellt er einen bestimmten Aspekt seiner Identität heraus, den er selbst für relevant und erwähnenswert hält (vgl. boyd/Elison 2007: 220). Daneben stellt die Abfassung von Liebeserklärungen eine von vielen Gelegenheiten zur sprachlichen Selbstinszenierung dar. Gerade die von stereotypen Formeln und Wendungen durchdrungene Liebeskommunikation bietet Nutzern die Möglichkeit, sich durch Originalität und Innovation zu exponieren, indem sie die Form ihrer sprachlichen Produktionen der Kritik auch nicht-adressierter Netzwerkmitglieder aussetzen (vgl. Mayor 2002: 36).

Daneben bietet sich die Verlagerung der Liebeskommunikation auf Facebook etwa auch bei einer räumlichen Trennung an: Durch den internetbasierten Austausch von Gefühlen wird dabei nicht nur der Kontakt aufrechterhalten, sondern auch die räumliche Entfernung überbrückt.³² Auf diese Weise wird durch die »Illusion gegenseitiger Präsenz« (Marx 2012: 49) ein gemeinsamer Kommunikationsraum konstruiert, der im Idealfall durch einen quasi-synchronen Austausch mit dem Partner (und allenfalls gemeinsamer Freunde) aufrechterhalten werden kann.

Die Beweggründe für Liebeskommunikation auf Facebook liegen also einerseits in der Möglichkeit begründet, Beziehungsarbeit zu leisten. Diese gewinnt an Wert, da die spezifischen Kommunikationsbedingungen – Schriftlichkeit und Öffentlichkeit – mit mehr Aufwand konnotiert werden und als verbindlicher gelten. Gleichzeitig kann sich das Paar als Gemeinschaft von der Community abgrenzen und so interaktiv eine Einheit bilden. Liebeskommunikation kann außerdem als »Bühne der Selbstdarstellung« (Brommer/Dürscheid 2012: 285) genutzt werden und stellt dadurch eine Ressource für die Aufmerksamkeit anderer Nutzer dar.

4.2 Metakommunikation

Facebook erlaubt unterschiedliche Realisierungsformen von Liebeskommunikation. So ist es nebst dem Versenden von Liebesbotschaften über verschiedene Kanäle beispielsweise auch möglich, im Rahmen der Profilgestaltung metakommunikative Angaben über den eigenen Beziehungsstatus preiszugeben. Diese Option wird in den folgenden Abschnitten etwas genauer erläutert und anschließend daraufhin befragt,

³² Thimm (2008: 348) stellt die These auf, dass sich inzwischen viele Menschen ihren Partnern sogar näher fühlen, wenn sie sich über mediatisierte Kanäle austauschen.

wie die für die Ressource Aufmerksamkeit wichtige Reaktion der Netzwerkmitglieder auf die Auskunft über den Beziehungsstatus ausfällt.

4.2.1 Der Beziehungsstatus

Wie oben dargelegt ist die Gestaltung eines Profils mit Informationen zum Nutzer eine der zentralen Komponenten der SNS und Grundstein für die Kategorien des Identitäts- und Informationsmanagements. Bis auf einige wenige zwingende Angaben (Vor- und Nachname, gültige E-Mail-Adresse, Geschlecht und Geburtstag) kann der Nutzer selbst darüber entscheiden, mit welchen Informationen er sein Profil – und damit seine Online-Identität – anreichert. Während einige Rubriken eine freie Textgestaltung erlauben, stellen andere lediglich Vorschläge bereit, aus denen der Nutzer das Treffendste auswählen kann. Das ist auch im Hinblick auf den Beziehungsstatus der Fall, wobei den Nutzern die abgebildeten Auswahlmöglichkeiten (Abbildung 4) zur Verfügung stehen. Die erste davon macht deutlich, dass die Angabe des Beziehungsstatus eine freiwillige Information ist: bei Betätigung des leeren Felds bleibt der Beziehungsstatus auf dem Profil ohne Angabe. Die nächsten beiden Attribute »Single« oder »In einer Beziehung« geben Aufschluss darüber, ob eine Person Teil einer Liebesbeziehung ist oder nicht.

The image shows a portion of a Facebook profile settings page. At the top, there is a section for 'Interessiert an:' with checkboxes for 'Frauen' and 'Männer', and a person icon with a dropdown arrow. Below this is the 'Beziehungsstatus:' section, which is currently set to 'In einer Beziehung' with a dropdown arrow. A dropdown menu is open, showing the following options: 'Single', 'In einer Beziehung', 'Verlobt', 'Verheiratet', 'Es ist kompliziert', 'In einer offenen Beziehung', 'Verwitwet', 'Getrennt', and 'Geschieden'. To the right of the dropdown is the word 'mit' and another person icon with a dropdown arrow. Below the relationship status section is the 'Jahrestag:' section with a date input field and a dropdown arrow. At the bottom is the 'Sprachen:' section with a text input field and a person icon with a dropdown arrow.

Abbildung 4

Alle weiteren Auswahlmöglichkeiten liefern zusätzliche Informationen darüber, welcher Art und Weise die Beziehung bzw. Nicht-Beziehung ist. Es handelt sich also um semantische Präzisierungen der beiden Grundmöglichkeiten des Single- oder In-einer-Beziehung-Seins. Bei denjenigen Rubriken, die auf eine wie auch immer gear- tete Beziehung verweisen, kann der Nutzer sich mit der dazugehörigen Person ver-

linken³³ und so anzeigen, mit wem er sich in der jeweiligen Beziehungsform befindet. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, den Jahrestag der Partnerschaft einzutragen, auf den das soziale Netzwerk den Nutzer dann einige Tage im Voraus aufmerksam macht. Indem Facebook-User sich dazu entscheiden, Informationen über ihren Beziehungsstatus zu vermitteln, geben sie im Übrigen indirekt auch zu erkennen, für welche Formen von Liebeskommunikation sie grundsätzlich empfänglich sind. Durch die Anwahl eines der darüber liegenden Felder (»Interessiert an«) können sie zudem spezifizieren, an welchem Geschlecht sie dabei interessiert sind.

Daneben stellt auch das Profilbild eine nutzbare Quelle metakommunikativer Liebesinformation dar: Einerseits können sich Paare auf diese Weise visuell als Einheit präsentieren, indem sie ein gemeinsames Bild auswählen. Dabei handelt es sich quasi um die bildliche Umsetzung der Möglichkeit, sich mit einer Person »in einer Beziehung« zu verlinken. Der Vorteil an einer solchen Vorgehensweise liegt darin, dass es dafür nicht das Einverständnis des Partners braucht und dieser damit auch für Personen sichtbar wird, mit denen er selbst nicht befreundet ist. Für Singles besteht analog dazu die Möglichkeit, durch die Präsentation eines besonders vorteilhaften Profilbildes die eigene Attraktivität hervorzuheben. In Kombination mit der Selbstbezeichnung »Single« und der Angabe des interessierenden Geschlechts kann das gegebenenfalls Empfänglichkeit gegenüber Flirtkommunikation signalisieren. Auf diese Weise fungieren SNS nicht selten als Flirtplattformen und können auch der Partnersuche dienen (vgl. Marx 2012: 56).³⁴

Abschließend ist zu betonen, dass die internetbasierte Metakommunikation über den eigenen Beziehungsstatus in stetiger Wechselwirkung zum realen Leben steht. Im schlimmsten Fall kann sie dort sogar negative Folgen bis hin zur Scheidung im realen Leben nach sich ziehen (vgl. Steinschaden 2010: 12).

4.2.2 Kommentierung des Beziehungsstatus

An die obigen Ausführungen schließt sich die Frage an, wie die User mit den Informationen zum Beziehungsstatus ihrer Netzwerk-Freunde umgehen. Dem soll anhand eines Korpusbeispiels exemplarisch nachgegangen werden.

³³ Voraussetzung dafür ist, dass der betreffenden Partner selbst über einen Facebook-Account verfügt. Eine solche Verlinkung muss im Übrigen durch die ausgewählte Person bestätigt werden und kann daher nur in gegenseitigem Einvernehmen erstellt werden.

³⁴ Marx (2012) befasst sich in ihrem Aufsatz mit romantischen Erstkontakten auf Facebook.



Abbildung 5

der die systemgenerierte Gefallensbekundung durch den automatisierten Vorgang allein nicht genügt. Deshalb verschriftet sie zur Verdeutlichung die Funktion des Buttons im Wortlaut und versieht sie zudem mit der Adjektivkomposition »todesguut«. Diese doppelte Verstärkung wird durch die Vokaliteration im Wortteil »guut« auch grafisch umgesetzt. Daneben zeugen die unterschiedlich lachenden Emoticons in sieben der acht Kommentare davon, dass die Statusänderung positiv bewertet wird.

Dass trotz expliziter Nachfrage der Name des »Glücklichen« im gesamten Dialog nicht einmal erwähnt wird und dennoch alle zu wissen scheinen, um wen es sich dabei handelt, verdeutlicht die komplexen Verschränkungen zwischen der Online-Community im sozialen Netzwerk und dem Offline-Leben. Sprachlich manifestiert sich dieser Umstand vor allem in der Weglassung von zwar relevanter, Eingeweihten aber bereits bekannter Information. Dabei besteht auch die Möglichkeit, dass diese Wissensbestände nicht aus dem Offline-Leben, sondern vielmehr aus vorausgegangenen Aktivitäten in der Online-Community resultieren. Das wiederum deutet auf

³⁵ Mittlerweile ist jedoch das rote von einem blauen Herz – passend zu den Grundfarben der Plattform – abgelöst worden.

das Vorhandensein einer Art »Facebook-Wissen« hin: Die User sind sich der Vorgänge im Netzwerk bewusst und beziehen sie in ihre interaktiven Handlungen mit ein. Koch/Richter (2008: 1240) sprechen diesbezüglich von »Kontextawareness« und fassen darunter die Feststellung und interaktive Konstruktion eines gemeinsamen Kontextes. Auf diese Weise entsteht ein sprachlicher Handlungsraum, der sich aus den Facebook-internen und -externen Wissensbeständen zusammensetzt.

4.3 Merkmale partnerschaftlicher Liebeskommunikation

4.3.1 Lexikalische Elemente

In diesem Teil der Analyse geht es um die lexikalischen Aspekte der Liebeskommunikation auf Facebook. Im Theoriekapitel ist bereits auf die Schwierigkeit hinsichtlich der Originalität der Liebessprache hingewiesen worden. Das liegt nicht zuletzt daran, dass das der Liebeskommunikation zur Verfügung stehende Vokabular gewissen Begrenzungen unterliegt: So mag es zwar unendlich viele Möglichkeiten der tatsächlichen sprachlichen Realisierung geben, der Rückgriff auf das liebeskommunikative Grundvokabular bleibt dennoch oft unumstößlich. Eine Möglichkeit, der Wiederholung zu entgehen, besteht in der Kreation von Neologismen, die vor allem im Bereich der partnerschaftlichen Namensgebung zu beobachten sind. Wyss (2006: 44) betont das große Erfindungsreichtum bei der Kreation von Kosenamen und auch Leisi (1993: 22) weist auf die sprachliche Produktivität der Paarsprache hin, der er im Bereich der Namensgebung besondere Kreativität zuspricht. In der nachfolgenden Analyse ist die Frage zu klären, inwiefern dies für die Liebeskommunikation auf Facebook zutrifft. Dem Bereich der Namensgebung folgt die Untersuchung der Verwendungsweisen des Lexems »Liebe« im Rahmen von Liebeserklärungen und anschließend das Vorkommen von Interjektionen. Einige allgemeine Aussagen zum vorherrschenden Sprachduktus und eine kurze Zusammenfassung runden das erste merkmalsanalytische Kapitel ab.

4.3.1.1 Kosenamen und Bezeichnungen

Am häufigsten tritt in der Facebook-Liebeskommunikation mit großem Abstand der Kosename »Schatz« auf. In den 81 analysierten Screenshots ist er insgesamt 48 Mal in der Grundform zu finden.³⁶ Ableitungen davon kommen hingegen selten vor und sind lediglich zwei Mal als Diminutiv (»Schätzle« und »Schatzi«) und ein Mal als Kompositum (»schatziputzimausierherzi«) realisiert. Ebenfalls nur vereinzelt zu

³⁶ Dabei variieren jedoch Gross- und Kleinschreibung.

beobachten sind normabweichende Schreibungen des Grundlexems, darunter vokalisiertierte Formen: eine zweifache (»schaatz«), zwei dreifache (»schaaatz«) sowie eine vierfache Iteration (»schaaaatz«). Daneben erscheint zwei Mal (in derselben Dialogsequenz) die normabweichende Form »saaatz«, wobei die durch das fehlende <ch> unvollständige Graphem-Kombination von den Netzwerkmitgliedern umgehend bemerkt und kommentiert wird:

- 3) M9: »saaatz love you ♥ ☺«
 M9a: »haha satz xD«
 M9: »saaatz... ich lipe dich auch ☺ ♥«
 M9: »wasch M9a, des sin insider xD haha ☺ ♥«

Es handelt sich hierbei um eine Bildung »mit persönlichem Situationshintergrund«, die Teil des Privatcodes der Liebenden und daher nur für sie selbst verständlich ist (vgl. Leisi 1993: 20). Das Beispiel zeigt auch, dass die Verwendung ungewöhnlicher Kosenamen die Aufmerksamkeit der Facebook-Freunde auf sich zieht und daher der Rechtfertigung bedarf. Diese kann jedoch, wie im vorliegenden Fall, auch nur im Verweis auf einen gemeinsamen nach außen abgeschlossenen (Insider)Wissensbestand liegen. Damit belegt der Ausschnitt auch die paarstiftende Abgrenzungsfunktion durch spezialisierte Kommunikationsrituale (vgl. Imo 2012: 33). Erst durch die Platzierung der Äußerung in der öffentlichen Netzwerkumgebung kann sie überhaupt erst diese Funktion erhalten.

Fremdsprachige Kosenamen sind – ganz im Gegensatz zu den Liebeserklärungen – selten: Drei Mal kommt die Bezeichnung »angel« vor und ein Mal wird eine Person »sweetheart« genannt. Andere von Leisi (1993: 19f) als für die Liebeskommunikation typisch klassifizierte Erscheinungsformen von Kosenamen wie Tiermetaphern, Diminutiva oder Erotika unterbleiben beim partnerschaftlichen Austausch auf Facebook, ebenso die Verwendung des Lexems »Herz«. Letzteres ist damit zu erklären, dass das Herz in der Facebook-Kommunikation häufig grafisch (»♥«) realisiert wird (vgl. Kap. 4.3.3.2 Herzchen-Gebrauch).

Neben den gängigen Kosenamen wurde der Austausch in den Screenshots auf weitere partnerschaftliche Fremdbezeichnungen hin untersucht. Damit gemeint sind diejenigen Begriffe, die den Partner in seiner Bedeutung für den Verfasser beschreiben. Mit Abstand am häufigsten kommt die superlativische Verwendung des Adjektivs »gut« vor: Neun Mal wird einer der Partner als der/die/das »bescht« (das Beste) bezeichnet. Folgende weitere Begriffe sind im Korpus je ein Mal zu finden.

- »an Traum« (*ein Traum*)
- »mis leba« (*mein Leben*)
- »d'Welt« (*die Welt*)
- »das grösste«
- »Ein und Alles«

- »my everything«

Dabei handelt es sich um bekannte liebesprachliche Topoi. Daneben findet sich in den Screenshots auch eine Fremdbezeichnung: An einer Stelle heißt eine Nutzerin ihren Partner »Nochmachjonny«³⁷ und referiert damit auf ein spezifisches Facebook-Wissen: Nur wer den Austausch zwischen dem Paar verfolgt hat, erkennt, dass die Nutzerin sich auf eine frühere Äußerung bezieht. Der Bezeichnungsneologismus zeugt damit von den vielfältigen interaktiven Verflechtungen der nicht-linearen Facebook-Kommunikation, die von der Zitation und Wiederaufnahme von Versatzstücken aus umgebungsinternen Wissensbeständen geprägt ist.

Abschließend ist festzuhalten, dass zwar in über der Hälfte der Screenshots Kosenamen und partnerschaftliche Bezeichnungen verwendet werden, diese jedoch – im Widerspruch zu den Befunden von Wyss und Leisi – kaum von Kreativität oder Erfindungsreichtum der Nutzer zeugen. Sie beschränken sich im Gegenteil auf einige wenige Lexeme aus dem Grundliebesvokabular, was vor allem in der häufigen und meist normgetreuen Schreibung des Wortes »Schatz« ersichtlich ist.

4.3.1.2 Liebeserklärungen

Grundlegender Bestandteil jeglicher partnerschaftlichen Kommunikation ist das zentrale Lexem »Liebe«, das in seiner verbalen Form als Prädikat für Gefühlsbetuerungen in Gestalt von *Liebeserklärungen* dient. Deren satzsemantische Grundform besteht aus einem Subjekt,³⁸ das Träger des Affekts ist, dem verbalen Teil »lieben« sowie einem direkten Akkusativobjekt als Affektgegenstand (vgl. Auer 1988: 13). Zudem wird im Folgenden unterschieden zwischen einfachen und komplexen Liebeserklärungen: Erstere sind dreigliedrig und enthalten lediglich die bereits genannten Komponenten, Letztgenannte hingegen sind durch zusätzliche Attribute ergänzt – etwa die Betonung der Stärke (»über alles«) oder die Versicherung der Dauerhaftigkeit (»für immer«).

Da ausschließlich die Liebeskommunikation zwischen Paaren Gegenstand des Korpus ist, überrascht es kaum, dass in den 81 Screenshots insgesamt 79 Liebeserklärungen zu finden sind. Die hohe Zahl erklärt sich jedoch nicht zuletzt auch durch die Paarigkeit der kommunikativen Gattung, die zu einem gewissen reaktiven Zugzwang führen (Auer 1988: 14) – eine Kommentierung der Äußerungen wird demnach vom Verfasser selbst stärker erwartet als dies bei anderen Inhalten der Fall ist. Jucker/Dürscheid (2012: 47) sprechen in diesem Zusammenhang von der

³⁷ Diese Bezeichnung ist eher negativ konnotiert und frei übertragen zu verstehen als Person, welche die Handlungen einer anderen kopiert. Der Eigenname »Jonny« fungiert dabei als verallgemeinernde männliche Bezeichnung.

³⁸ Dessen schriftliche Realisierung ist jedoch für das kommunikative Verständnis keine zwingende Notwendigkeit.

»expectation of uptake«, die auf einer Skala zwischen hoher und niedriger Erwartung anzusetzen ist. Im Korpus gehören 24 der 79 Liebesbeteuerungen in die Kategorie »uptake«, was in 19 Fällen zusätzlich mit dem Partikel »auch« (bzw. dem englischen Pendant »too«) gekennzeichnet ist.

Tabelle 2 gibt einen Überblick über die 79 Liebeserklärungen, aufgeschlüsselt nach Einfachheit und Komplexität einerseits und der gewählten Sprache andererseits.

	einfach	komplex	gesamt
Standardsprache	6	4	10
Dialekt	19	10	29
Fremdsprache	32	8	40
Σ	57	22	79

Tabelle 2

Bei den meisten Liebeserklärungen handelt es sich demnach um solche, die lediglich drei Komponenten umfassen. Das lässt den Schluss zu, dass die Liebeskommunikation auf Facebook von einfachen syntaktischen Strukturen dominiert wird und diesbezüglich ein geringer Variationsgrad zu beobachten ist. Die dadurch stark zitathaften Formeln finden jedoch in einem für partnerschaftlichen Austausch bisher wenig genutzten Terrain Anwendung, wodurch auf eine andere Weise Innovation demonstriert wird. Damit ist die Beschränkung auf einfache und bekannte Strukturen nicht nur gerechtfertigt, sondern vielmehr geradezu notwendig.

Die Präferenz des Dialekts gegenüber der Standardsprache ist dem Umstand geschuldet, dass damit nicht nur auf ein typisches Mittel internetbasierter Kommunikation zurückgegriffen, sondern zudem Nähe markiert wird. Dass dem

Dialekt außerdem ein identitätsstiftendes Moment anhaftet, stimmt mit den oben dargelegten Motiven – Selbstdarstellung und Paarinszenierung – für die Liebeskommunikation auf Facebook überein.

Der Blick auf die Tabelle offenbart daneben einen relativ hohen Anteil an fremdsprachigen Liebeserklärungen, wobei Englisch am häufigsten vertreten ist. Abbildung 6

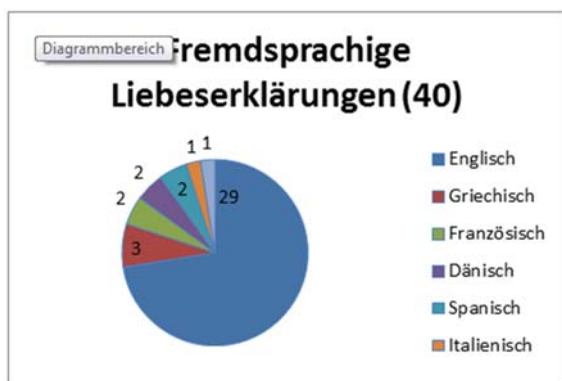


Abbildung 6

zeigt die Aufgliederung der Liebeserklärung nach Fremdsprachen.

Die Dominanz des Englischen lässt sich mit Döring (1999: 182f.) dadurch erklären, dass die Verwendung von Anglizismen als internetspezifisches Merkmal Vertrautheit mit der Netzkultur signalisiert.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass sich bei den Liebeserklärungen ein ähnliches Bild wie bei den Kosenamen zeichnet: Sie weisen eine eindeutige Tendenz zur Einfachheit in der Formulierung auf. Diese wird jedoch durch die Platzierung in einem für Liebeskommunikation innovativen Kontext kompensiert.

4.3.1.3 Entzückensinterjektionen

In Bezug auf die liebestypische Lexik ist auch die Analyse der Interjektionen aufschlussreich. Einerseits gelten diese als typisch für die Schriftlichkeit in den neuen Medien (vgl. Elspaß 2002: 20) und andererseits stellen sie ein häufiges Sprachgebrauchsmuster der Liebeskommunikation dar (vgl. Ortner 1996: 260).³⁹ Die nachstehende Grafik zeigt auf, wie häufig die untersuchten Paare solche Interjektionen verwenden, die in irgendeiner Form Entzücken oder emotionales Berührt-Sein anzeigen. Diese folgen in der Regel als Reaktion auf eine vorausgehende Liebesäußerung.



Abbildung 7

Die in der Grafik genannten Interjektionen sind lediglich als Grundformen zu verstehen. Sie nehmen in den einzelnen Äußerungen unterschiedliche Gestalt an, indem beispielsweise Buchstaben iteriert (»oh« → »ooh«) und/oder ersetzt werden (»jöh« → »jöö«). Die Iteration von Vokalen und Konsonanten führt dabei zu einer

³⁹ Das liegt daran, dass Interjektionen definitionsgemäß »[...] dem Ausdruck spontaner, reaktiver Emotionen oder Bewertungen [...]« dienen und prototypischerweise expressiv sind (Duden 2009: 597).

Intensivierung der Expressivität, die auch als emulierte Prosodie bezeichnet wird (vgl. Haase et al. 1997: 68). Dadurch sind sie nicht nur ein ideales sprachliches Mittel der Liebeskommunikation im Allgemeinen, sondern durch ihre tastaturbedingt einfache Realisierbarkeit der online praktizierten Liebeskommunikation im Besonderen.

4.3.1.4 Allgemeiner Sprachduktus

Weiter oben ist bereits darauf hingewiesen worden, dass die superlativische Form des Adjektivs »gut« ein häufiges Sprachgebrauchsmuster der Online-Partnerkommunikation darstellt. Diese Feststellung lässt sich auf den prototypischen Sprachduktus der Facebook-Liebeskommunikation ausweiten: Dieser konstituiert sich über die Verwendung des Superlativs sowie den Rückgriff auf Augmentiva und hyperbolischen Wortschatz. Folgender Ausschnitt aus dem Korpus (Abbildung 8) verdeutlicht exemplarisch, wie sehr der partnerschaftliche Austausch von Verstärkungen, Erhöhungen und Übersteigerungen geprägt ist:

W9

hett gad s'obergenialste, tollste, schönste, unglaublichste, wundervollste & superste geburtstagsgshenk vo ihrem schatz überko :D :D
daaaaaaaaaankeeee :D i ha min riiiiing weeedeeer :D
i liab di sooooo fest min schatz ♥♥♥

 vor 2 Stunden via Handy-Web · Gefällt mir · Kommentieren

 4 Personen gefällt das.

Abbildung 8

Allein im ersten Satz verwendet die Nutzerin sechs Mal den Superlativ. Gleich doppelt verstärkt hat W9 das erste Adjektiv, indem sie nicht nur die Steigerungsform wählt, sondern durch das Präfix »ober« eine zusätzliche Erhöhung erreicht. Einen besonderen Status nimmt auch das letzte Adjektiv der Reihe ein, da dessen Steigerung nicht der grammatischen Norm entspricht. Gerade dieser Umstand jedoch verstärkt die Expressivität der Aussage: Die herkömmlichen Mittel der Sprache reichen nicht mehr aus und deshalb müssen Analogie-Bildungen aushelfen. Neben den lexikalischen und grammatischen Mitteln zur Übersteigerung bedient sich die Nutzerin schließlich auch grafischer, indem sie nicht nur Buchstaben, sondern auch Emoticons iteriert.

Dieses expressiv-überzeichnende Schema tritt – tendenziell jedoch etwas weniger verdichtet – auch in vielen anderen Auszügen auf. Das schlägt sich im Überblick unter anderem in folgenden formelhaften Wendungen nieder:

- »über alles«
- »mega fest«; »brutal«

- »viel mehr«; »noch mehr«; »mehr als alles andere«
- »nie«; »niemals«; »jemals«
- »unendlich«; »ewig«; »für immer«
- »die ganze Zeit«; »das restliche Leben«

Während die Lexeme in den ersten drei Zeilen die Stärke der für den anderen empfundenen Liebe betonen, drücken die unteren drei die Hoffnung einer immerwährenden Dauer derselben aus. Es besteht also zusammenfassend die Tendenz zu einem Sprachduktus, der durchzogen ist von übersteigerten, augmentierten und stark betonten Elementen. Die Nutzer versuchen auf diese Weise, die empfundene Einzigartigkeit und Besonderheit der Liebe und des Partners sprachlich zu fassen. Durch das Stattfinden der Kommunikation in der Teil-Öffentlichkeit der Online-Community erhöht sich der Druck einer besonders vorteilhaften Darstellung nicht nur der Beziehung, sondern auch der emotionalen Bindung derselben.

Als Zwischenergebnis ist an dieser Stelle festzuhalten, dass die Facebook-Liebeskommunikation keine bedeutsamen lexikalischen Innovationen aufweist. Damit verhält sie sich konträr zu anderen Formen der Liebeskommunikation, bei denen gerade die lexikalische Ebene von kreativen Neuerungen geprägt ist. Solche sind jedoch auf Facebook nicht vonnöten, weil das »altbekannte« Liebesvokabular im Rahmen der »neuen« Kommunikationsbedingungen (noch) weniger abgenutzt klingt, als dies beispielsweise in einem Liebesbrief der Fall ist. Die Verwendung von Liebesvokabular auf Facebook an sich ist bereits Neuerung genug und bedarf daher keiner zusätzlichen Originalität durch Neubildungen, ausgefallene Kosenamen, umfangreiche Liebeserklärungen oder dergleichen. Die beobachtete lexikalische Einfachheit der Facebook-Liebeskommunikation – insbesondere in den Bereichen Namensgebung und Liebeserklärungen – mag auch damit erklärbar sein, dass deren (Bestehens-)Novität eine gewisse Deutlichkeit verlangt.

Halten wir an dieser Stelle fest: Die Facebook-Liebeskommunikation ist noch im *status nascendi* und es ist daher zweifelsohne an den Nutzern, die vorhandenen Möglichkeiten auszuprobieren, auf ihre Funktionalitäten hin zu testen und spezifische Sprach- und Handlungsmuster zu etablieren. Die strukturellen und technischen Rahmenbedingungen der Plattform stellen dafür genügend Mittel und Wege zur Verfügung. Es ist deshalb zu erwarten, dass bei zunehmender Abnutzung durch häufigeres Vorkommen neue Formen der sprachlichen Individualisierung beobachtbar sein werden. Diese, so die Prognose, schöpfen dann auch vermehrt aus dem reichen Fundus an Möglichkeiten, welche die technischen Kommunikationsbedingungen etwa in Form multimodaler Gestaltungsmöglichkeiten zur Verfügung stellen.

4.3.2 Thematische Elemente

Der Untersuchung des lexikalischen Materials folgt die thematische Analyse der 81 Screenshots. Dabei steht die Frage im Vordergrund, welche inhaltlichen Bereiche im partnerschaftlichen Austausch auf Facebook angesprochen werden und allenfalls durch ein gehäuftes Vorkommen Bedeutung erlangen. Eine trennscharfe Unterteilung gestaltet sich jedoch als schwierig, wie der nachfolgende Korpusauszug (Abbildung 9) exemplarisch verdeutlicht:



Abbildung 9

Nutzerin W10 deckt in diesem Pinnwandeintrag gleich mehrere thematische Felder ab. Zunächst kommen sowohl positive wie auch negative Emotionen zur Sprache. Erstere werden durch das einleitende »froh« evoziert und finden des Weiteren in dem beschriebenen Glück und der Hoffnung auf eine ewigwährende Fortdauer ihren Niederschlag. Letztere hingegen manifestieren sich im Bild des als sinnlos konstatierten Lebens ohne den Liebespartner. Diesen stellt die Nutzerin danach – womit ein neues thematisches Feld betreten wird – mit verschiedenen Komplimenten in seiner Einzigartigkeit und Unübertrefflichkeit dar. Nicht nur der Partner als Person, sondern auch die Beziehung als solche wird erörtert und mit einem Traumzustand verglichen, den aufrechtzuerhalten die Nutzerin als erstrebenswert empfindet. Die im Rahmen der Partnerschaft gemeinsam verbrachte Zeit wird mit Glück konnotiert und als Privileg betrachtet, was durch das Modalverb »dürfen« ausgedrückt wird. Ergänzend zur Beziehungsdarstellung thematisiert die Nutzerin schließlich das für den Partner empfundene Liebesgefühl, das durch die Faktoren Stärke (»über alles«) und Dauer (»für immer«) angereichert besondere Betonung erhält.

Aufgrund der dargelegten Schwierigkeit einer trennscharfen Einteilung in einzelne thematische Felder, zielt die folgende Analyse vor allem darauf ab, einzelne exemplarische Ausschnitte unter einem bestimmten Aspekt genauer zu betrachten.

4.3.2.1 Thematisierung von Emotionen

Die Thematisierung der für den Partner empfundenen Liebesgefühle ist ein zentraler Bestandteil nicht nur der allgemeinen, sondern auch der Facebook-spezifischen partnerschaftlichen Kommunikation. Von den einfachen Liebeserklärungen abgesehen, spielen bei der Thematisierung der Gefühle für den Partner vor allem zwei Faktoren eine bedeutende Rolle: Das ist zum einen die Stärke der Empfindungen, die in 20 – und damit rund 25% der gesamthaft untersuchten – Screenshots angesprochen wird. Die Bandbreite reicht dabei von einem »sehr« über die verstärkten Varianten »so fest« bzw. »verdammt fescht« bis hin zum oben bereits zitierten absoluten »über alles«. Zum Zweiten verweisen die Nutzer immer wieder auf die Dauer bzw. Zeitlichkeit der Liebesgefühle. 13 Mal äußert sich das im Korpus, etwa in Wendungen wie »für immer«, durch Zeitadjektive wie »ewig« und »unendlich« oder in der Verwendung numerischen Materials. Mit dessen Hilfe wird entweder auf konkrete,

M9

4 Monate ♥

--> bis zur Unendlichkeit und noch vieeel weiter ♥

14. November 2010 um 11:50 · Gefällt mir · Kommentieren



Abbildung 10

mit der Beziehung in Verbindung stehende Daten (etwa den Jahrestag) verwiesen oder eine Zeitspanne bezeichnet, die in Zusammenhang mit der Partnerschaft steht.

Das ist etwa in Abbildung 10 der Fall: M9 postet in der ersten Zeile die Zeitangabe

»4 Monate« und schließt sie mit einem Herzchen, das als thematischer Indikator dient, ab. In der folgenden Zeile hält er anschließend fest, dass er die Fortdauer dieser vier Monate bis in die Unendlichkeit und gar noch weiter anstrebt. Das einleitende Pfeilzeichen ist dabei als grafische Umsetzungen dieser Fortsetzung interpretierbar, ebenso wie die spätere Reduplikation des Vokals im Adverb »viel«. W9 betätigt nicht nur den »Gefällt-mir«-Knopf und gibt dadurch ihr Einverständnis zur Äußerung, sondern führt die Metapher der ewig anhaltenden Liebesgefühle ihrerseits fort, indem sie auf eine stereotype Märchenformel zurückgreift. Das Paar setzt die gemeinsam etablierte Metapher demnach interaktiv auf verschiedenen Ebenen um, wodurch sie einerseits eine höhere Verbindlichkeit erlangt und andererseits durch die Ausnutzung der angebotenen Funktionalitäten zu einer für die Plattform spezifischen Form der Liebeskommunikation wird.

Neben der Inszenierung der füreinander als besonders stark oder anhaltend empfundenen Emotionen existiert eine weitere Kategorie von Gefühlen, die besonders prototypisch für die Liebeskommunikation ist: die Sehnsucht, mit der die Abwesenheit des Anderen zum Ausdruck gebracht wird. Im Facebook-Korpus finden

sich entsprechend 15 Sehnsuchtsformeln, wobei am häufigsten Vermissen und Aneinander-Denken bekundet werden:

- »muass oh di ganz ziit ah di denka...« (*muss auch die ganze Zeit an dich denken*)
- »egal wo du auch bist, ich denke immer nur an dich«
- »you're always in my mind ♥«

Es zeigt sich auch hier, dass die Tendenz zur Korrelation der Liebesgefühle mit den Faktoren Stärke und Dauer besteht. Das dient einerseits dazu, die emotionale Verbindung zum Partner vor den Mitlesern als einzigartig herauszustellen und sich so als »Paarheit« von anderen Liebespaaren abzugrenzen. Andererseits stellt es gewissermaßen einen Rechtfertigungsgrund für den öffentlich praktizierten Liebesaustausch dar: Die Stärke der Liebe erfordert eine zusätzliche (mediale) Ausdrucksmöglichkeit für die Gefühle und – daraus folgend – deren Öffentlichkeitmachung für die Netzwerkmitglieder, die dadurch daran teilhaben können.

Auch Emotionen allgemeiner Art sind für die Kommunikation zwischen Partnern grundlegend. Das Konzept der Liebe konstituiert sich, wie an früherer Stelle erläutert, über die Verschmelzung verschiedener Gefühle. Dazu gehören positive Empfindungen wie Freude und Glück ebenso wie die negativen Pendanten Trauer, Leere oder Angst. Das Verhältnis in den untersuchten Screenshots ist ausgeglichen: Je neun Mal kommen explizite Erwähnungen positiver bzw. negativer Gefühle vor. Erstere äußern sich vorwiegend in egoperspektivischen Beteuerungen der Freude über ein bevorstehendes Treffen. In anderen Beispielen wird wiederum auf den Umstand verwiesen, dass der Partner positive Emotionen auszulösen in der Lage ist – die Fähigkeit dazu wird dabei als interaktive Aufgabe etabliert.

Aufschlussreich ist kontrastiv dazu auch das Vorkommen negativer Emotionen, die sich einerseits über das Evozieren negativ konnotierter Szenarien äußert – etwa die Möglichkeit einer allfälligen Trennung:

- 4) M9: »Du darfst mich nicht verlassen :(«

Eine weitere Ausdrucksform negativer Emotionen ist andererseits die Thematisierung von Eifersucht. Diese kommt in den vorliegenden Beispielen jedoch weniger im Austausch zwischen den Partnern selbst, sondern vielmehr in den dazugehörigen Reaktionen aus dem umgebenden Umfeld vor. Im Zuge dessen werden negative Reaktionen auf partnerschaftliche Facebook-Kommunikation vom Paar selbst nicht akzeptiert und als Manifestierung von Eifersucht gewertet. Dadurch findet eine Umdeutung statt: Eifersucht wird zu etwas, das nicht innerhalb der Partnerschaft selbst, sondern von Außenstehenden im Hinblick auf das gemeinsame, öffentlich vermittelte Glück empfunden wird. Eine solche Reaktion ist ein Beispiel dafür, wie

die herrschenden Öffentlichkeitsbedingungen als Quelle potenzieller negativer Reaktionen mithilfe von Reparaturstrategien umgangen werden können.

4.3.2.2 Partnerdarstellung

Die Liebeskommunikation in der Facebook-Öffentlichkeit geht daran anschließend mit dem Bestreben einher, nicht nur die Liebesbeziehung, sondern auch den Partner selbst in einem möglichst vorteilhaften Licht erscheinen zu lassen. Auf lexikalischer Ebene geschieht das über die Verwendung von Kosenamen, Soziativa und gesteigerter Adjektive. In semantischer Hinsicht hingegen äußert es sich im Versuch, den Partner durch Komplimente in seiner Einzigartigkeit und Bedeutung für den je anderen darzustellen.

Dabei sind im Korpus einerseits Komplimente zu finden, die sich auf das Aussehen des Partners beziehen und andererseits solche, die dessen positive Charaktereigenschaften hervorheben.

Die erste Kategorie enthält insgesamt sieben Beispiele, die über alle drei untersuchten Paar-Konstellationen verteilt sind.⁴⁰ Es handelt sich dabei offenbar um ein beziehungsübergreifendes Muster, das im Übrigen auch unter Freunden häufig praktiziert wird und ein wichtiger Bestandteil der (Bild-)Kommunikation auf Facebook im Allgemeinen zu sein scheint. Bei der positiven Bewertung von Bildern handelt sich damit um eine Art kommunikative Aufgabe, die mit bestimmten Erwartungen verbunden wird. M9 setzt diese im Korpus beispielsweise dadurch um, das er ein Foto seiner Partnerin mit den Worten »Ohgott so schön min schatz ♥« bewertet. M10 hingegen löst die zu erfüllende Aufgabe auf eine andere Weise: Er beklagt sich in einer Statusmeldung darüber, dass er nicht einschlafen könne, wenn seine Partnerin nicht neben ihm liege – wäre das jedoch der Fall, stünde er letztlich vor demselben Problem,

- 5) M10: »[...] well ma so öpis wunderschös afach immer aluaga muass [...]«
(*weil man so etwas Wunderschönes einfach ständig anschauen muss*)

Aufschlussreich ist hier die Wahl der Kommunikationsform: M10 schreibt nicht seine Partnerin direkt an, sondern lobt ihr Aussehen mittels einer Statusmeldung, die mehrfachadressiert ist und sich an eine unbestimmte Rezipientengruppe richtet. Die Reichweite des Kompliments wird dadurch ausgeweitet und nicht nur sie selbst, sondern auch die anderen Netzwerkmitgliedern erfahren, wie der Nutzer über das Aussehen seiner Partnerin denkt.

Zur Realisierung der zweiten Kategorie – der Darstellung der Charaktereigenschaften des Partners –, die im Korpus 23 Mal vorkommt, greifen die Nutzer vor

⁴⁰ Dabei sind es in allen drei Fällen die männlichen Partner, welche die Komplimente äußern.

allem auf positiv konnotierte lexikalische Elemente zurück. Diese werden in direkter Adressierung über das Personalpronomen der zweiten Person Singular und das Hilfsverb »sein« auf den Partner bezogen. So entstehen stereotype Wendungen, in denen die Persönlichkeit des Partners als »wundervoll«, »fantastisch« oder »clever« beschrieben wird. Dabei erfolgt häufig eine zusätzliche Steigerung durch eine absolute oder superlativische Verwendung.

Neben dieser direkten Form der Komplimente besteht ein weiteres, häufig praktiziertes Muster der Partnerdarstellung in der Schilderung der Bedeutung, welche die Partner füreinander besitzen. Das wird etwa im nachfolgenden Korpusschnitt deutlich:

- 6) M9: »To the world you may be one person, but to one person you may be the world. ♥♥♥«

Die Praxis der Partnerdarstellung hat demnach zum Ziel, die Aufmerksamkeit der Netzwerkmitglieder mithilfe der genannten Muster auf den Partner zu richten, dem sich dadurch eine potenzielle Popularitätsressource eröffnet. Liebeskommunikation auf Facebook beinhaltet entsprechend auch die Möglichkeit, durch die erhöhte Aufmerksamkeit den sozialen Status innerhalb der Community zu steigern.

4.3.2.3 Beziehungsdarstellung

Ein weiteres thematisches Feld neben der Hervorhebung des Partners als Einzelperson ist die Darstellung der gemeinsamen Beziehung, wobei diese Kategorie grundsätzlich allen Erscheinungsweisen von Liebeskommunikation mehr oder weniger stark anhaftet. Im Sinne der Forderung Barthes' (1984: 46), stereotype Beziehungsdiskurse durch Originalität zu überwinden, bietet sich deshalb im Hinblick auf diese Kategorie das Erzählen von Geschichten aus dem gemeinsamen Beziehungsalltag an – dieser ist jedem Paar eigen und somit einzigartig. Indem ein Paar seine gemeinsame Offline-Zeit mit anderen Netzwerkmitgliedern online teilt, entstehen neuartige Verflechtungen und Übergangsformen zwischen virtuellen und realen Liebesdiskursen, die dadurch an Originalität gewinnen. Das Erzählen der privaten Beziehungsgeschichten in der Öffentlichkeit der Community erlaubt den Mitgliedern außerdem die aktive Teilnahme am Beziehungsdiskurs durch einen Kommentar oder eine Gefallensbekundung. Dieser Umstand beinhaltet im Vergleich zum Kompliment für beide Partner die Möglichkeit der Popularitätssteigerung durch positives Feedback.

Die Beziehungsdarstellung in den untersuchten Facebook-Screenshot gestaltet sich vielschichtig. Zu den einfacheren Formen gehören Hinweise auf gemeinsam verbrachte bzw. zu verbringende Zeit, etwa in der Form: »freu mi druff di zשהa am obet« (*ich freue mich darauf, dich am Abend zu sehen*) oder »hope i'll see you on

Monday«. Dabei wird nicht nur über einen konkreten Verabredungstermin Auskunft gegeben, sondern gleichzeitig die Freude über das bevorstehende Treffen bekundet. Die folgenden beiden Korpusauszüge hingegen beschreiben ein bereits erfolgtes Zusammensein:

- 7) W9: »afd toll dr ganz nomitag bi diar zsii :)♥«
(*einfach toll, den ganzen Nachmittag bei dir zu sein*)
- 8) W9: »hett für immer döt ligge köнна (:♥«
(*hätte für immer dort liegen können*)

Die Belege zeigen, dass die Liebeskommunikation auf Facebook auch dazu genutzt wird, den Freunden das Funktionieren der Beziehung zu bestätigen und sie im Sinne des Informationsmanagements über deren aktuelle Entwicklungen auf dem Laufenden zu halten.

Daneben existieren weitaus komplexere Formen der Beziehungsdarstellung. Ein Beispiel dafür findet sich unter den Screenshots des Paares 9, das sich in einer 15 Kommentare umfassenden Dialogsequenz über eine Begebenheit aus ihrem Alltag unterhält. Der initiierende Akt stammt von M9, der seiner Partnerin das Stichwort »Lachkrämpfe« auf die Pinnwand postet. Daraus entspinnt sich ein Dialog über die Stärke und Ursache dieser Lachkrämpfe, wobei diese sich dem unwissenden Leser nicht erschließen. Auf diesen Umstand weist M9 später selbst hin, wenn er schreibt: »so viel insider«. Daran anschließend überlegt sich das Paar in den folgenden sieben Kommentaren gemeinsam, wie viele Bücher sich wohl aus ihren zahlreichen paareigenen »Insider-Geschichten« und dem rege betriebenen SMS-Verkehr schreiben ließen. Das Besondere an dieser getippten Dialogsequenz ist ihre inhärente Widersprüchlichkeit: Während das Paar auf der einen Seite in der Zeugenschaft des Netzwerkes explizit offenlegt, dass es über sehr viele ihm eigene Geschichten verfügt, lässt es die konkreten Inhalte derselben dennoch im Dunkeln. Es geht somit ausschließlich darum, den Netzwerkmitgliedern die sich in den Erzählungen manifestierende Originalität der Beziehung vor Augen zu führen und sich damit vom stereotypen Liebesdiskurs abzuheben.

4.3.2.4 Besondere Topoi

Im Rahmen einem kurzen Exkurses beschäftigt sich dieser Abschnitt mit zwei semantischen Topoi, die bei der Analyse des Korpus aufgefallen sind. Der Erste davon ist vor allem aufgrund seiner hohen Vorkommensrate erwähnenswert: In insgesamt 26 Screenshots, also knapp einem Drittel des Gesamtkorpus, greifen die Nutzer auf einen Dankbarkeitstopos zurück. Dabei bedanken sich die Liebenden immer wieder für die ihnen zugesprochenen Komplimente oder Liebeserklärungen und erfüllen damit die interaktive Aufgabe der Realisierung eines respondierenden

Aktes, der im Sinne eines »uptakes« mit hohen Erwartungen verbunden ist. Dem einleitenden »danke« folgt entsprechend häufig eine zusätzliche Äußerung in Form einer Gegen-Liebeseerklärung bzw. eines Gegen-Kompliments.

Daneben gibt es auch Dankesäußerungen, die für den unwissenden Rezipienten ohne Referenzobjekt bleiben. Das ist etwa im untenstehenden Ausschnitt der Fall:

9) M1: »♥♥♥ Danke viel mol schatzi, liebe dich ♥♥♥«

Das zitierte Statement bleibt ohne weiteren kontextgebenden Kommentar, weshalb die Ursache des Dankes für den Mitlesenden unklar bleibt. Diese Form des unspezifischen Dankes knüpft an die paareigenen Insider-Geschichten an, die als solche zwar ausgestellt, aber nicht entschlüsselt werden. Für den Rezipienten werden sie so zu inhaltsleeren Zeichen, die jedoch ihrerseits den Umstand reflektieren, dass sie für das Paar mit besonderem Inhalt besetzt sind.

Ein weiterer Topos, der in den untersuchten Screenshots seinen Niederschlag findet, ist derjenige vom »Scheitern der Sprache« (Auer 1988: 29). Wie im Theorie-Kapitel festgehalten, unterliegt Liebeskommunikation stets der Schwierigkeit, dass die als individuell und einzigartig empfundenen Gefühle nur mithilfe sprachlich stereotyper Formeln ausgedrückt werden können. Dem wird nun gerade durch den Hinweis auf diese Unzulänglichkeit der Sprache angesichts der Stärke der erlebten Gefühle entgegenzuwirken versucht. Im Korpus finden sich zwei unterschiedliche Beispiele für die Anwendung des Topos, wobei das Erste die lexikalische Unzulänglichkeit der Liebessprache in den Fokus nimmt.

10) W9: »there are just not enough words to describe you & none that could say what you mean to me.«

Im ersten Teil der Äußerung hält W9 fest, dass das lexikalische Repertoire nicht ausreicht, um den Partner angemessen zu beschreiben. Im durch das »und«-Zeichen grafisch abgegrenzten zweiten Aussageteil geht W9 noch einen Schritt weiter und betont, dass es für die Bedeutung, die ihr Partner für sie besitzt, überhaupt keine Worte gebe.

Damit greift sie zur sprachlichen Realisierung des Topos auf das bereits bekannte stereotype Muster der Übersteigerung zurück und widerlegt dadurch gleich selbst den Topos, der im Rahmen der Liebessemantik nur deshalb funktioniert, weil er selbst zur stereotyp codierten Formel geworden ist (vgl. Auer 1988: 29).

In anderer Form kommt der Topos im folgenden Ausschnitt vor, in dem W9 mit einem Kommentar auf ein von ihrem Partner gepostetes Gedicht reagiert:

11) W9: »bi so saha wasi nia was sega :)«
(*bei solchen Sachen Weiss ich nie, was sagen*)

Mit dieser Aussage gibt W9 zu bedenken, dass sie sich nicht dazu in der Lage sieht, sprachlich angemessen auf die Liebesbotschaften ihres Partners zu reagieren. Gleichzeitig spricht sie ihm damit die Fähigkeit zu, seine liebeskommunikative Pflicht erfolgreich zu erfüllen, da ihre Sprache angesichts der vermittelten Gefühle tatsächlich scheitert. Das Adverb »nie« impliziert zudem, dass er dieses Ziel mit einer gewissen Regelmäßigkeit erreicht.

Der Rückgriff auf den Unzulänglichkeitstopos ist demnach als eine besondere sprachliche Form der Beziehungsdarstellung zu betrachten, da er auf einer metakommunikativen Ebene darüber Auskunft gibt, wie Liebeskommunikation im Allgemeinen funktioniert bzw. woran sie letztendlich scheitern muss.

4.3.3 Graphostilistische Elemente

Gehen wir nun der Frage nach, welche spezifischen graphostilistischen Elemente in der Liebeskommunikation auf Facebook zur Anwendung kommen. Zunächst sei kurz skizziert, was unter Graphostilistik verstanden wird und welche Ausprägungen in der internetbasierten Kommunikation im Allgemeinen zu beobachten sind. Anschließend liegt der Fokus der Untersuchung auf dem Gebrauch des Herz-Symboles (♥), das zunächst auf Vorkommensart und Häufigkeit hin analysiert wird. Danach soll entlang dessen eine Abgrenzung zur freundschaftlichen Nähekommunikation versucht werden. Im zweiten, analytischen Teil werden weitere graphostilistische Mittel aufgeführt, die im Korpus Verwendung finden.

4.3.3.1 Definition Graphostilistik

Im methodischen Kapitel ist bereits darauf hingewiesen worden, dass die Graphostilistik zu den typischen sprachlichen Charakteristika der internetbasierten Kommunikation zählt und dementsprechend auch im Facebook-Korpus gehäuft zu beobachten ist. Androutsopoulos (2007: 83) definiert Graphostilistik wie folgt:

Graphostilistik bezeichnet [...] Selektionen innerhalb des graphemischen Systems, Manipulationen visuell repräsentierter Sprache ohne Entsprechung zur Phonie, deren ausgesprochen hybrider Charakter die weitere Klassifizierung erschwert.

Es handelt sich bei graphostilistischen Erscheinungen also um ganz unterschiedliche Formen – *nota bene* – schriftsprachlicher Realisierungen, die stark durch die Einbindung visuell-graphischer Elemente geprägt sind und damit auch der Repräsentation phonischer Elemente dienen. Die zentrale Funktion von Graphostilistika liegt demnach darin, non- und paraverbale sprachliche Handlungen zu kompensieren und metasprachliche Informationen zu übermitteln. Konkret umgesetzt wird das etwa durch Smileys, expressive Großschreibung, Iteration von Satzzeichen oder Buch-

staben, Abkürzungen oder Sonderzeichen (vgl. Moraldo 2010: 25f.) Eine weitere typisch graphostilistische Strategie besteht in der Ersetzung von Äußerungsteilen durch homographe Entsprechungen. An der Grenze zur Bildlichkeit schließlich stehen solche Formen, bei denen die Äußerung anhand der flächigen Organisation von Buchstaben, Interpunktions- und Sonderzeichen entweder dekorativ umrahmt oder aber als solche abgebildet ist (vgl. Androutsopoulos 2007: 83).

Die Motive für den Gebrauch graphostilistischer Mittel sind darin zu sehen, dass die Nutzer damit auffallen, Kreativität an den Tag legen und sich so sprachlich selbst inszenieren wollen. Gerade aufgrund der eingeschränkten Möglichkeiten für Normverstöße im dialektalen Schreiben sind die Nutzer auf andere Quellen zur Realisierung besonderer Schreibweisen angewiesen (vgl. Müller 2006: 104-111).

4.3.3.2 Herzchen-Gebrauch

Dass die Verwendung von Herzen (♥) längst kein auf Paare beschränktes graphostilistisches Phänomen mehr ist, sondern sich als Zeichen allgemeiner Sympathiebekundung großer Beliebtheit insbesondere unter jugendlichen Nutzern erfreut, darauf weisen Brommer/Dürscheid (2012: 285) hin. Sie beobachten in diesem Zusammenhang eine »[...] Tendenz zu emphatischer Überhöhung und emotionalisierter Schreibweise«, die sie unter dem Begriff der »Gefühlsstenografie« fassen. Der inflationäre Gebrauch der Herzen findet aber nicht bei allen Nutzern Anklang, wie der folgende Ausschnitt belegt:

- 12) W11: »Lohn amol dia Scheiss verdammta Herzle weg vo jedera
 beschissna Statusmeldig, haltsch jo ned aus: ›Bin gad am scheissen
 ›♥♥♥‹ zum Kötz loh! (-.-)«
*(Lasst endlich die scheiss verdammten Herzchen weg von jeder beschissenen
 Statusmeldung, hältst du ja nicht aus: ›Bin gad am scheissen‹ zum Kotzen.)*

Die derbe Wortwahl ist Ausdruck der an Aggression grenzenden Frustration, die der allgegenwärtige Gebrauch des graphostilistischen Mittels bei dieser Nutzerin auslöst. Die Nutzerin spricht in ihrer Äußerung gleich zwei Aspekte des Phänomens an: Indem sie ihre Netzwerkmitglieder auffordert, nicht bei jeder Statusmeldung ein Herz zu verwenden, prangert sie erstens eine ihrer Ansicht nach viel zu hohe Vorkommenshäufigkeit an. Zweitens demonstriert sie in überspitzter Weise anhand des Beispiels »bin gad am scheissen ♥♥♥« die oftmals kontextuell verfehltete Verwendung des Symbols, das ja eigentlich Liebe bzw. mindestens Nähe repräsentieren soll – ob das Herz diese Funktion überhaupt noch zu erfüllen in der Lage ist, wird im Folgenden geklärt.

Die nachstehende Tabelle gibt Aufschluss über die Quantität der Herzen im Korpus:

Der nächste Ausschnitt (Abbildung 12) zeugt seinerseits von einer besonders kreativen Art und Weise der Herz-Iteration: Hier versuchen die Partner durch das Hinzufügen je eines Herzens die Liebeserklärung stets um den Faktor 1 zu verstärken. Das Beispiel belegt, dass die Herzen durchaus noch im Rahmen liebeskommunikativer Botschaften eingesetzt werden können. Das ist daran ersichtlich, dass W9 in ihrem letzten Kommentar eine Liebeserklärung ausformuliert, die durch den Komparativ

M9:



29. März um 18:20 · Gefällt mir · Kommentieren



Abbildung 12

»mehr« eindeutig als zweiter Teil einer Paarsequenz erkennbar ist. Diese rechtfertigt sich jedoch nur durch die Annahme einer ersten Paarsequenz, womit deutlich wird, dass W9 die von ihrem Partner geposteten Herzen so interpretiert. Das komparative »mehr« bestätigt die Annahme, dass das jeweilige

Hinzufügen eines einzelnen Herzens als Steigerung der Liebesbeteuerung – bzw. nach Imo (2012: 27) als Eskalation – verstanden wird.

Die Durchsicht des Korpus hat ergeben, dass die Iteration der Herzchen mit einer Tendenz zur Verdreifachung einhergeht. Verknüpft man diese Beobachtung mit der Tatsache, dass die Herzen oftmals am Ende einer Äußerung bzw. Zeile zu finden sind, führt das zur Annahme, dass sie gewissermaßen die Funktion von Satzzeichen übernehmen. Es ist vorstellbar, dass im Falle der genannten Verdreifachung die Herzen die drei Auslassungspunkte (...) am Ende einer Äußerung repräsentieren. Es werden aber auch andere Interpunktionszeichen durch Herzen kompensiert, so etwa der finale Punkt. Die folgenden Ausschnitte veranschaulichen das exemplarisch:

- 13) M1: »Dich anzusehen ist wie auferstehen ♥«
- 14) W1: »..mis Ein und Alles ♥«
 »..für immer und ewig ♥«
 »..nur Du & ii ♥«
- 15) W1: »[...] ich träume noch vieles mehr :) ♥«
 M1: »net nur du :D ♥«
 W1: »te quiero muchoo♥«
 M1: »Te quiero más♥« [...]

- 16) W9: »ooh :)♥«
 »i liab di oh so fest♥«
 »i love you more than there are stars in the sky & will do it for-
 ever♥«

All diese Äußerungen – ob es sich nun um einen ganzen Satz oder lediglich eine Interjektion handelt – werden am Zeilenende mit einem Herzchen abgeschlossen. Die Begrenzung ist dabei einerseits funktional-optischer Natur, wenn sie im Sinne der Interpunktionszeichen das (zeilenbedingte) Ende der Äußerung anzeigt. Auf der anderen Seite erhält das so verwendete Herz eine kontextualisierende Funktion, indem es die Aussage als Teil der Liebeskommunikation verortet. In diesem Zusammenhang ist die Beobachtung aufschlussreich, dass diejenigen Dialogsequenzen, die neben dem partnerschaftlichen Austausch auch Freundschaftlichen Kommentare beinhalten, tendenziell eine geringere Anzahl an Herzchen aufweisen. Das bestärkt die Annahme, dass das Herz nach wie vor in einem liebeskommunikativen Kontext verortet und zum Austausch zwischen Liebenden gehört –

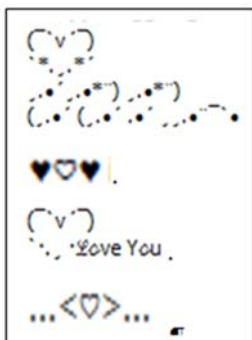


Abbildung 13

wenn auch nicht mehr mit der früheren Ausschließlichkeit.

Neben diesem gezielten Einsatz der Standard-Herzform greifen die Nutzer auch auf andere graphostilistische Realisierungsformen zurück. Im Korpus sind in dieser Hinsicht beispielsweise die Varianten Abbildung 13 aufgetreten. Diese aufgrund ihrer verhältnismäßigen Seltenheit ungewöhnlichen Herz-Gebrauchsformen können analog zu anderen Formen normabweichenden Schreibens interpretiert werden – schließlich ist das zugrundeliegende Motiv dasselbe: Durch die Verwendung ungewöhnlicher, weil seltener Formen, stellen die Nutzer ihre Kreativität unter Beweis und versuchen so, sich von der Masse abzuheben (vgl. Tuor 2009: 105). Gerade in der Liebeskommunikation dient das auch dem Zweck, sich eine eigene Paaridentität zu verleihen.

Ein nächstes Beispiel belegt den explizit performativen Charakter des Herz-Symboles (Abbildung 14). Der Ausschnitt verdeutlicht durch die spezifische Verbindung der grafischen mit der schriftlichen Ebene, dass das Verständnis des Symbols nach wie vor die Repräsentation von Liebesgefühlen (mit)einschließt. Die Aussage wird einer-



Abbildung 14

seits durch die hohe Anzahl abgebildeter Herzen unterstrichen, die den Faktor »Stärke« reflektieren, und greift andererseits zur kreativen Abhebung auf zwei verschiedene Herz-Symbole zurück.

Abschließend ist festzuhalten, dass das Herz als graphostilistisches Mittel trotz anderweitiger Verwendung noch immer ein Kontextualisierungsmittel für das Thema Liebe und damit auch ein Indikator für partnerschaftliche Kommunikation sein kann. Dennoch wird auch deutlich, dass das Symbol eine Bedeutungserweiterung erfahren hat und – wie die hohe Vorkommensrate belegt – nicht mehr ausschließlich dem liebeskommunikativen Austausch vorbehalten ist. Damit impliziert das Herz-Phänomen auch einen gesellschaftlichen Wandel hin zu einer vermehrten Nähekommunikation im Allgemeinen (vgl. Dürscheid 2007: 37). Aufgrund dieser Tatsache sind die Nutzer im Rahmen des partnerschaftlichen Austausches bestrebt, die Herzen gezielt und spezifisch einzusetzen, um sich so von anderweitigen Verwendungsweisen abheben zu können.

4.3.3.3 Weitere graphostilistische Mittel

Daneben greifen die Nutzer auf weitere Mittel zur Repräsentation bzw. Kompensation nonverbaler Sprachhandlungen zurück. Allen voran sind das Emoticons bzw. Smileys als ikonische Zeichen, die ebenfalls typische Elemente internetbasierter Kommunikation darstellen und unter anderem der Repräsentation von Mimik dienen (vgl. Androustopoulos 2007: 82). Mit insgesamt 285 Vorkommen sind die ikonischen Smileys auch in den Facebook-Screenshots zahlreich vertreten. Tabelle 4 gibt Aufschluss über deren Verteilung:

	Lachend oder zwinkernd	Traurig	Andere	
Paar 1	Paar	8	-	1
	Freunde	1	-	-
Paar 9	Paar	132	2	27
	Freunde	69	-	17
Paar 10	Paar	3	-	1
	Freunde	23	-	1
Σ		285		

Tabelle 4

Es fällt auf, dass die Anzahl vorkommender Herzen um ein Vielfaches höher ist als diejenige der Smileys. Das ist zunächst mit dem Untersuchungsgegenstand zu erklären, als dessen prototypisches Symbol das Herz gilt, wie oben gezeigt worden ist. Im Kontrast zu anderen Thematiken der internetbasierten Kommunikation haftet der Liebeskommunikation nicht zuletzt auch eine gewisse ernste Modalität an, da die Liebenden die füreinander empfundenen Gefühle als gewichtig und aufrichtig erach-

ten und das auch so präsentiert wissen möchten. Dazu scheint, wie die Auszählung zeigt, das lachende Ikon aber aufgrund seiner zu starken Assoziation mit unernsten Sachverhalten nicht in der Lage zu sein. Aus diesem Grund wird, so die Hypothese, insbesondere in den gefühlsbezogenen partnerschaftlichen Thematiken auf eine zu ausgeprägte Verwendung dieser Art von Ikon verzichtet. Diese Annahme steht im Einklang mit der Beobachtung, dass bei den weniger gefühlsbetonten Thematiken, wie etwa der Beziehungsdarstellung durch die Preisgabe von Alltagsgeschichten, vermehrt Smileys zum Einsatz kommen. Die erzählten (bzw. angedeuteten) Insider-Stories über die gemeinsame Zeit werden durch den Einsatz von Emoticons als etwas positiv Besetztes inszeniert.

Schließlich hat sich in der Analyse auch herausgestellt, dass Smileys vermehrt im Zusammenhang mit Kommentaren zur Liebeskommunikation durch andere Netzwerkmitglieder auftreten – was sich wiederum mit der oben festgehaltenen Beobachtung deckt, dass dabei weniger Herzchen zum Einsatz kommen. Das legt den Schluss nahe, dass bei der Ausweitung von einer one-to-one zu einer many-to-many-Kommunikation auf das als dafür zu intim erachtete Herz-Symbol verzichtet und stattdessen auf die weniger verbindlichen Smileys zurückgegriffen wird.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass sich ein gewisses Bewusstsein seitens der Nutzer für einen gezielten Einsatz ikonischen Zeichen gezeigt hat. Das starke Herzchen-Aufkommen ist ein Abbild der von den Usern wahrgenommenen Gelegenheit, durch dieses zusätzliche Mittel Nuancen zu erfassen, die durch den Einsatz von Smileys alleine nicht hätten dargestellt werden können. Die Emoticons ihrerseits werden dadurch nicht verdrängt, sondern vielmehr (noch) stärker zu Indikatoren für die vorherrschende Modalität, während das Herz indexikalisch die Emotionalität von Äußerungen anzeigt.



Abbildung 15

Im Korpus finden sich daneben auch Beispiele für die oben erwähnte Abbildung von Äußerungen durch den flächengestalterischen

Einsatz von Interpunktions- und Sonderzeichen. Dazu gehören auch die oben abgebildeten Herz-Formen (Abbildung 13), deren Gesamtbild – und damit auch die Botschaft – sich aus einzelnen auf der Layout-Fläche arrangierten Zeichen unterschiedlicher Art zusammensetzt. Durch die Kombination dreier Einzelelemente ergibt sich in Abbildung 15 das graphostilistische Gesamtbild einer Liebeserklärung, bei der das Prädikat »lieben« ikonisch realisiert ist. Die Zusammensetzung der unterschiedlichen graphostilistischen und typografischen Versatzstücke zu einer kommunikativen Einheit zeugt vom geübten und kreativen Umgang mit den systembedingten Funktionalitäten und ist im Bestreben nach sprachlicher Selbst- und Paarinszenierung begründet.

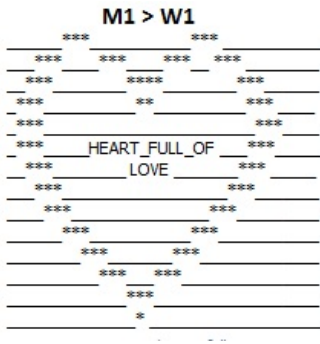


Abbildung 16

kommunikation nicht nur über lexikalische, semantische oder grafische Ressourcen funktioniert, sondern sich in ihrer Anwendung in einem spezifischen medialen Kontext – in diesem Fall Facebook – stets auch dessen Bedingungen zu Nutze macht.

Ein weiteres Beispiel für graphostilistische Liebeskommunikation zeigt Abbildung 16. Auch hier wird die bereits beschriebene Technik des flächigen Arrangements unterschiedlicher Zeichen zu einer bildhaften Gesamtkomposition angewandt. Das Besondere an diesem Ausschnitt ist, dass die liebeskommunikative Botschaft erst dadurch zu einer solchen wird, indem M1 sie auf der Pinnwand seiner Partnerin platziert. Die Adressierung findet in diesem Fall über die Positionierung der gestalteten Botschaft an der richtigen Stelle im Facebook-System statt. Das macht deutlich, dass Liebes-

4.3.4 Multimodale Elemente

Dieser letzte Teil der sprachlichen Merkmalsanalyse befasst sich mit den Bild- und Ton-Elementen, die für die Facebook-Liebeskommunikation herangezogen werden. Hierfür wird aufgezeigt, wie die Nutzer die Kombination verschiedener textueller, visueller und akustischer Versatzstücke für ihre Anliegen nutzen und welche liebeskommunikativen Besonderheiten daraus resultieren. Wie im vorigen Kapitel auch, geht der Analyse ein kurzer theoretischer Abriss zur Multimodalität als Phänomen internetbasierter Kommunikation voraus. Anschließend werden die im Korpus vorgefundenen Bild- und Ton-Ausschnitte untersucht und in einen Zusammenhang zur Liebeskommunikation gestellt.

4.3.4.1 Multimodalität: Text – Bild – Ton

Ein für das Web 2.0 zentraler Prozess ist das Zusammenführen verschiedener semiotischer Ressourcen zu einer spezifischen Multimodalität. Dazu gehört neben den für visuelle Medien typischen Sprache-Bild-Arrangements auch die Einbindung von Ton und bewegten Bildern (vgl. Androusoyopoulos 2010: 433). Es geht demnach um die Konstitution von Bedeutung durch typographische Gestaltungsprinzipien: die Verknüpfung von Bildern und Text zu einem kohärenten Ganzen, dem Layout. Neben der dominanten visuellen Ebene spielen zum Anderen zusehends auch akustische Dimensionen eine Rolle. So erlaubt beispielsweise die technische Infrastruktur auf Facebook das Hinzufügen und Abspielen von Tonelementen. Ein übergreifendes analytisches Verständnis ist erst durch den Einbezug der gesamten

»Sehfläche« und aller verwendeten semiotischen Ressourcen in ihrer spezifischen Platzierung und Zusammensetzung möglich (vgl. Schmitz 2010: 395-401). Indem sie die bereitgestellten Möglichkeiten wahrnehmen und für ihre eigenen kommunikativen Zwecke nutzen, schaffen die Nutzer eine mehrdimensionale, interaktive Verständigungsstruktur, die kennzeichnend für das Web 2.0, aber auch besonders herausforderungsreich für die linguistische Forschung ist.

4.3.4.2 Visuelle Ebene: Bilder und Fotos

Anders als im Kapitel zur Graphostilistik werden hier nicht diejenigen bildlichen Elemente behandelt, welche die Visualität der Schrift bzw. der (Sonder-)Zeichen ausnutzen, sondern es geht vielmehr um die optische Abbildung von Sachverhalten

M1



17. September um 23:02

Abbildung 17

durch Fotos und Bilder. Im Korpus wird für die Liebeskommunikation sechs Mal auf dieses Mittel zurückgegriffen. Im Hinblick auf den Untersuchungsgegenstand interessiert dabei vor allem die Frage, welches Potenzial diese visuell dominierte Kommunikation für den partnerschaftlichen Austausch auf Facebook beinhaltet und wie es genutzt und umgesetzt wird.





Eine Möglichkeit der visuellen Kommunikation ist das kommentarlose Hinzufügen eines Bildes auf dem Profil des Partners, wie im nebenstehenden Beispiel geschehen. Dabei ist eine solche Vorgehensweise so einfach wie wirkungsvoll:

Das Bild des brennenden Herzen bedarf keiner

weiteren Worte – es erklärt sich kraft seiner visuellen Symbolwirkung von selbst. Gerade das Weglassen einer schriftlichen Ebene zeigt demnach erst deren Entbehrlich- und Ersetzbarkeit an, womit sich gewissermaßen der Topos des »Scheiterns der Sprache« bestätigt sieht – in diesem Fall wird jedoch aus der Unzulänglichkeit eine Überflüssigkeit. Einschränkend ist festzuhalten, dass diese wortlose Form der Liebeskommunikation vor allem bei solchen Bildern störungsfrei funktioniert, die über eine so starke konventionelle Symbolkraft wie das Herz verfügen. Diese wird beim aktuellen Beispiel zusätzlich durch die verwendeten Farben und das abgebildete Element (Feuer) unterstrichen, die beide Assoziationen zur Liebe auslösen können.

Ein weiteres Korpusbeispiel zeigt nicht ein Bild, sondern handschriftlich gestalteter Text. Bei diesem Ausschnitt handelt es sich um die online gestellte Fotografie eines beschriebenen und bemalten Blatt Papiers. Dessen obere Hälfte ist mit Liebeserklärungen in drei verschiedenen Sprachen beschrieben, darunter folgt der Name des Partners – und damit des Adressaten der Botschaft(en). Dieser ist auf der rechten Seite mit einem Herzsymboll verziert worden, das den Namen in den Kontext des Themas Liebe stellt und den Adressaten auf einer symbolischen Ebene bestätigt. Darunter erfolgt die Partnerdarstellung mithilfe der beschriebenen stereotypen Wendungen. Die drei Auslassungspunkte implizieren dabei, dass die Aufzählung nicht abschließend ist, was aber gemäß der Nutzerin auch gar nicht möglich ist. Mit dem Rückgriff auf den Topos des sprachlichen Scheiterns beschließt W9 deshalb ihre Liebesbotschaft. Das Beispiel stellt zugleich seine eigene doppelte Mediatisierung aus: Erstens in Form des schriftlichen Festhaltens der Nachricht auf einem Blatt Papier. Diese ursprünglich physisch greifbare Liebesbotschaft wird zweitens digitalisiert und in ihrer virtuellen Gestalt der Netzwerkumgebung zur Anschauung (und allfälligen Kommentierung) dargeboten. Dabei besteht der Mehrwert dieser partnerschaftlichen Nachricht gerade in dem Bestreben, die mit dem handschriftlichen Schreiben verbundenen Mühen auszustellen. Dessen Abbildung stellt spezifische Verbindungen zwischen analoger und digitaler Schriftlichkeit her, die gleichzeitig auch ihr formales Gemachtsein ausstellen und so zu einer hochkomplexen Botschaft nicht nur der Liebe, sondern auch der grundsätzlichen Funktionsweise internet- und offlinebasierter Schriftlichkeit wird.

W9

Studiert hier:  Wohnt in  In einer Beziehung mit **M9**  Aus
 Geboren am

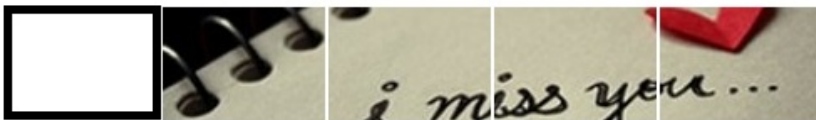


Abbildung 18

Das gestalterische Potenzial, das sich durch die Verbindung verschiedener Modalitäten im Kontext einer Gesamtsituation ergibt, wird im oben abgebildeten Beispiel deutlich. Zur besseren Verständlichkeit ist zunächst festzuhalten, dass es sich hierbei um den Kopf des Profils der Nutzerin W9 handelt. An der oberen linken Ecke, an der das Kürzel eingesetzt ist, befindet sich der Name der Nutzerin. Darunter folgen die angegebenen Profilinformationen. Die abgebildete Fotoleiste war zur Zeit der Auf-

nahme⁴² Teil jedes Profils und zeigt ohne gesonderte Einstellungen zufällige Fotos des jeweiligen Nutzers. W9 jedoch hat ihre Fotoleiste so bearbeitet, dass daraus eine kohärente, multimodale Liebesbotschaft entstanden ist: Im ausgeschnittenen Rechteck befindet sich ein Foto des Paares. Die darauffolgende vierteilige Abbildungsreihe zeigt einen auf Papier festgehaltenen Schriftzug, der eine Sehnsuchtsbekundung zum Inhalt hat. Die daraus entstehende Botschaft lässt darauf schließen, dass W9 die abgebildete Zweisamkeit mit ihrem Partner vermisst. Die Nachricht setzt sich aus den Modalitäten Bild und Schrift zusammen, deren Kombination jedoch nur durch die spezifische Platzierung der einzelnen Elemente Sinn ergibt. Neben dem Einbezug der Modalitäten und deren Verbindung ist also das Layout der Zusammensetzung genauso wichtig für die erfolgreiche Erfüllung der kommunikativen Zwecke.

4.3.4.3 Lautliche Ebene: Sprache und Ton

Die vier Korpusbeispiele, in denen unmittelbar auf die Lautsprache Bezug genommen wird, gliedern sich in zwei Vorkommensweisen. Das ist zum einen die bloße Imitation bzw. Zitation akustischer Elemente, die entweder durch das schriftliche Wiedergeben von Liedzeilen oder die inflektivische Darstellung der Sprachhandlung (»*sing*«) realisiert werden.⁴³ Im nachfolgenden Ausschnitt werden diese beiden Möglichkeiten kombiniert:

17) W1: »your love is my love and my love is your love *sing*«

Die englische Äußerung stammt aus einem Lied. Für diejenigen Netzwerkmitglieder, die das Musikzitat nicht erkannt haben sollten, verdeutlicht W1 es mithilfe des Inflektivs. Mit solchen Varianten lautlichen Schreibens rufen die Nutzer eine weitere Modalitätsdimension auf, die sie jedoch trotz der bestehenden technischen Möglich-

keiten dazu nicht umsetzen.

Anders liegt der Fall im nebenstehenden Ausschnitt, bei dem Nutzerin W1 ihrem Partner den Videoclip zu einem Lied auf die Pinnwand postet. Es handelt sich dabei um ein Stück des Schweizer Künstlers Adrian Stern, der in seinem Lied den



Abbildung 19

gemeinsamen Aufbruch eines Liebespaars in ein neues Leben bewirbt. Das Beispiel

⁴² Mittlerweile hat Facebook jedoch das Layout geändert, das Nutzerprofil setzt sich anders zusammen.

⁴³ Eine weitere Realisierungsform ist die graphische Abbildung der Musiknoten im einleitenden Beispiel.

ist ein Beleg für den Einsatz mehrerer unterschiedlicher Modalitäten, die ineinander übergreifen und sich zu einem kohärenten Gesamtkomplex verdichten. Zunächst wird das Posting auf der schriftsprachlichen Ebene von W1 kommentiert, indem sie vorausgreifend eine Zeile aus dem Musikstück zitiert und diese mit einem lächelnden Emoticon sowie einem Herzchen versieht. Damit leitet sie das folgende Statement nicht nur inhaltlich ein, indem sie auf die Thematik des Liedes hinweist, sondern macht symbolisch deutlich, dass der Beitrag dem Bereich Liebeskommunikation zuzuordnen ist. Zur schriftsprachlichen Ebene gehören auch der gedoppelte Paratext, der den Sänger, den Liedtitel und das musikalische Genre benennt sowie der Hyperlink, der die Quelle des Videos angibt. Die zweite Dimension des Postings ist akustischer Natur: Durch das Anklicken des verlinkten Videos werden Melodie und Gesang des Musikstücks und – als dritte Modalität – die dazugehörige Filmaufnahme abgespielt. Der Beitrag beinhaltet also sowohl Schrift als auch (bewegte und stehende) Bilder und Ton, die erst in ihrer spezifischen Verbindung zu einer ganz Facebook-eigenen Liebesbotschaft werden.

An den vorangehenden Beispielen ist sichtbar geworden, dass die Trennung der einzelnen Modalitäten ausschließlich auf einer analytischen Ebene möglich ist. Wie bereits mehrfach betont, ist es gerade das Zusammenspiel der einzelnen Gestaltungselemente, das die Botschaft in ihrer Gesamtheit konstituiert und letzten Endes auch die Besonderheiten der Facebook-Liebeskommunikation ausmacht. Dieser stehen (technische) Umsetzungs-, Gestaltungs- und Kompensationsmittel zur Verfügung, auf die andere Formen der partnerschaftlichen Verständigung in diesem Umfang nicht zurückgreifen können. Die Besonderheit der Liebeskommunikation auf Facebook generiert sich daher weniger über lexikalische oder thematische Innovationen, sondern vor allem über die Nutzung spezifischer technischer Interaktionsmöglichkeiten. Dabei ist es gerade die geringe Vorkommenshäufigkeit in Kombination mit dem Einsatz verschiedener Modalitäten, die diese Liebesbotschaften neuartig und besonders machen. Liebespartner finden damit auf Facebook eine Umgebung vor, in der sie mit der ansonsten in vielen Bereichen so stereotypen Liebeskommunikation experimentieren, neuartige Erscheinungsformen ausprobieren und diese sogleich durch die anderen Netzwerkmitglieder bewerten lassen können.

4.4 Fazit

Die Analyse hat gezeigt, dass die partnerschaftliche Kommunikation auf Facebook sich sowohl an den altbekannten stereotypen Muster der Liebeskommunikation bedient als auch neue Formen hervorbringt. Während vor allem im lexikalischen und syntaktischen Bereich wenig Innovation zu beobachten ist, können Liebespaare auf Facebook die von der Kommunikationsplattform zur Verfügung gestellten Mittel zur Erprobung spezifisch neuer Formen der Liebeskommunikation nutzen. Dabei wurde deutlich, dass die kommunikativen Bedingungen von großer Bedeutung sind. Das

manifestiert sich vor allem in der Tatsache, dass der Austausch in einer Umgebung stattfindet, die auch anderen Nutzern zugänglich ist. Diese erhalten dadurch die Möglichkeit nicht nur zur Rezeption, sondern auch zur Reaktion auf die partnerschaftliche Kommunikation – diesem Aspekt sind die folgenden Ausführungen geschuldet.

4.4.1 Bemerkungen von Drittpersonen

Die Möglichkeit zur Rückmeldung auf liebeskommunikative Botschaften wird von Drittpersonen im Korpus insgesamt 12 Mal – und damit in knapp 15 Prozent aller Screenshots – genutzt. Bei der Durchsicht hat sich herausgestellt, dass alle Kommentare hinsichtlich ihrer inhaltlichen Verknüpfung mit den drei grundlegenden Reaktionsmöglichkeiten Responsivität, Teil- und Non-Responsivität erfassbar sind. Von Ersterer ist hier dann die Rede, wenn Nutzer positiv auf die Paar-Kommunikation reagieren und sich darüber (mit)freuen. Drei der zwölf schriftlich realisierten Reaktionen sind responsiv, wobei sich die ersten beiden in Form von Komplimenten an das Paar äußern. Im dritten Fall werden dem Paar zudem gute Wünsche zugesprochen:

- 18) M9b: »Maij i find eu so härzig, wüntsch eu withrin viel glück und luagen ufanandr (:«
 (ich finde euch so herzlich, wünsche euch weiterhin viel Glück und schaut aufeinander)

Responsivität manifestiert sich zudem über die »Gefällt-mir«-Bekundungen durch die Bewertungsfunktion des »Like-Buttons«. Mit dessen Betätigung wird im Korpus 47 Mal auf eine liebeskommunikative Äußerung reagiert. Davon sind 27 Mal eindeutig dem jeweiligen Partner zuzuschreiben, während 16 Gefallensbekundungen von Netzwerkfreunden stammen.⁴⁴ Dass es so häufig der von der Äußerung betroffene Nutzer selbst ist, der den »Like-Button« verwendet, lässt darauf schließen, dass die Gefallensbekundung ein Teil der Respondierung ist und in manchen Fällen eine schriftlich ausformulierte Variante ersetzen kann. Auch die Aktivität der Netzwerkfreunde widerspiegelt sich in dieser äußerst ökonomischen und relativ unverbindlichen Form der Gefallensbekundung sehr viel stärker. Das Ziel, für die eigene Beziehung durch das Verlagern der privaten Kommunikation in die teil-öffentliche Facebook-Umgebung Bestätigung zu erhalten, ist damit am einfachsten auf einer »nonverbalen« Ebene zu erreichen: durch die in der technischen Struktur der Plattform verankerten Möglichkeit zur Gefallensbekundung bei Anklicken der

⁴⁴ Vier Mal ist nicht entscheidbar, wer die Funktion genutzt hat: Da bei einer Mehrfach-Betätigung nur jeweils ein Name sowie danach die Anzahl der weiteren Bekundungen genannt wird, können auf den Screenshots nicht alle Beteiligten eruiert werden.

Verlinkung mit dem erhobenen Daumen. Daraus resultiert die Hypothese, dass Facebook spezifische Formen der Responsivität hervorgebracht hat, die eigenen Regeln und Konventionen unterliegen.

Von Teil-Responsivität wird im Rahmen der Facebook-Liebeskommunikation dann gesprochen, wenn Netzwerkmitglieder sich weder positiv noch negativ äußern, sondern mit Ironie oder einem neuen Thema auf das Geschriebene reagieren. Die Hälfte aller zwölf Reaktionen im Korpus fallen teil-responsiv aus, so auch die Antwort von M6a im nachfolgenden Ausschnitt:

- 19) M9: »Egal wo du auch bist, ich denke immer nur an dich ♥♥♥♥«
 M6a: »maii (: i denk oo so viiel a dii M9 ♥♥«
(ich denke auch so viel an dich M9)

Diese Nachricht hat M9 seiner Partnerin auf der Pinnwand hinterlassen, wo sie daraufhin von M6a ironisch kommentiert wird. Das zeigt sich einerseits daran, dass M6a als Nicht-Adressat der Botschaft den respondierenden Akt vollzieht und so die Rolle einnimmt, die eigentlich für W9 vorgesehen gewesen wäre. Die explizite Namensnennung, das lächelnde Smiley und die drei iterierten Vokale, durch die eine ungewöhnliche Schriftmelodie entsteht, stellen zusätzliche Ironie-Marker dar.

Eine andere Form der Teil-Responsivität erscheint im nächsten Beispiel, bei dem der Netzwerkfreund des Paares die Liebesbotschaft thematisch umdeutet. M10 gibt in einer Statusmeldung bekannt, dass er die beste Freundin der Welt habe. Seine Partnerin freut sich zwar darüber, hält aber anschließend fest, dass M10 ein »Nochmachjonny« sei. Inspiriert durch den Neologismus führt M10a einen neuen thematischen Strang ein:

- 20) M10a: »i find er isch der richtig jonny! ;-«
(ich finde er ist der richtige Jonny)
 M10a: »ää jack mani :-«
(äh Jack meine ich)

In diesem Fall knüpft M10a zwar an das Gesagte an, deutet es thematisch aber nach seinen Präferenzen um, indem er lediglich den letzten Wortteil wiederaufnimmt. Bezeichnend ist, dass es keine korrekte Wiederaufnahme ist, wie unmittelbar darauf klar wird: M10a korrigiert den Namen »jonny« zu »jack« und gelangt somit erst über einen Umweg zu seiner eigentlich intendierten Aussage.

Non-Responsivität schließlich manifestiert sich im Gebrauch negativer oder abfälliger Äußerungen, die sich jedoch nicht auf das Paar, sondern indirekt auf dessen Liebeskommunikation in der Netzwerk-Öffentlichkeit beziehen.

Der abgebildete Screenshot zeigt ein Beispiel non-responsiven Verhaltens. M9c reagiert auf das gepostete Datum mit einer inflektivischen Erbrechensgeste, woraufhin M9 ihn zum Schweigen auffordert. Zwar entschärfen beide ihre Äußerungen



Abbildung 20

beispielsweise beim zufällig generierten News Stream auf der Startseite der Fall, der die bewusste rezeptive Vermeidung eines einzelnen Beitrags erheblich erschwert. Aus der potenziellen Rezeptionsmöglichkeit wird deshalb nicht selten ein unumgänglicher Rezeptionszwang. Um diesen zu umgehen, besteht für die Nutzer die Möglichkeit, alle Beiträge eines Freundes zu sperren bzw. im Stream unsichtbar zu machen. Dabei stellt sich allerdings die Frage, wie sinnvoll die Verlinkung mit der betreffenden Person dann noch ist. Diesen Umstand spricht M9 im weiteren Verlauf der abgebildeten Dialogsequenz an, als er seinem Freund empfiehlt, ihn und seine Partnerin aus seinem Freundes-Netzwerk zu entfernen. Dass M9c diesen Vorschlag ablehnt, ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass er mit der non-responsiven Kommentierung vor allem auch eine Möglichkeit zur Selbstinszenierung genutzt hat. Negative Reaktionen auf Liebeskommunikation zwischen Netzwerkfreunden bieten demnach auch eine Quelle für Dritte, Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen.

4.4.2 Bezug zur Kommunikationsplattform Facebook

Paare, die Teile ihrer Liebeskommunikation über Facebook gestalten, weisen immer wieder auf diesen Umstand hin. Auf diese Weise wird auf einer metakommunikativen Ebene die gewählte Kommunikations(platt)form selbst zum Thema der Liebeskommunikation. Das kann, wie im letzten Beispiel, durch direkte Benennung der Plattform und der Auseinandersetzung mit ihren kommunikativen Bedingungen geschehen. In einem anderen Fall geht W9 spezifischer auf eine einzelne Kommunikationsform ein:

durch den Smiley, der angeschlagene rüde Tonfall zieht sich aber über den weiteren Verlauf der Dialogsequenz hin. M9 schlägt seinem Netzwerkfreund angesichts seiner Reaktion vor, die Kommunikation zwischen den Liebespartnern nicht weiter zu verfolgen. Damit legt er einen weiteren Aspekt der Facebook-Kommunikation offen: Die Nutzer verfügen in vielerlei Hinsicht gar nicht über die Möglichkeit einer präferierten bzw. selbstbestimmten Rezeption. Das ist

- 21) W9: »[...] & i ha gad oh denkt i schrib dr das ufd pinnwand :)«
 (ich habe gerade auch gedacht, ich schreibe dir das auf die Pinnwand)

Mit dieser Aussage bestätigt W9 das kommunikative Handeln ihres Partners, indem sie ihm mitteilt, dass sie gerade im Begriff war, dasselbe zu tun. Das zeigt, dass die Beschaffenheit der Kommunikationsinhalte sowie auch der dafür gewählte Kanal zwischen den Partnern immer wieder interaktiv ausgehandelt und für gut befunden werden muss – gerade dann, wenn es sich um eine noch relativ neuartige Praxis wie die Facebook-Liebeskommunikation handelt.

Ein Beispiel der etwas anderen Art, bei dem eher ein indirekter Bezug zur Kommunikationsform hergestellt wird, zeigt der nachfolgende Ausschnitt:

- 22) »I can read through all the sms we have written and I can say that even 3500 messages can't explain what you mean to me and how much I love you ♥«

M9 schreibt hier über die in einer anderen Kommunikationsform realisierten Liebesbotschaften zwischen ihm und seiner Partnerin: der beeindruckend hohen (und gerade deshalb erwähnenswerten) Anzahl an ausgetauschten SMS-Nachrichten. Dabei liefert er gleichzeitig auch ein Rechtfertigungsmotiv für die zusätzliche Verlagerung der Liebeskommunikation auf die Plattform Facebook: Offenbar hat der Austausch von SMS-Nachrichten trotz der hohen Anzahl nicht zur Übermittlung der empfundenen Gefühle ausgereicht. Analog zum Topos der Unzulänglichkeit der Sprache etabliert M9 hier denjenigen der Unzugänglichkeit der Kommunikationsform. Gleichzeitig verweist er dadurch auf die komplexe Verknüpfung zwischen den verschiedenen Dimensionen, welche die Liebeskommunikation umfasst.

5 Fazit und Ausblick

Die Auseinandersetzung mit dem Thema Liebe auf der Kommunikationsplattform Facebook hat einerseits zu Einsichten über die hierfür charakteristischen sprachlichen Merkmale geführt, die anhand der vier Kategorien Lexik, Thema, Graphostilistik und Multimodalität analysiert und sowohl qualitativ als auch quantitativ ausgewertet wurden. Unter Berücksichtigung der kommunikativen Angebote, die von der Plattform zur Verfügung gestellt werden, konnten dadurch andererseits auch Erkenntnisse über die Kommunikationsbedingungen und die Funktionsweise von Facebook gewonnen werden. Der partnerschaftliche Austausch eignet sich dafür besonders gut, weil es sich dabei um ein privates Thema handelt, das im Rahmen seiner noch jungen Mediatisierung in den selbstbestimmt öffentlichen Facebook-Raum verlagert worden ist. Die so entstehende internetbasierte Liebeskommunikation setzt sich dabei immer auch mit den zugrundeliegenden Bedingungen – auf einer metakommunikativen Ebene einerseits und unter Einbezug allfälliger Reaktionen aus dem Netzwerk andererseits – auseinander. Das lässt Spielraum für sprachliche Experimente, die gerade in der von stereotypen Formeln geprägten Liebeskommunikation erwünscht und bis zu einem gewissen Grad gar gefordert sind. Dabei hat sich im Rahmen der Analyse herausgestellt, dass Innovation bei der Liebeskommunikation auf Facebook weniger durch die Lexik oder das Thema als vielmehr über die Ausnutzung der plattformspezifischen Angebote in Form multimodaler Gestaltungsoptionen sowie den metakommunikativen Bezug zu den zugrundeliegenden Bedingungen generiert wird. Interessant war in diesem Zusammenhang auch zu sehen, wie komplex die Vernetzungsmuster zwischen virtuellem Online-Netzwerk und realer Offline-Welt in einer Paar-Beziehung sind. Das wird auch daran deutlich, dass sie auf Facebook immer wieder zur Sprache kommen und eine wesentliche Rolle in ihrer kommunikativen Praxis spielen.

6 Literaturverzeichnis

- Adamzik, Kirsten (1994): Beziehungsgestaltung in Dialogen. In: Fritz, Gerd/Hundsnurscher, Franz (Hrsg.): Handbuch der Dialoganalyse. Tübingen: Niemeyer, S. 357-374.
- Androutopoulos, Jannis (2007): Neue Medien – neue Schriftlichkeit? In: MitteilungsN des Deutschen Germanistenverbandes 54/1, S. 72-97.
- Androutopoulos, Jannis (2010): Multimodal – intertextuell – heteroglossisch: SprachGestalten in »Web 2.0«- Umgebungen. In: Deppermann, Arnulf/ Linke, Angelika (Hrsg.): Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton. Berlin: de Gruyter (= Jahrbuch des Instituts für deutsche Sprache 2009), S. 419-445.
- Auer, Peter (1988): Liebeserklärungen. Oder: Über die Möglichkeiten, einen unmöglichen sprachlichen Handlungstyp zu realisieren. In: Sprache und Literatur in Wissenschaft und Unterricht 19/61, S. 11-31.
- Baron, Naomi S. (2008): Always on. Language in an online and mobile world. Oxford: Oxford University Press.
- Beißwenger, Michael (2007): Corpora zur computervermittelten (internetbasierten) Kommunikation. In: Zeitschrift für germanistische Linguistik 35/3, S. 346-375.
- Bittner, Johannes (2003): Digitalität, Sprache, Kommunikation. Eine Untersuchung zur Medialität von digitalen Kommunikationsformen und Textsorten und deren varietätenlinguistischer Modellierung. Berlin: Schmidt (= Philologische Studien und Quellen 178).
- Bolander, Brook/Locher, Miriam A. (2010): Constructing Identity on Facebook. Report on a Pilot Study. In: SPELL Swiss Papers in English Language and Literature 24, S. 165-187.
- boyd [sic], danah m./Ellison, Nicole B. (2007): Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. In: Journal of Computer-Mediated Communication 1/13, S. 210-230.
- Brommer, Sarah/Dürscheid, Christa (2012): Mediennutzung heutiger Jugendlicher – Generation Facebook? In: Neuland, Eva (Hrsg.): Sprache der Generationen. Mannheim: Dudenverlag (= Thema Deutsch 12), S. 271-293.
- Crystal, David (2011): Internet linguistics. A student guide. London: Routledge.
- Dahinden, Urs (2008): Intimität und mediale Öffentlichkeit: Kein Gegensatz mehr? In: Tomkowiak, Ingrid/Egli, Werner (Hrsg.): Intimität. Unter Mitarbeit von Aleta-Amirée von Holzen. Zürich: Chronos, S. 79-99.

- Dalsgaard, Steffen (2008): Facework on Facebook. The presentation of self in virtual life and its role in the US elections. In: *Anthropology Today* 24/6, S. 8-12.
- Döring, Nicola (1999): *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. Göttingen: Hogrefe (= *Internet und Psychologie* 2).
- Döring, Nicola (2003): *Internet-Liebe: Zur technischen Mediatisierung intimer Kommunikation*. In: Höflich, Joachim R./Gebhardt, Julian (Hrsg.): *Vermittlungskulturen im Wandel. Brief, E-Mail, SMS*. Frankfurt a. M.: Peter Lang, S. 233-263.
- Döring, Nicola (2011a): *Pflege von sozialen Kontakten und Beziehungen. Zur Psychologie der Netzwerk-Nutzer*. In: *Forschung & Lehre* 3, S. 192-193.
- Döring, Nicola (2011b): »Ich habe 180 Freunde«. *Freundschaften von Jugendlichen im Internet*. In: Schüler, Wissen für Lehrer 2011. Themenheft: *Aufwachen in virtuellen Welten. Online Offline*, S. 16-19.
- Duden (2009): *Band 4: Die Grammatik*. 8., überarb. Aufl. Dudenverlag: Mannheim.
- Duden Online (2013): *Liebe*. Online unter: <http://www.duden.de/node/655433/revisions/1231108/view> <18.06.2013>
- Dürscheid, Christa (2004): *Netzsprache – ein neuer Mythos*. In: Beisswenger, Michael/ Hoffmann, Ludger/Storrer, Angelika (Hrsg.): *Internetbasierte Kommunikation (= OBST Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie 68)*, S. 141-157.
- Dürscheid, Christa (2005): *Medien, Kommunikationsformen, kommunikative Gattungen*. In: *Linguistik online* 22, S. 3-16. Online unter: http://www.linguistik-online.de/22_05/duerscheid.html <18.06.13>.
- Dürscheid, Christa (2007): *Private, nicht-öffentliche und öffentliche Kommunikation im Internet*. In: *Neue Beiträge zur Germanistik* 6/4, S. 22-41.
- Dürscheid, Christa/Brommer, Sarah (2009): *Getippte Dialoge in neuen Medien. Sprachkritische Aspekte und linguistische Analysen*. In: *Linguistik online* 37, S. 3-20. Online unter: http://www.linguistik-online.de/37_09/duerscheidBrommer.html <18.06.13>.
- Dürscheid, Christa/Wagner, Franc/Brommer, Sarah (2010): *Wie Jugendliche schreiben. Schreibkompetenz und neue Medien*. Berlin: de Gruyter (= *Linguistik - Impulse und Tendenzen* 41).
- Dürscheid, Christa/Brommer, Sarah (2013): *Ist ein Freund noch ein Freund? Facebook und Sprachwandel*. In: *Der Deutschunterricht* 2/2013. Themenheft: *Sprache und Generation*, S. 28-40.
- Elspaß, Stephan (2002): *Alter Wein und neue Schläuche? Briefe der Wende zum 20. Jahrhundert und Texte der neuen Medien – ein Vergleich*. In: Schmitz, Ulrich/ Wyss, Eva Lia (Hrsg.): *Briefkommunikation im 20. Jahrhundert (= OBST Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie 64)*, S. 7-31.
- Frick, Karina (2010): *Selbstentblössung oder Identitätsmanagement? Kommunikationsbedingungen und -inhalte von Facebook-Statusmeldungen: Versuch einer Kategorisierung*. Zürich: Unveröff. Seminararbeit.

- Fux, Beat (2008): Die Intimisierung des öffentlichen Raumes. Über das Zusammenspiel von Selbstdarstellung, sozialer Schliessung und Integration. In: Tomkowiak, Ingrid/Egli, Werner (Hrsg.): Intimität. Unter Mitarbeit von Aleta-Amirée von Holzen. Zürich: Chronos, S. 59-77.
- Glaser, Barney G./Strass, Anselm L. (2010): Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung. 3., unveränd. Aufl. Bern: Huber.
- Görig, Carsten (2011): Gemeinsam einsam. Wie Facebook, Google & Co. unser Leben verändern. Zürich: Orell Füssli.
- Haase, Martin/Huber, Michael/Krumeich, Alexander/Rehm, Georg (1997): Internetkommunikation und Sprachwandel. In: Weingarten, Rüdiger (Hrsg.): Sprachwandel durch Computer. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 51-85.
- Hasebrink, Uwe (2011): Identität, Beziehung und Information. Wer nutzt soziale Netzwerke? In: Forschung & Lehre 3, S. 190-191.
- Herring, Susan C. (2007): A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse. In: language@internet 4. Online unter: www.languageatinternet.com/articles/2007 <18.06.13>.
- Hutter, Thomas (2011): Statistik. In: Thomas Hutter's Social Media Blog. Online unter: https://www.facebook.com/thomashutterblog?sk=app_157383551014250 <18.06.2013>.
- Imhof, Kurt/Schulz, Peter (1998): Einleitung. Die Veröffentlichung des Privaten - die Privatisierung des Öffentlichen. In: Imhof, Kurt/Schulz, Peter (Hrsg.): Die Veröffentlichung des Privaten - die Privatisierung des Öffentlichen. Opladen: Westdeutscher Verlag (= Mediensymposium Luzern 4), S. 9-14.
- Imo, Wolfgang (2012): »Fischzüge der Liebe«: Liebeskommunikation in deutschen und chinesischen SMS-Dialogen. In: Linguistik Online 56, S. 19-36. Online unter: http://www.linguistik-online.de/56_12/imo.html <18.06.13>
- Jucker, Andreas H./Dürscheid, Christa (2012): The Linguistics of Keyboard-to-screen Communication. A New Terminological Framework. In: Linguistik online 56, S. 39-64. Online unter: http://www.linguistik-online.de/56_12/juckerDuerscheid.html <18.06.2013>.
- Kleinberger Günther, Ulla/Spiegel, Carmen (2006): Jugendliche schreiben im Internet: grammatische und orthographische Phänomene in normungebundenen Kontexten. In: Dürscheid, Christa/Spitzmüller Jürgen (Hrsg.): Perspektiven der Jugendsprachforschung. Frankfurt a. M.: Peter Lang (= Sprache, Kommunikation, Kultur 3), S. 101-116.
- Koch, Michael/Richter, Alexander (2008): Funktionen von Social-Networking-Diensten. Universität der Bundeswehr München. Online unter: <http://www.kooperationssysteme.de/docs/pubs/RichterKoch2008-mkwi-sns.pdf> <18.06.13>.
- Koch, Peter/Oesterreicher, Wulf (1985): Sprache der Nähe — Sprache der Distanz. Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte. In: Deutschmann, Olaf/Flasche, Hans/König, Bernhard et al. (Hrsg.): Romanistisches Jahrbuch. Berlin, New York: de Gruyter (= Romanistisches Jahrbuch 36), S. 15-43.

- Landert, Daniela/Jucker, Andreas H. (2011): Private and public in mass media communication: From letters to the editor to online commentaries. In: *Journal of Pragmatics* 43/5, S. 1422-1434.
- Lee, Carmen K. M. (2011): Micro-Blogging and Status Updates on Facebook: Texts and Practices. In: Thurlow, Crispin/Mroczek, Kristine (Hrsg.): *Digital Discourse. Language in the New Media*. Oxford/New York: Oxford University Press (= *Oxford Studies in Sociolinguistics*), S. 110-128.
- Leisi, Ernst (1993): *Paar und Sprache. Linguistische Aspekte der Zweierbeziehung*. 4., durchges. Aufl. Heidelberg: Quelle & Meyer.
- Marx, Konstanze (2012): »XYZ hat dich angestupst«. Romantische Erstkontakte bei Facebook – ein Schnittstellenphänomen? In: Ernst, Christina/Ernst, Constanza (Hrsg.): *Personen im Web 2.0: Kommunikationswissenschaftliche, ethische und anthropologische Zugänge zu einer Theologie der Social Media*. Göttingen: Edition Ruprecht, S. 48-72.
- Mayor, Guy André (2002): *Anonymität und Öffentlichkeit. Eine textlinguistische Untersuchung und Beschreibung der Rubrik »Schatzchäschtli« des Zürcher Tages-Anzeigers, ihrer Texte und Textsorten von 1978 bis 1998*. Luzern: ars proto.
- Moraldo, Sandro M. (2010): Sprach- und Kommunikationsformen im WorldWide-Web. In: ders. (Hrsg.): *Internet.kom. Neue Sprach- und Kommunikationsformen im World Wide Web, Bd. 1: Kommunikationsplattformen*. Rom: Aracne Editrice, S. 9-38.
- Müller, Christina (2006): *Veröffentlichung privater Kommunikation. Eine korpusbasierte Untersuchung zur Rubrik »Dein SMS« in der Aargauer Zeitung*. Zürich: unveröff. Lizenziatsarbeit.
- O'Reilly, Tim (2005): *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Online unter: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> <18.06.13>.
- Ortner, Lorelies (1996): Die Textsorte Briefinserrat (im Jahr 1900 und heute). Oder: Herzchen! Ob Erhaltenem viel Freude... In: dies./König, Werner(Hrsg.): *Sprachgeschichtliche Untersuchungen zum älteren und neueren Deutsch. Festschrift für Hans Wellmann zum 60. Geburtstag*. Heidelberg: Winter (= *Germanische Bibliothek* 23), S. 247-288.
- Schmidt, Jan (2009): *Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft (= *Kommunikationswissenschaft*).
- Schmidt, Jan (2010): Weblogs: Formen und Konsequenzen ihrer Nutzung. In: Moraldo, Sandro M. (Hrsg.): *Internet.kom. Neue Sprach- und Kommunikationsformen im World Wide Web, Bd. 1: Kommunikationsplattformen*. Rom: Aracne Editrice, S. 157-180.
- Schmitz, Ulrich (2010): Schrift an Bild im World Wide Web. Articulirte Pixel und die schweifende Unbestimmtheit des Vorstellens. In: Deppermann, Arnulf/Linke, Angelika (Hrsg.): *Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton*. Berlin: de Gruyter (= *Jahrbuch des Instituts für deutsche Sprache* 2009), S. 383-417.

- Schwencke, Nena (2012): Wissen sie, was sie tun? – Analyse des Sprachverhaltens und der Nutzungskompetenz auf SchülerVZ. In: *Networx* 62. Online unter: <http://www.mediensprache.net/networx/networx-62.pdf> <18.06.2013>
- Steinschaden, Jakob (2010): Phänomen Facebook. Wie eine Webseite unser Leben auf den Kopf stellt. Wien: Ueberreuter.
- Thimm, Caja (2008): Technically mediated interpersonal communication. In: Antos, Gerd/Ventula, Ejia (Hrsg.): *Handbook of interpersonal communication*. Berlin: de Gruyter (= *Handbooks of applied linguistics* 2), S. 331-354.
- Tuor, Nadine (2009): Online-Netzwerke. Eine kommunikationstheoretische, sozialpsychologische und soziolinguistische Analyse. In: *Networx* 55. Online unter: <http://www.mediensprache.net/de/networx/docs/networx-55.aspx> <18.06.13>.
- Vogelsang, Waldemar (2010): Digitale Medien – Jugendkulturen – Identität. Unter Mitarbeit von Heiderose Minas. In: Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): *Digitale Jugendkulturen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 37-53.
- Wagner, Ulrike (2009): Facetten medialer Identitätsarbeit: Kommunikatives und produktives Medienhandeln in Online-Räumen. In: Theunert, Helga (Hrsg.): *Jugend - Medien - Identität. Identitätsarbeit Jugendlicher mit und in Medien*. München: Kopaed (= Reihe Medienpädagogik 16), S. 115-125.
- Walther, Miachel (2013): Facebook Zahlen Schweiz: minus 3 Prozent im ersten Quartal. In: *bernetblog*. Online unter: <http://bernetblog.ch/2013/04/02/facebook-zahlen-schweiz-minus-3-prozent-im-ersten-quartal/> <18.06.2013>
- Wyss, Eva Lia (2002): Fragmente einer Sprachgeschichte des Liebesbriefs. Liebesbriefe des 20. Jahrhunderts im Spannungsfeld von Sprach-, Kommunikations- und Mediengeschichte. In: dies./Schmitz, Ulrich (Hrsg.): *Briefkommunikation im 20. Jahrhundert* (= OBST Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie 64), S. 57-92.

7 Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

7.1 Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1.....	6
ABBILDUNG 2.....	20
ABBILDUNG 3.....	25
ABBILDUNG 4.....	34
ABBILDUNG 5.....	36
ABBILDUNG 6.....	40
ABBILDUNG 7.....	41
ABBILDUNG 8.....	42
ABBILDUNG 9.....	44
ABBILDUNG 10.....	45
ABBILDUNG 11.....	53
ABBILDUNG 12.....	54
ABBILDUNG 13.....	55
ABBILDUNG 14.....	55
ABBILDUNG 15.....	57
ABBILDUNG 16.....	58
ABBILDUNG 17.....	59
ABBILDUNG 18.....	60
ABBILDUNG 19.....	61
ABBILDUNG 20.....	65

7.2 Tabellenverzeichnis

TABELLE 1	18
TABELLE 2	40

TABELLE 353

TABELLE 456