Erschienen in: Arens, Katja/Torres Cajo, Sarah (Hrsg.): Sprache und soziale Ordnung. Studentische Beiträge zu sozialen Praktiken in der Interaktion. - Münster: Mosenstein und Vannerdat, 2016. S. 127-156.
(Wissenschaftliche Schriften der WWU Münster, Reihe XII - Band 15)

Bild-Makros als Motor der Facebook-Interaktion – Eine formale und interaktionale Betrachtung multimodaler Kommunikate[1]

Katja Arens

Abstract

Bild-Makros, auch unter dem Begriff *Memes* bekannt, sind populäre Internetphänomene, die im Zuge der umfassenden Multimodalisierung der Medienkommunikation als Unterhaltungsangebote auf Facebook verbreitet und kommentiert werden. Dieser Beitrag betrachtet diese aus einer Kombination von Bild und Text bestehenden multimodalen Kommunikate aus einer gattungs- und gesprächsanalytischen Perspektive, da Bild-Makros sowohl in ihrer formalen und semantischen Gestaltung als auch in der interaktiven Rezeption in Form von Kommentaren und Antworten verfestigte Muster aufzuweisen scheinen. In dieser medial vermittelten Interaktion haben sich sowohl auf der *strukturellen Ebene* der Interaktionssequenzen als auch innerhalb einzelner, auf *sequenzexterner* und *sequenzintern*er Ebene analysierten Interaktionseinheiten verschiedene kommunikative Muster herausgebildet. Darin nehmen soziale Prozesse wie *face-work* und Identitätskonstruktion Einfluss auf die interaktive Aushandlung des Kommunikats.

1. Multimodalität in der Medienkommunikation
2. Internet-Memes und Bild-Makros
3. Korpus und Methodik
4. Analyse: Bild-Makros auf Facebook
    4.1 Formen und Funktionen von Bild-Makros
    4.2 Interaktive Rezeption
5. Zusammenfassung

[1] Für hilfreiche Anmerkungen und Anregungen danke ich Nils Bahlo, Nathalie Bauer, Netaya Lotze und Sarah Torres Cajo.

1. Multimodalität in der Medienkommunikation

Im Zuge der ständigen Weiterentwicklung des Kommunikationssystems und der Entwicklung neuer Technologien haben sich Kommunikationsinhalte, deren Formen und parallel dazu auch der Gebrauch dieser verschiedenen, immer ausdifferenzierteren Medien durch ihre NutzerInnen verändert (Bucher/Gloning/Lehnen 2010: 9). Im Zuge dieses von Krotz (2008: 52f.) als „Mediatisierung" bezeichneten Prozesses haben sich kulturelle Praktiken an die neuen technischen Gegebenheiten angepasst und den kommunikativen Alltag verändert. Eine besondere Rolle in diesem Wandel der Kommunikationsverhältnisse hat dabei das Internet als „Multimedium" (Marx/Weidacher 2014: 71) eingenommen und ist zum „Inbegriff einer multimodalen Mediengattung" (Bucher 2012: 53) geworden. Die technischen Voraussetzungen ermöglichen es, verschiedene Zeichensysteme als „poly-coded sign systems" (Hess-Lüttich 2001: 13) integriert zu präsentieren und zu verteilen (vgl. Hess-Lüttich 1990, 2001: 19). Ein konstitutives Merkmal dieser Entwicklung ist daher *Multimodalität* als „Kopräsenz und wechselseitige Verknüpfung mehrerer Zeichenmodalitäten auf verschiedenen Ebenen […] zu einem Gesamttext" (Stöckl 2011: 47), die erst in ihrem Zusammenspiel bedeutungskonstituierend sind (vgl. O´Halloran 2004: 1; Antos/Opiłowski 2014: 22; Schmitz 2011).[2] Sprache tritt also nicht als unabhängige Einheit, sondern in Kombination mit anderen Zeichenressourcen innerhalb einzelner Kommunikationsformen und Netzwerke auf. Als ein Teil der heutigen medialen Kommunikationskultur kann Multimodalität somit als ein Realisierungsmittel sozialer Praktiken gesehen werden (vgl. Schmitz 2004: 112; Livingstone 2008: 394; Schneider/Stöckl 2011: 10; Spitzmüller 2013; Arens 2014; Placencia/ Lower 2013: 620).[3]

---

[2] Dass jedoch nicht notwendigerweise alle Elemente innerhalb eines multimodalen Textes in einen Zusammenhang zu bringen sind, zeigt Bateman (2008: Kapitel 5). Er plädiert stattdessen für „the need for structure" (Bateman 2008: 145), für einen in der Genre-Theorie fundierten Rahmen. Innerhalb dessen kann bestimmt werden, welche Elemente relevant und zueinander kohärent sind und welche Rolle ein Element im kommunikativen Zweck des Gesamttextes spielt.

[3] Dies hat in den letzten Jahren auch die Linguistik vermehrt berücksichtigt. Zunächst lag der Fokus auf Bildern und Text-Bild-Relationen; im Zuge des „multimodale[n] Turn[s]" (Bucher 2012: 51) bzw. der „multimodale[n] Wende" (Spitzmüller 2013: 135) wurden vermehrt weitere „multisemiotische Gesamtexte" (Schneider/Stöckl 2011: 10) aus der

Eine Ausprägung dieser Multimodalisierung sind Internetphänomene wie z.B. *Memes* und eine ihrer Untergruppen: *Bild-Makros*, die aus einer Kombination von Text und Bild bestehen und dadurch „multimodale Kommunikate" (Siever 2015: 272) darstellen. Sie werden im Social Web veröffentlicht und über verschiedene Verbreitungswege mit anderen KommunikationsteilnehmerInnen geteilt.[4] Eine Plattform dafür bietet Facebook, da dort von Privatpersonen, auf Gemeinschaftsseiten und in Gruppen verschiedene Inhalte wie Bilder, Videos oder Bild-Makros gepostet werden, die eine Vielzahl an RezipientInnen erreichen und sich durch Teilen und Kommentieren viral verbreiten.[5] Bild-Makros erweitern dadurch die Vernetzung über Facebook als „soziales Netzwerk, das Menschen mit ihren Freunden, Arbeitskollegen, Kommilitonen und anderen Mitmenschen verbindet" (facebook.com) um die Verbreitung von multimodalen, meist unterhaltenden Inhalten.

In diesem Artikel wird anhand eines typischen Beispiels das formale und semantische Zusammenspiel der beiden Zeichensysteme Text und Bild zur Bedeutungskonstitution des Bild-Makros exemplarisch aufgezeigt. Da diese nicht nur passiv rezipiert werden, sondern zudem (sprachliche) Interaktion der RezipientInnen hervorrufen, wird in einem zweiten Schritt die interaktive Aushandlung bzw. Rezeption des Bild-Makros in Form von Kommentaren und Antworten unter Berücksichtigung der medial bedingten und Facebook-spezifischen Kommunikationspotentiale betrachtet.

Kombination von Sprache mit weiteren Zeichensystemen wie Ton, Musik, Gestik, Mimik oder Layout betrachtet (vgl. Stöckl 2004; Ventola/Charles/Kaltenbacher 2004; Deppermann/Linke 2010). Großen Einfluss auf die Multimodalitätsforschung hatte dabei die von Hodge/Kress (1988), Kress/van Leeuwen (2001) und van Leeuwen (2005) geprägte Sozialsemiotik (*social semiotic*). Einen jüngeren (medienlinguistischen) Ansatz, der nicht nur eine Betrachtung des multimodalen Kommunikats selbst, sondern auch seine Einbettung in mediale Kontexte und seine kommunikative Verwendung in speziellen Kontexten fordert, bietet die von Diekmannshenke/Klemm/Stöckl (2011) geprägte *Bildlinguistik*.

4 Dafür stellt das Web 2.0 diverse Kommunikationswege und -formen bereit, die die Partizipation und Vernetzung der KommunikationsteilnehmerInnen durch komplexe Strukturen wie auf Twitter, Facebook oder Instagram erfordern und herstellen (vgl. Dürscheid 2005; Livingstone 2008; Zerfaß/Welker/Schmidt 2008; Androutsopoulos 2010: 421, 426; Bedijs/Heyder 2012; Runkehl 2012: 14f.; Eisenlauer 2014b).

5 Nutzerzahlen zeigen die steigende Popularität: Laut allfacebook.de hatte Facebook im zweiten Quartal 2015 gut 1,5 Milliarden aktive Nutzer, innerhalb Deutschlands 28 Millionen (Social Media Aachen 2015).

2. Internet-Memes und Bild-Makros

Das Konzept der „Mems“ erschien zum ersten Mal im Werk des Evolutionsbiologen Richard Dawkins (1976/2006) „Das egoistische Gen“. Von da an gewann die Theorie der Memetik vermehrt an Bedeutung und wurde auf verschiedene Bereiche der Psychologie (Blackmore 1999, 2001), in Arbeiten zum Marketing, zur Ökonomie und dem Web 2.0 übertragen. Damit gilt sie gemeinhin auch als der Ausgangspunkt soziologischer und linguistischer Meme-Forschung (z.B. Breitenstein 2002; Renker 2008; Shifman/Thelwall 2009; Moskopp-Heller 2013; Shifman 2013; Rintel 2013; Wenz i.V.). Dawkins Gedanke beruht auf der Darwinistischen Evolutionstheorie und geht davon aus, dass nicht nur Gene per Replikation weitergegeben und verbreitet werden, sondern auch Teile der menschlichen Kultur. Memes sind nach Dawkins (2006: 321) unter anderem:

> „Melodien, Gedanken, Schlagworte, Kleidermoden, die Art, Töpfe zu machen oder Bögen zu bauen. So wie Gene sich im Genpol vermehren […] verbreiten sich Meme im Mempol, indem sie von Gehirn zu Gehirn überspringen, vermittelt durch einen Prozeß [sic!], den man im weitesten Sinn als Imitation bezeichnen kann.“

Diese unzähligen Dinge verbreiten sich – dem Prinzip der natürlichen Auslese folgend – von Gehirn zu Gehirn weiter (Dawkins 2006: 324).

> „When people copy actions or words, those actions or words are copied with variation and then selectively retained and copied again […]. This new evolutionary process can only run if the replication process is good enough.” (Blackmore 2003: 4)

Zu einem erfolgreichen Replikationsprozess müssen also bestimmte Eigenschaften wie „Langlebigkeit, Fruchtbarkeit und Wiedergabetreue” (Dawkins 2006: 324) erfüllt sein.[6] Mit dem Aufkommen und der immer stärkeren Nutzung des Internets wurde eine neue Grundlage geschaffen, da durch die technischen Verbreitungsmöglichkeiten Memes global und

[6] Shifmans (2014) Erklärungsansatz erfolgreicher Memes bzw. memetischer Inhalte schließt sich diesem an, indem darin Wiederholung, Einfachheit und skurrile Inhalte benannt werden.

mit vergleichbar wenig Aufwand kopiert und weiterverbreitet werden können (Blackmore 1999: 341).

Memes sind also eine Gruppe digitaler, „intertextuell verknüpfte[r], kulturelle[r] Informationseinheiten“ (Wenz i.V.), die über das Internet verbreitet, imitiert und/oder verändert werden und gemeinsame Eigenschaften in Inhalt, Form oder Haltung aufweisen (Shifman 2014: 14, 46; Wenz i.V.).[7] Dank dieser offenen Definition umfassen sie ganz unterschiedliche Inhalte wie Videos, Lieder, Bilder, Sprüche oder Bild-Makros, die sich allesamt durch „die kreative Imitation oder Modifizierung des Inhaltes“ (Wenz i.V.) durch die Person, die diesen weiterverbreitet, auszeichnen. Diese viral verbreiteten Memes thematisieren oftmals Inhalte wie Leichtigkeit, Humor und/oder Spielerei, die sich mit den Eigenheiten des Internets erklären lassen (Moskopp/Heller 2013: 15). Dabei greifen NutzerInnen auf intertextuelle Verfahren zurück, indem sie Nachahmungen in Form von Parodien oder Remixen erzeugen und dabei den Diskurs der Öffentlichkeit wie aktuelle Ereignisse oder (gesellschaftliche) Klischees aufgreifen (vgl. Shifman 2014).

Im Gegensatz zum weit gefassten Begriff der Memes sind *Bild-Makros* oder *image macros* als eine frühe und zugleich populäre Form von Online-Memes durch ihre formal festgelegte Gestaltung aus Bild und Text klar definiert. Als interdisziplinäre Untersuchungsobjekte wurden sie im Laufe der letzten Jahre aus verschiedenen Fachrichtungen mit ihren spezifischen Ansätzen und Methoden betrachtet. Kultur- und sozialwissenschaftliche Arbeiten konzentrieren sich hauptsächlich auf die Herkunft und Entwicklung von Online-Memes im Web, auf ihre verschiedenen Formen und heben die Bedeutung dieser Memes als kulturelle Praktiken, als „part of an agonistic public sphere and media ecology“ (Burroughs 2013: 257), hervor (z.B. Shifman/Thelwall 2009; Burroughs 2013; Moskopp/Heller 2013; Shifman 2013, 2014). Linguistische Arbeiten hingegen stellen das Kommunikat als Sprache-Bild-Text selbst in den Fokus, indem der Aspekt der Multimodalität sowie die Text-Bild-Relation und damit konstitutive Prozesse wie Intertextualität, Intermedialität und Interikonizität (Opiłowski 2013: 218) besondere Beachtung finden (z.B.

[7] Dass es dabei durchaus Abgrenzungsschwierigkeiten gibt, zeigen Moskopp-Heller (2013) und Shifman (2013, 2014).

Knobel/Lankshear 2007; Opiłowski 2013; Rintel 2013; Macé 2014; Wenz i.V.).

3. Korpus und Methodik

Grundlage dieser qualitativen Betrachtung sind 20 Bild-Makros, die zwischen Februar und Dezember 2015 auf den beiden Facebook-Gemeinschaftsseiten „Studentenleben“ (147.600 Gefällt mir-Angaben) und „StudyCheck“ (135.780 Gefällt mir-Angaben; Stand: Februar 2016) gepostet wurden. Der Fokus dieses Beitrags liegt dabei auf einer der populärsten Formen von Bild-Makros, die aus einer Fotografie und (mindestens) einem Schriftzug bestehen.[8] Diese wurden jeweils inklusive aller darunter geposteten Kommentare und Antworten (zwischen 300 und 1800) erhoben.[9] Auf beiden Gemeinschaftsseiten werden die Posts ausschließlich von den SeitenbetreiberInnen generiert und sind im Sinne des *recipient design*s sowohl inhaltlich als auch formal auf die AbonnentInnen zugeschnitten (vgl. Sacks/Schegloff/Jefferson 1974: 727): Die Inhalte umfassen neben Bild-Makros zudem grafisch aufwändig gestaltete Sprüche, alltägliche und kuriose Fotos, Grafiken und Videos, die allesamt aus dem universitären Alltag und dem Bereich des „Studentenlebens“ stammen.[10] Auch wenn keine soziografischen Aussagen über die RezipientInnen der Seiten getroffen werden können, besteht bei allen Interagierenden durch das Abonnieren der Seite und Kommentieren der Beiträge ein gemeinsa-

---

8 Die Reduzierung der semiotischen Ressourcen schafft nicht nur Vergleichbarkeit, sondern ist auch notwendig. Die mit einem Schriftzug versehenen Zeichnungen wie Comics, Diagramme oder Tabellen weisen andere Text-Bild-Bezüge auf, da diese meist mit dem Text zusammen produziert und nicht rekontextualisiert werden (vgl. Kapitel 4).

9 Facebook bietet verschiedene Reaktionsmöglichkeiten: Unter einem „Like“ wird der Gebrauch des „Gefällt mir“-Buttons verstanden. Ein Kommentar ist eine über die Kommentieren-Funktion realisierte Äußerung und eine Antwort wird über den Antworten-Button unter bzw. zu einem Kommentar formuliert. Die in der Analyse verwendeten Beispiele wurden in anonymisierter Form reproduziert.

10 Beide Seiten beziehen sich in ihrer Selbstbeschreibung explizit auf humorvolle Darstellungen: „Wir bringen Abwechslung in den „stressigen“ Studentenalltag, helfen dir abzuschalten und das Leben nicht ganz so ernst zu nehmen! Humor ist etwas wunderbares! [sic!] Nicht jeder kann über die gleichen Dinge lachen und trotzdem haben wir uns alle hier gefunden, um gemeinsam Spaß zu haben, denn Humor ist, wenn man trotzdem lacht!“ (Studentenleben.com) und „Alles was das Studentenherz begehrt: Lustige Bilder und skurrile Videos direkt aus Deiner Uni. Gemeinsam ist das Studentenleben einfach schöner!“ (StudyCheck.de).

mer Wissensstand bzw. *common ground* (Stalnaker 2002) bezüglich des zentralen Themenbereiches „Studieren", der durch sein hohes Identifikationspotential eine Form von *Ingroup*-Kommunikation (Giles/Giles 2012) ermöglicht.[11] Zugleich ist durch die Popularität dieser Inhalte „Gattungswissen" (Günthner 1995: 197) bzw. kulturelles und „narrativ-diskursives Wissen" (Antos/Opiłowski 2014: 29f.) vorauszusetzen.

Das hier betrachtete Untersuchungsmaterial besteht aus zwei Teilen, dem multimodalen Kommunikat und seiner Rezeption. Dabei scheint das kommunikationsevozierende Bild-Makro gewisse verfestigte Muster (vgl. Luckmann 1986, 1988; Günthner/Knoblauch 1994; Günthner 1995) hinsichtlich seiner formalen Gestaltung aufzuweisen.[12] Die schriftliche, medial vermittelte Interaktion, die in Form von Kommentaren und Antworten auf das Bild-Makro erfolgt, unterliegt dabei einem zeitlichen Ablauf, der durch die Anordnung grafisch dargestellt wird. Diese sequenzielle Abfolge und die Möglichkeit, auf einen Kommentar direkt zu antworten, bringen dialogische Interaktion hervor, die unter Berücksichtigung der Eigenschaften medial vermittelter Kommunikation konversations- bzw. gesprächsanalytisch betrachtbar wird (vgl. Bergmann 1981; Deppermann 2000; Imo 2015a).

4. Analyse: Bild-Makros auf Facebook

Angelehnt an die zeitliche Abfolge des Rezeptionsprozesses auf Facebook wird in einem ersten Schritt ein Bild-Makro in seiner formalen Gestaltung aus Text und Bild sowie mit seinen verschiedenen Funktionen dargestellt, die angelehnt an das systemfunktionale Konzept Hallidays (2004) beschrieben werden können. Die semantische Aussage des multimodalen Kommunikats wird von den EmpfängerInnen entschlüsselt und daraufhin auf die eigene Lebenswelt übertragen. In einem zweiten Schritt werden

[11] Eine umfassende soziolinguistische Studie legt Voigt (2015) vor, der Mädchenfreundschaften in Sozialen Medien betrachtet.

[12] Dass die Analyse kommunikativer Gattungen ein großes Spektrum von „internen Strukturen über mediale Vorgaben und Möglichkeiten bis hin zu großflächigen gesellschaftlichen Prozessen" (Günthner/Knoblauch 2007: 63) abdecken kann, zeigen u.a. Günthner/Knoblauch (2007), indem sie wissenschaftliche PowerPoint-Präsentationen als Gattung beschreiben.

daher diese Reaktionen auf die kommunikative Quelle in Form von Kommentaren und Antworten betrachtet.[13]

4.1 Formen und Funktionen von Bild-Makros

Formale Gestaltung

Bild-Makros sind Kommunikate, die aus graphischen Bildern (Mitchell 1986: 10) wie Fotografien oder Zeichnungen bestehen, die mit einem Schriftzug kombiniert sind (Moskopp/Heller 2013: 73; Wenz i.V.). Die verwendeten Bilder sind „striking representations of an action or emotion, often taking the form of a human, anthropomorphised animal or object" (Rintel 2013: 4). Beide Elemente sind „visually instantiated and intentionally copresent within a joint composition which is two-dimensional and static" (Bateman 2014: 28).[14] Dabei können Anordnungen, Platzierungen und Größenverhältnisse von Bild und Text recht unterschiedlich sein, dennoch haben sich gewisse Konventionen herausgebildet. Zwei Merkmale, die Bild-Makros auf formaler und semantischer Ebene kennzeichnen, sind die Prinzipien der *Multimodalität* und *Rekontextualisierung* bzw. der *Bricolage* (vgl. Clarke 1975).

Abbildung 1: Katze (Quelle: Studycheck, Post vom 7. Februar 2015).

In der Abbildung 1 sind Text und Bild zunächst auf einer gemeinsamen „Sehfläche" (Schmitz 2005, 2011) als Tryptichon, „*triptych*" (Kress/van

[13] Diese Möglichkeit, mediale Inhalte zu kommentieren und dadurch unter anderem Wertschätzung oder Unterstützung auszudrücken, bieten die meisten Sozialen Medien (Bedijs 2014: 138; Eisenlauer 2014b: 75).

[14] Zu Text-Bild-Relationen in multimodalen Kontexten siehe ausführlich Siever (2015), die Kommunikation auf *flickr* untersucht.

Leeuwen 1996: 198) angeordnet.[15] Das Bild dient als Mediator zwischen den beiden Textteilen, die, in weißer serifenloser Schrift und konsequenter Großschreibung verfasst, auf das Bild gelegt wurden und als nichtautonome Bestandteile in einem multimodalen Kontext *tertiäre Schriftlichkeit* (Schmitz 2006) herstellen (vgl. Kress/van Leeuwen 1996: 198f.; Moskopp-Heller 2013: 73; Rintel 2013: 4). Denkbar sind mehrere Lesarten, argumentiert wird hier jedoch dafür, dass das Bild-Makro als visuelle Darstellung auf den ersten Blick zunächst holistisch wahrgenommen wird (vgl. Schmitz 2011: 27). In einem zweiten Schritt – wenn auch zeitlich eng verknüpft und mehr oder weniger unbewusst – werden Bild und Textteile, angelehnt an das Prinzip der Segmentierung und der Gestaltprinzipien, als einzelne Segmente gelesen, im Wahrnehmungsprozess miteinander verknüpft und in einen kohärenten Zusammenhang gebracht (Schumacher 2009: 63, 84-89, 151-166).[16]

Das auf der Sehfläche mittig zentrierte Bild zeigt eine fokussierte Darstellung eines Katzengesichtes und dient durch seine Platzierung im Layout sowohl als *Key-Visual* bzw. *Schlüsselbild* als auch als *Catch-Visual* bzw. *Blickfänger* (Janich 2010: 76f.).[17] In direkter optischer und räumlicher Nähe als Kennzeichnung von Zusammengehörigem (Schmitz 2011: 36) steht der erste Textteil, die Nominalphrase „MEINE REAKTION“, die mit dem Bild in Beziehung gesetzt und durch den zweiten Textteil *kontextualisiert* (Gumperz 1982) wird.

Da der konditionale, indexikalische *wenn-dann-Zusammenhang* zwischen Text und Bild ein häufig auftretendes Muster in Bild-Makros ist, lohnt sich ein detaillierterer Blick auf das syntaktische und semantische Zusammenspiel der beiden Zeichenressourcen. Die Apodosis des Konditionalgefüges, [MEINE REAKTION] *(ist)* [Abbildung der Katze], ist semiotisch zweigeteilt: Denkt man sich ein *(ist)* dazu, bildet die Nominalphrase [MEINE REAKTION] eine syntaktische Einheit mit dem Bild,

---

15 „Sehflächen enthalten nicht einfach sowohl Texte als auch Bilder, sondern organisieren deren semiotische Interaktion (Inhalt) durch gezieltes Design (Ausdruck)“ (Schmitz 2011: 28).

16 Zur Rezeption von multimodalen Medienangeboten und kognitiven Zugängen siehe z.B. Bucher/Schumacher (2012), Schumacher (2009) und Bateman (2014: 239-248).

17 Eye-Tracking-Studien haben zudem gezeigt, „that if there are any eyes or faces in the visual field, these will always be attended because humans are essentially a social species“ (Bateman 2014: 244).

die [Abbildung der Katze], welches das Prädikatsnomen fotografisch ersetzt.[18] Das Bild füllt somit die semantische und syntaktische Leerstelle, die der (elliptische) Text eröffnet. Zwischen Bild und Text liegt durch die [Abbildung des Katzengesichtes] und der verbal formulierten „REAKTION" „intermodale Wiederaufnahme" (Schmitz 2011: 36) vor. Dabei wird die „REAKTION" durch das Possessivpronomen „MEINE" zum einen der Katze zugeschrieben bzw. ihr vom Produzierenden in den Mund gelegt, zum anderen wird diese dem Betrachtenden zugeschrieben, der dies durch den Charakter einer direkten Anrede in (s)einen persönlichen Kontext der Lebenswelt setzt. Diese multimodal (ko-)konstruierte Apodosis macht formal eine Bedingung erwartbar, die eingelöst werden muss – dies übernimmt hier die Protasis [WENN IN DER KLAUSUR JEMAND FRÜHER ABGIBT] (vgl. Günthner 2013: 5). Der Wenn-Satz liefert die Situationsbeschreibung, womit er zum einen die durch das Welt- und Gattungswissen erwartete humoristische „Pointe" des Bild-Makros und zum anderen durch die Situationsbeschreibung erst eine Spezifizierung und damit ein Interpretationsangebot liefert, indem er die Apodosis in einen universitären Kontext setzt.[19]

Diese „semiotische Synergie" (Schmitz 2011: 34) ist eine konstitutive Eigenschaft von Bild-Makros als multimodale Kommunikate, da erst die Kombination beider Zeichenressourcen mit ihren jeweiligen semantischen, semiotischen und pragmatischen Potentialen (vgl. Stöckl 2011: 48f.) als „meaning multiplication" (Bateman 2014: 32; vgl. auch Bucher 2011: 135) zu einer bedeutungskonstituierenden „holistischen Gesamtbotschaft" (Schmitz 2011: 33) wird.

Neben multimodaler Multiplikation findet *Rekontextualisierung* statt, die mit dem soziologischen Konzept der *Bricolage* als „re-ordering and recontextualisation of objects to communicate fresh meanings" (Clarke 1975: 177) verbunden ist. Das ursprünglich nicht zu diesem Zweck aufge-

---

18 Dabei bleibt die Deutung offener als bei einem textuell realisierten Prädikatsnomen: Zwar bezieht sich die „REAKTION" auf den Gesichtsausdruck der Katze, jedoch gibt es verschiedene Möglichkeiten der Bildinterpretation (erschreckt, erstaunt, entsetzt usw.).

19 Dieses Prinzip kommt häufig vor: Es gibt einige Bilder und Phrasen, die in verschiedenen Bild-Makros in unterschiedlichen Kontexten verwendet werden. Ein Beispiel ist das Bild-Makro mit der Figur des Boromir aus dem Film „Der Herr der Ringe", dessen Gesicht immer mit der Phrase „One does not simply" und verschiedenen zweiten Textteilen verwendet wird.

nommene Bild – besonders deutlich bei Fotos, die aus populären Filmen stammen oder Abbildungen bekannter PolitikerInnen sind – wird durch den Text rekontextualisiert und erhält somit eine neue Bedeutung: „the combination of textual memes works to reframe the reading of the image" (Rintel 2013: 11).[20] Der Text schafft also eine neue Bedeutung des durch das Bild dargestellten Wirklichkeitsausschnittes, löst es aus dem eigentlichen semantischen und kontextuellen Rahmen des fotografisch Dargestellten, fügt eine neue Bedeutungsdimension hinzu und setzt es in einem Prozess der *Rekontextualisierung* in einen neuen Bedeutungszusammenhang.[21] Dabei erfolgt die Interpretation auch im Rückgriff auf intertextuelles Wissen: Diese Regelhaftigkeiten in formaler Anordnung und semantischem Zusammenhang von Text und Bild bieten einen „Orientierungsrahmen" (Günthner 1995: 200) und übernehmen somit eine Entlastungsfunktion bei der Produktion, Rezeption und Interpretation dieser interaktiven Handlungen (Günthner/Knoblauch 1994: 700; Günthner 1995: 198).

Funktionen und Verwendungsweisen

Mit diesen Eigenschaften stehen Bild-Makros im Social Web nicht allein, sondern sind in unterschiedliche kommunikative Kontexte eingebettet. Insbesondere auf themenspezifischen Gemeinschaftsseiten bei Facebook findet Kommunikation über multimodale Inhalte statt, die durch ihre humoristischen Inhalte Unterhaltungsangebote liefern (vgl. Siever 2015: 313).[22] Auf den Seiten „Studentenleben" und „StudyCheck" kommen Bild-Makros in zwei Verwendungsweisen vor: Sie werden zum einen als Post veröffentlicht und liefern damit nicht nur ein Unterhaltungsangebot, sondern werden als kommunikative Quelle interaktiv rezipiert. Zum anderen werden sie in dieser Interaktion innerhalb eines Kommentars als mul-

---

20 Zu Texten in multimodalen Inhalten siehe Siever (2015: 255-257).

21 Die damit verbundene Inkongruenz kann nach Kotthoff (2006: 10f., 147) als ein Merkmal von Scherzkommunikation, als *Bisoziation*, gesehen werden.

22 Dazu tragen auch die Eigenschaften von Bildern bei, denn sie zeigen Dinge, „die Sprache nicht oder nicht in vergleichbar effizienter Weise in Gang bringen kann und uns über diese bildspezifischen mentalen Aktivitäten Zugänge zur Welt verschafft" (Stöckl 2004: 99, vgl. Stöckl 2011: 48f.). Bild-Makros sind zwar häufig humoristisch, können jedoch auch kritische Beiträge zu aktuellen politischen oder gesellschaftlichen Geschehnissen liefern, wie es z.B. Burroughs (2013) anhand politischer Obama-Memes zeigt.

timodale, expressive Meinungsäußerung oder Bewertung verwendet. In beiden Verwendungsweisen übernehmen sie verschiedene Funktionen, die mit dem systemfunktionalen Konzept von Halliday (2004: 29-31) beschrieben werden können.[23] Im Sinne der *representional function* sind sie zunächst ikonische Darstellungen von Sachverhalten, die durch ihre humoristischen Gestaltungen und Aussagen (primär) unterhaltende Funktion haben (vgl. Knobel/Lankshear 2007: 209f.; Shifman 2007).[24] Durch das Aufgreifen und Darstellen von (Studierenden-)Alltag und auch Klischees bewegen sie sich nah an der persönlichen Wirklichkeit und Lebenswelt der RezipientInnen, wodurch Nähe hergestellt und aufgrund des *common ground* zudem das Verständnis erleichtert wird. Da auf diese Posts als kommunikative Quelle interaktiv reagiert wird, übernehmen sie eine kommunikationsstrukturierende Funktion (*compositional function*) und lösen Interaktion aus. Bild-Makros als bzw. in einem Kommentar fungieren als expressive multimodale Äußerung und Bewertung und stellen somit Meinung, Einstellung und Gefühl des Kommentierenden bildlich und durch die Aussage des Bild-Makros dar (*interactional function*).[25]

4.2 Interaktive Rezeption

Nicht nur auf formaler Ebene, sondern auch in der medial vermittelten Interaktion finden sich verfestigte Strukturen und Muster der KommunikationsteilnehmerInnen, die auf die geposteten Inhalte reagieren. Dabei liegt eine besondere Konstellation von Teilnehmenden vor, die *Ingroup*-Kommunikation auf zwei Ebenen hervorbringt. Durch das Identifikationspotential, das durch das *Liken* der Seite und Kommentieren eines Inhaltes entsteht, findet sie grundsätzlich zwischen allen Interagierenden zu

---

23 Bereits die frühen sozialsemiotischen Arbeiten und auch die multimodale Diskursanalyse haben Hallidays Sprachfunktionen übernommen und auf andere semiotische Modi wie Bild, Ton oder Layout übertragen (Kress/van Leeuwen 1996, 2001; O´Halloran 2004).

24 Mit der Funktion der Unterhaltung gehen weitere Phänomene in ihrer Rezeption wie Scherzkommunikation oder Frotzelaktivitäten einher (vgl. Kotthoff 1998; Günthner 1999b).

25 Der bewertende Aspekt wird hauptsächlich über die Grundaussage geschaffen und hat bei kritischen Inhalten weniger *face*-bedrohende Konsequenzen, da die Aussage nur indirekt vom Sprecher selbst und „durch“ das Bild-Makro geäußert wird. Oftmals sind als Kommentar gepostete Bild-Makros Variationen des Bild-Makros im Post oder sind formal oder thematisch eng verknüpft.

einem Post statt. Die Interagierenden innerhalb einer Interaktionssequenz wiederum, die als unabhängige „Insel-Kommunikation“ in der Gesamtheit aller Kommentare nur zwischen Freunden aus der eigenen Freundesliste stattfindet, sind sich mehr oder weniger persönlich bekannt. Dadurch verfügen sie über einen erweiterten gemeinsamen Wissensstand, der in der Interaktion thematisiert wird (vgl. Eisenlauer 2014b: 77).
Trotz dieser dispersen Gruppe aller Interagierenden haben sich Regelhaftigkeiten in der Interaktion entwickelt, in der oftmals die Selbstdarstellung der TeilnehmerInnen im Vordergrund steht. Diese stellen Bedijs/Held/Maaß (2014: 10f.) als „a key feature of Social Media“ heraus, mit denen die Konzepte des *face* und der *identity* eng verbunden sind:

> “Users develop a perception of their identity […] on everyday individual contribution, every shared piece of context and every comment on contributions and contents provided by other users. It becomes clear that mutual perception plays a significant role in Social Media.” (Bedijs/Held/Maaß 2014: 10)

Die Reaktionen auf gepostete Inhalte sind, durch die medialen Gegebenheiten bedingt, oftmals spontane Handlungen: Erscheint ein Post auf der chronologisch angelegten Startseite der jeweiligen AbonnentInnen, können diese direkt und unkompliziert über den Kommentar-Button darauf reagieren (vgl. Eisenlauer 2014a, 2014b: 75, 79).[26] Die sich auf den Post beziehenden, zusammengehörenden Sequenzen aus Kommentar und Reaktionen in Form von Likes oder Antworten bilden dabei mehr oder weniger komplexe, in sich kohärente und abgeschlossene Interaktionseinheiten (vgl. Placencia/Lower 2013; Bauer et al. in diesem Band). Diese Interaktionseinheiten lassen sich auf mehreren analytischen Ebenen beschreiben: Auf der *strukturellen Ebene* können die vorkommenden Interaktionsstrukturen zunächst formal differenziert werden. In einem zweiten Schritt werden einzelne Interaktionssequenzen auf der Ebene einer Interaktionseinheit betrachtet, in denen sich wiederum zwei, wenn auch nicht

[26] Diese Möglichkeit wird insbesondere auf der Seite „Studentenleben“ viel genutzt: Unter einem Post finden sich zwischen 400 und 1.800 Kommentare. Auf hoch frequentierten Seiten mit vielen Posts entstehen alle Kommentare innerhalb der ersten zwei Tage nach Generierung des Posts. Damit erfüllen sie die nähesprachlichen Merkmale der Spontaneität und Vertrautheit durch das Verlinken bekannter Personen. Dazu kommen neue Formen an Dialogizität bei einer Themenentwicklung, die meist thematisch in Hinblick auf den Post beschränkt ist (vgl. Koch/Oesterreicher 1985; Dürscheid 2003).

trennscharfe, Ebenen unterscheiden lassen. Auf der *sequenzexternen Ebene* sind Prozesse auszumachen, die sich auf die kommunikative Quelle, das Bild-Makro, sowie auf die Beziehung und das gemeinsame Wissen der Interagierenden beziehen. Kommunikative Verfahren, die innerhalb einer Interaktionssequenz stattfinden, werden demnach auf der *sequenzinternen Ebene* verortet.

Strukturelle Ebene

Zunächst rein formal betrachtet kommen in der Gesamtheit aller Kommentare und Antworten verschiedene Interaktionsstrukturen vor: Die Grundform stellt die hier als Minimalinteraktion (vgl. Ziegler et al. 2013: 140) bezeichnete Variante [Kommentar inkl. Verlinkung und/oder sprachliche Äußerung + Like] dar (Beispiel 1).[27] Diese Grundform kann um Antworten erweitert werden, woraus ein Dialog [Kommentar inkl. Verlinkung (+ Like, fakultativ) und/oder sprachliche Äußerung + Antwort] wie in Beispiel 2 oder eine längere Gesprächssequenz durch [Kommentar inkl. Verlinkung und/oder sprachliche Äußerung + mehrere Antworten (+ Like(s), fakultativ)] entstehen.

Beispiel 1

Karin Mustermann: **Nick Ralle** 😂	
27. Mai 2015, 20:27	1 Gefällt mir-Angabe

In diesem Prozess von Rezeption und Interaktion in Beispiel 1 hat Karin Mustermann das Bild-Makro gesehen und beschlossen, jemanden in einem Kommentar zu verlinken.[28] Der verlinkte Nick Ralle reagiert in dieser Minimalinteraktion durch ein Like (1 Gefällt mir-Angabe). Anhand dieser auf ein Minimum reduzierten Interaktion können bereits erste Merkmale der sequenzexternen Ebene einer Interaktionseinheit betrachtet werden.

[27] Interaktion entsteht in diesem Fall dadurch, dass der Like von der verlinkten Person stammt. Die im Folgenden analysierten Beispiele sind allesamt Kommentare aus der Interaktion zu Abb. 1, Katze.

[28] Verlinkte Namen wie Nick Ralle sind fett dargestellt.

Sequenzexterne Ebene

Die Prozesse, die auf dieser Ebene ablaufen, reichen im Vorgang der Rezeption und Interaktion über die sequenzinterne Interaktion aus Kommentar und Antwort hinaus. Neben dem reinen Verständnis des multimodalen Inhalts, der aus dem persönlichen Alltag und somit dem eigenen „Erfahrungsbereich" (Günthner 2006: 134) stammt, wird er durch die Interagierenden auf die eigene, wirkliche *Lebenswelt* (vgl. Luckmann 2007) übertragen. Im Zuge dieses Prozesses wird im Rückgriff auf geteiltes Wissen reflektiert, ob und welche Person aus der Freundesliste darunter verlinkt werden kann (vgl. Boyd 2011: 34f.): Diese Verlinkung, die fast ausnahmslos in allen Kommentaren des Korpus stattfindet, ist somit eine Fokussierungsaufforderung an eine bekannte Person. Als multimodaler *attention-getter* übernimmt sie eine deiktische Funktion, da sie die verlinkte Person auf den Inhalt aufmerksam macht bzw. ihr den Inhalt zeigt (vgl. Bedijs 2014: 139).
Karin stellt ihre Reaktion auf das Bild-Makro mithilfe des alleinstehenden, lachenden Emoticons, das durch Anzeigen einer spaßhaften Interaktionsmodalität zudem als Verstehensanweisung für den verlinkten Nick Ralle dient, graphostilistisch dar (vgl. u.a. Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 99; Arens 2014; Albert 2015; Imo 2015b: 144). Nick Ralle zeigt durch die Gefällt mir-Angabe als „automated text action" (Eisenlauer 2014b: 78) zumindest an, dass er den Beitrag gesehen hat – aufgrund der vielfältigen Bedeutungsmöglichkeiten des Like-Buttons wäre eine darüber hinaus gehende Deutung spekulativ (vgl. Placencia/Lower 2013: 633f.; Bedijs 2014: 138; Marx/Weidacher 2014: 118f.). In Beispiel 2 reagiert die verlinkte Person in Form einer Antwort auf den Kommentar, wodurch weitere Muster und Prozesse sichtbar werden.

Beispiel 2

Lina-Sophie Hendricks: **Tomas Kuhlmann** du jedes mal nach 10 min 😃 hast allen panik gemacht	
18. Juni 2015, 10:58	0 Gefällt mir-Angaben

Tomas Kuhlmann: Das passiert halt 😃	
18. Juni 2015, 13:18	0 Gefällt mir-Angaben

Lina-Sophie Hendricks markiert Tomas Kuhlmann und ergänzt dies um eine verbale Äußerung, worauf Tomas mithilfe des Antworten-Buttons reagiert. Diese formal und inhaltlich kohärente, abgeschlossene Sequenz lässt sich in Anlehnung an Pomerantz (1978: 82) als *action chain* beschreiben, da Lina-Sophies Kommentar als „sequence-initiating action" (Lee 2013: 415; Pomerantz/Heritage 2013: 217) nicht nur eine Antwortmöglichkeit anbietet, sondern sie durch die Verlinkung und das sich auf Tomas beziehende Pronomen „du" auch herausfordert. Tomas liefert die „appropriate next action" (Pomerantz 1978: 83; vgl. Placencia/Lower 2013: 618), indem er die präferierte Reaktion als „responsive action" (Lee 2013: 418) einlöst. Im Sinne Goffmans (1971: 63) zeigt Tomas nicht nur an, dass er die Nachricht empfangen hat, sondern auch deren Relevanz zu schätzen weiß und dass „the affirmed relationship actually exists as the performer implies".

Neben der in Beispiel 1 beschriebenen deiktischen Funktion wird in Beispiel 2 deutlich, dass der Inhalt bzw. die Aussage eines Bild-Makros nicht nur in den Erfahrungsbereich der Interagierenden übertragen, sondern einer Person explizit zugeschrieben werden kann. Dabei wird das StudentIn-Sein – also „bestimmte situative Identitäten" (Kotthoff 1998: 83; vgl. Giles/Giles 2012: 143) und Mitgliedschaftskategorien (*membership categories*) mit kategoriengebundenen Aktivitäten (*category bound activites*) wie dem Schreiben von Klausuren – der TeilnehmerInnen in der Interaktion relevant gesetzt (Sacks 1972a,b). Diese Zuschreibungen gehören zu den Prozessen, die auf *sequenzexterner Ebene* ablaufen: Lina-Sophie zeigt Tomas nicht nur das Bild-Makro, sondern setzt ihn mit der elliptischen Aussage „du jedes mal nach 10 min" in direkte kohärente Verbindung dazu, da sie sich auf ein bzw. mehrere bereits geschehene reale Ereignisse bezieht („jedes mal" und „hast allen panik gemacht"). Dabei liefert Lina-Sophie zwei Fremdzuschreibungen, indem sie Tomas mit dem Pronomen „du" anspricht, der somit der „JEMAND" ist, der in der Klausur früher, „nach 10 min", abgibt. Ihm stellt sie die restlichen Anwesenden während der Klausur, „allen", gegenüber, denen sie zudem die Abbildung des Bild-

Makros, das erschreckte Katzengesicht als Ausdruck der „panik“, die Tomas ihnen gemacht hat, zuschreibt.[29]

Sequenzinterne Ebene

Auf sequenzinterner Ebene fällt zunächst die Verwendung von lachenden Emoticons auf, die in beiden Sequenzen turnfinal, in Tomas Sequenz dialogfinal angelegt sind (Imo 2015b: 141). In Lina-Sophies Beitrag übernimmt das lachende Emoticon neben der Anzeige einer scherzhaften Interaktionsmodaliät zugleich eine gesichtswahrende Funktion (Imo 2015b: 150f.): Die hyperbolische Aussage „du jedes mal nach 10 min“ stellt durch den impliziten verbalen Vorwurf „hast allen panik gemacht“ in Kombination mit der spielerischen Modalität eine Frotzelaktivität dar (vgl. Günthner 1999a,b; Imo 2015b: 149). Dies wird durch verschiedene Funktionen übernehmende Emoticons kontextualisiert, die nicht nur ikonische Abbildungen von Emotionen darstellen, sondern als graphostilistisches Mittel zum Ausdruck der spaßhaften Interaktionsmodalität den Kontext mitbestimmen und eine Verstehensanweisung der sprachlichen Äußerung liefern, folglich indexikalisches Potential haben (Imo 2015b: 144; vgl. Voigt 2015: 109-123; zur spaßhaften Interaktionsmodalität siehe auch Schürmann in diesem Band).[30]

Dass diese analytisch getrennten Ebenen nicht trennscharf sind, zeigt sich bei der Betrachtung von Tomas´ Antwort „Das passiert halt“. Tomas nimmt in seinem Turn das gleiche Emoticon auf und stellt somit nicht nur formal, sondern auch inhaltlich Kohäsion zu Lina-Sophies Beitrag her, indem er die angebotene Interaktionsmodalität übernimmt. Durch das objektdeiktische Demonstrativpronomen „das“ (Zifonun et al. 1997: 316-326) als explizite Wiederaufnahme (Brinker 1992: 27-35) wird sowohl sequenzextern als Referenz und Kohärenz auf die im Bild-Makro dargestellte Szenerie als auch sequenzintern auf das von Lina-Sophie beschriebene (reale) Ereignis Bezug genommen. Die als V2-Satz formulierte Phrase „Das passiert halt“ impliziert eine unbeabsichtigt geschehene

[29] Der Aspekt der Selbstzuschreibung ist in diesem Beispiel schwächer ausgeprägt als in anderen, in denen mit Kommentaren wie „genau wie bei uns“ durch Vergleiche und Personalpronomen eindeutiger Bezug auf den/die SchreiberIn genommen wird.

[30] Neuere und ausführliche Arbeiten zu Emoticons und ihren ikonischen, indexikalischen und symbolischen Eigenschaften siehe Dresner/Herring (2010), Albert (2015) oder Imo (2015b).

Handlung, worin die Modalpartikel „halt“ einen vom Sprecher nicht beabsichtigten und hinzunehmenden Sachverhalts kennzeichnet (Burkhardt 1989; vgl. Voigt 2015: 160ff.). Lina-Sophies indirektem Vorwurf wird als *acceptance* (Pomerantz 1978: 83f.) also zugestimmt.

Dieses Geben von präferierten und zustimmenden Antworten auf Kommentare ist ein konstitutives Merkmal der Interaktion auf den Seiten „Studentenleben“ und „StudyCheck“. In dem hier analysierten Kommentarverlauf kommen zudem explizite Zustimmungen bzw. „enthusiastically agreeing[s]“ (Pomerantz/Heritage 2013: 214) wie „Ist so!!!!!“, „voll!!! xD“ oder „Hahaha genau“ vor. Diese Form der (öffentlichen) Zustimmung übernimmt neben der Erfüllung der eingeforderten Antwort zudem identitätsstiftende Funktionen, da „users also accept appreciation in Social Media as *facework* relating to a real part of their identity” (Bedijs/Held/Maaß 2014: 11, Herv. i.O.). Die Zustimmung übernimmt zudem mehrere Funktionen des positiven *face-works* (Goffman 1959; Heritage 1984: 268) auf zwei Ebenen: Die Interagierenden positionieren sich durch ihre Kommentare und Antworten als Studierende und liefern durch ihre präferierten Antworten „positive face-related speech acts“ (Bedijs 2014: 135) sowie „self-face enhancing“ (Bedijs 2014: 141), da sie sich der von KommilitonInnen und gesellschaftlich erwarteten (klischeehaften) Vorstellung eines Studierenden anpassen. Durch positiv affektive Antworten stellen sie zudem die Erhaltung von „social solidarity“ (Heritage 1984: 265) zwischen Kommentierender/-m und Antwortender/-m her (Holmes 1988: 448). Neben dieser Gesichtswahrung der/des Einzelnen spielt auch die „peer group identification“ (Bedijs 2014: 141) und „social identity“ (Tajfel 1974: 69) als StudentIn eine Rolle,[31] da durch alle Zustimmungen, sei es in Kommentaren oder Antworten, das *face* aller StudentInnen in ihrer sozialen Identität geschützt und gemeinschaftliche Solidarität bekundet wird (Goffman 1967: 42; Bedijs/Held/Maaß 2014: 11). Ausgangspunkt dieser Prozesse, der „photo-initiated communication online that can be explored to reaffirm the relationship and strengthen the bonds between the interactants“ (Placencia/Lower 2013: 617), ist in beiden Fällen das Bild-

[31] Social solidarity bezeichnet „that part of an individual´s self-concept which derives from his knowledge of his membership of a social group (or groups) together with the emotional significance attached to that membership” (Tajfel 1974: 69; vgl. Giles/Giles 2012: 144).

Makro, das als kommunikative Quelle den „Tenor“ vorgibt, dem zugestimmt wird.

5. Zusammenfassung

Bild-Makros als populäre, verfestigte Muster aufweisende multimodale Kommunikate werden im Zuge der allgemeinen Multimodalisierung der Medienkommunikation auf Plattformen wie Facebook verbreitet und rufen medial vermittelte Kommunikation und Interaktion hervor. Dadurch fungieren sie als (ein) Motor der Facebook-Interaktion, da sie die Vernetzung über Facebook als „soziales Netzwerk, das Menschen mit ihren Freunden, Arbeitskollegen, Kommilitonen und anderen Mitmenschen verbindet“ (facebook.com) um die Verbreitung von multimodalen, meist unterhaltenden Inhalten erweitern. Als solche bieten sie multifaktorielles Untersuchungsmaterial für die Linguistik: Als kommunikative Gattung weisen sie Verfestigungen und Konventionen sowohl in ihrer Form – der graphischen Anordnung von Bild und Schriftzug, ihrem semantischen Verhältnis zueinander und in den verwendeten Motiven bzw. Themenbereichen – als auch in ihrer tatsächlichen Verwendung mit interaktiver Rezeption bzw. Aushandlung auf, die im Social Web eine große Rolle zum *face-work* und zur Identitätsbildung spielt.

Formal haben Bild-Makros die Merkmale der Multimodalität und der Bricolage gemein, in denen das rekontextualisierte Zusammenspiel zweier Ressourcen mit ihren verschiedenen konstitutiven Merkmalen bedeutungsschaffend ist. Dabei bieten sie zwei Ebenen der formalen und semantischen Text-Bild-Relation, bildintern auf einer Sehfläche und bildextern in Relation zu ihrer interaktiven Rezeption. Die zum Verstehen notwendige Kontextualisierung erfolgt dabei auf mehreren Ebenen: zum einen durch die mediale und thematische Einbettung des Kommunikats, zum anderen durch auf Gattungswissen beruhenden formalen Gestaltungsprinzipien und sprachlichen Realisierungen innerhalb des Bild-Makros, welche in der Interaktion aufgegriffen werden.

In dieser Rezeption finden sich sowohl auf der Strukturebene als auch auf interaktionsinterner Ebene verfestigte kommunikative Muster. Dabei können Dialogsequenzen auf der *Strukturebene* sowie auf der Ebene einer in sich abgeschlossenen *Interaktionssequenz* betrachtet werden, die wiede-

rum zwei – wenn auch nicht trennscharfe – Betrachtungsmöglichkeiten bietet: Auf *sequenzexterner Ebene* werden Kohärenz mit und Referenz auf die kommunikative Quelle, das Bild-Makro, mit verschiedenen Kohäsionsmitteln hergestellt und dabei, in Bezug auf den *common ground* und das gemeinsame Hintergrundwissen der Interagierenden, in Form von Verlinkungen, Selbst- und Fremdzuschreibungen sowie in Bezug auf (erlebte) Ereignisse etc., auf die reale Lebenswelt der Interaktionsteilnehmenden übertragen. Auf *sequenzinterner Ebene* bietet der initiierende Kommentar ein Interaktionsangebot, welches in verschiedenen Realisierungen eingelöst werden kann. Die Annahme der Interaktion erfolgt meist durch präferierte Antworten, die zum *face-work* beitragen und identitätsstiftende bzw. -wahrende Funktionen erfüllen. Die meist scherzhafte Modalität wird durch lexikalische sowie graphostilistische Mittel übernommen und mit diversen Kohäsionsmitteln Bezug auf den initiierenden Kommentar genommen.

Dieser Beitrag stellt Bild-Makros mit ihrer Rezeption ganzheitlich dar, wodurch es sich nicht vermeiden ließ, einige vielversprechende Aspekte nur kursorisch zu beschreiben. Phänomene wie Bild-Makros treten in den Neuen Medien regelmäßig auf und bilden verschiedene Varianten und Weiterentwicklungen (z.B. Video-Makros) aus. Als solch flexibles Untersuchungsmaterial haben Internetphänomene und -plattformen bereits in den letzten Jahren ein breites Forschungsfeld eröffnet und werden es durch die stetige Weiterentwicklung multimodaler Inhalte auch weiterhin tun.

Literatur

Albert, Georg (2015): Semiotik und Syntax von Emoticons. In: Zeitschrift für Angewandte Linguistik 62(1). S. 3-22.

Allfacebook.de (2015): Börsenbericht: Die ersten offiziellen Facebook-Nutzerzahlen im Jahr 2015. [online abrufbarwww.allfacebook.de/zahlen_fakten/facebook-nutzerzahlen-2015, letzter Zugriff am 16.02.2016].

Androutsopoulos, Jannis (2010): Multimodal – intertextuell – heteroglossisch: Sprach-Gestalten in „Web 2.0“-Umgebungen. In: Deppermann, Arnulf / Linke, Angelika (Hg.): Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton. Berlin: de Gruyter. S. 419-446.

Antos, Gerd / Opiłowski, Roman (2014): Auf dem Weg zur Bildlinguistik. Perspektiven für eine neue linguistische Subdisziplin aus deutsch-polnischer Sicht. In: Antos, Gerd / Opiłowski, Roman / Jarosz, Józef (Hg.): Sprache und Bild im massenmedialen Text. Formen, Funktionen und Perspektiven im deutschen und polnischen Kommunikationsraum. Dresden: Neisse. S. 19-42.

Arens, Katja (2014): WhatsApp: Kommunikation 2.0. Eine qualitative Betrachtung der multimedialen Möglichkeiten. In: König, Katharina / Bahlo, Nils (Hg.): SMS, WhatsApp & Co. Gattungsanalytische, kontrastive und variationslinguistische Perspektiven zur Analyse mobiler Kommunikation. Münster: Monsenstein und Vannerdat. S. 81-106.

Bateman, John (2014): Text and image. A critical introduction to the visual/verbal divide. London: Routledge.

Bateman, John (2008): Multimodality and genre: A foundation for the systematic analysis of multimodal documents. London: Palgrave Macmillan.

Bauer, Nathalie et al. (in diesem Band): Streiten 2.0 im Shitstorm – Eine exemplarische Analyse sprachlicher Profilierungsmuster im sozialen Netzwerk Facebook.

Bedijs, Kristina (2014): Shared Face and Face Enhancing Behaviour in Social Media. Commenting on the Spanish Goalkeeper's Tears on YouTube. In: Bedijs, Kristina / Held, Gudrun / Maaß, Christine (Hg.): Face Work and Social Media. Wien/Zürich: LIT Verlag. S. 135-156.

Bedijs, Kristina / Held, Gudrun / Maaß, Christiane (2014): Introduction: Face Work and Social Media. In: Bedijs, Kristina / Held, Gudrun / Maaß, Christine (Hg.): Face Work and Social Media. Wien/Zürich: LIT Verlag. S. 9-28.

Bedijs, Kristina / Heyder, Karoline Henriette (2012): Sprache und Personen im Web 2.0. In: Bedijs, Kristina / Heyder, Karoline Henriette (Hg.): Sprache und Personen im Web 2.0. Linguistische Perspektiven auf YouTube, SchülerVZ & Co. Berlin: LIT Verlag. S. 7-20.

Bergmann, Jörg (1981): Ethnomethodologische Konversationsanalyse. In: Schröder, Peter / Steger, Hugo (Hg.): Dialogforschung. Jahrbuch 1980 des Instituts für deutsche Sprache. Düsseldorf: Schwann. S. 9-51.

Blackmore, Susan (1999): The Meme Machine. Oxford: Oxford University Press.

Blackmore, Susan (2001): Evolution and memes: The human brain as a selective imitation device. In: Cybernetics and Systems 32. S. 17-23.

Blackmore, Susan (2003): Consciousness: An Introduction. London: Hodder & Stoughton.

Boyd, Danah (2011): Social Network Sites as networked publics: affordances, dynamics, and implications. In: Papacharissi, Zizi (Hg.): Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites. New York: Routledge. S. 39-58.

Breitenstein, Rolf (2002): Memetik und Ökonomie: Wie die Meme Märkte und Organisationen bestimmen. Memetik und Ökonomie. Münster: LIT Verlag.

Brinker, Klaus (1992): Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden. Berlin: Erich Schmidt.

Bucher, Hans-Jürgen (2011): Multimodales Verstehen oder Rezeption als Interaktion. Theoretische und empirische Grundlagen einer systematischen Analyse der Multimodalität. In: Diekmannshenke, Hans-Joachim / Klemm, Michael / Stöckl, Hartmut (Hg.): Bildlinguistik. Berlin: Erich Schmidt. S. 123-158.

Bucher, Hans-Jürgen (2012): Multimodalität – ein universelles Merkmal der Medienkommunikation: Zum Verhältnis von Medienangebot und Medienrezeption. In: Bucher, Hans-Jürgen / Schumacher, Peter (Hg.): Interaktionale Rezeptionsforschung. Theorie und Methoden der Blickaufzeichnung in der Medienforschung. Wiesbaden: Springer. S. 51-82.

Bucher, Hans-Jürgen / Gloning, Thomas / Lehnen, Katrin (2010): Medienformate: Ausdifferenzierung und Konvergenz – zum Zusammenhang von Medienwandel und Formatwandel. In: Bucher, Hans-Jürgen / Gloning, Thomas / Lehnen, Katrin (Hg.): Neue Medien – Neue Formate. Ausdifferenzierung und Konvergenz in der Medienkommunikation. Frankfurt/New York: Campus. S. 9-40.

Bucher, Hans-Jürgen / Schumacher, Peter (Hg.) (2012): Interaktionale Rezeptionsforschung. Theorie und Methode der Blickaufzeichnung in der Medienforschung. Wiesbaden: Springer.

Burkhardt, Armin (1989): Partikelsemantik. In: Weydt, Harald (Hg.): Sprechen mit Partikel. Berlin: de Gruyter. S. 354-369.

Burroughs, Benjamin (2013): FCJ-165 Obama Trolling: Memes, Salutes and an Agonistic Politics in the 2012 Presidential Election. In: The Fibreculture Journal 22. S. 258-277. [online abrufbar unter fibreculturejournal.org/wp-content/pdfs/FCJ-165Benjamin%20Burroughs.pdf., letzter Zugriff am 15.02.2016].

Clarke, John (1975): Style. In: Hall, Stuart / Jefferson, Tony (Hg.): Resistance Through Rituals. Youth subcultures in post-war Britain. London: Routledge. S. 175-191.

Dawkins, Richard (2006): Das egoistische Gen. Jubiläumsausgabe. Berlin: Springer. Erstauflage 1976. Oxford: Oxford University Press.

Deppermann, Arnulf (2000): Ethnographische Gesprächsanalyse. Zu Nutzen und Notwendigkeit von Ethnographie für die Konversationsanalyse. In: Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion 1. S. 96-124. [online abrufbar unter www.gespraechsforschung-ozs.de/].

Deppermann, Arnulf / Linke, Angelika (Hg.) (2010): Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton. Jahrbuch 2009 des Instituts für Deutsche Sprache. Berlin: de Gruyter.

Diekmannshenke, Hans-Joachim / Klemm, Michael / Stöckl, Hartmut (Hg.) (2011): Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele. Berlin: Erich Schmidt.

Dresner, Eli / Herring, Susan (2010): Functions of the nonverbal in CMC: emoticons and illocutionary force. In: Communication theory 20(3). S. 249-268.

Dürscheid, Christa (2003): Medienkommunikation im Kontinuum von Mündlichkeit und Schriftlichkeit. Theoretische und empirische Probleme. In: Zeitschrift für Angewandte Linguistik 3. S. 37-56.

Dürscheid, Christa (2005): Medien, Kommunikationsformen, kommunikative Gattungen. In: Linguistik online 22(1). [online abrufbar unter www.linguistik-online.de].

Eisenlauer, Volker (2014a): Facebook: A multimodal discourse analysis of (semi-)automated communicative modes. In: Norris, Sigrid / Maier, Carmen Daniela (Hg.): Interactions, Images and Texts. A Reader in Multimodality. Boston: de Gruyter. S. 311-322.

Eisenlauer, Volker (2014b): Facebook as a third author – (Semi-)automated participation framework in Social Network Sites. In: Journal of Pragmatics 72. S. 73-85.

Facebook.com: Willkommen bei Facebook. [online abrufbar unter www.facebook.com., letzer Zugriff am 15.02.2016].

Giles, Howard / Giles, Jane (2012): Ingroups and Outgroups. In: Kurylo, Anastacia (Hg.): Inter/Cultural Communication. Representation and Construction of Culture. Los Angeles/London: SAGE Publications. S. 141-162.

Goffman, Erving (1959): The presentation of self in everyday life. New York: Doubleday.

Goffman, Erving (1967): Interaction Ritual. Essays on Face-to-Face Behavior. New York: Doubleday.

Goffman, Erving (1971): Relations in public. Microstudies of the public order. New York: Basic Books.

Gumperz, John (1982): Discourse strategies. Cambridge: Cambridge University Press.

Günthner, Susanne (1995): Gattungen in der sozialen Praxis. Die Analyse ‚kommunikativer Gattungen' als Textsorten mündlicher Kommunikation. In: Deutsche Sprache. Zeitschrift für Theorie, Praxis, Dokumentation 3. S. 193-218.

Günthner, Susanne (1999a): Vorwürfe in der Alltagskommunikation. In: Bergmann, Jörg / Luckmann, Thomas (Hg.): Kommunikative Konstruktion von Moral. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 206-241.

Günthner, Susanne (1999b): Frotzelaktivitäten in Alltagsinteraktionen. In: Bergmann, Jörg / Luckmann, Thomas (Hg.): Kommunikative Konstruktion von Moral. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 300-324.

Günthner, Susanne (2006): Rhetorische Verfahren bei der Vermittlung von Panikattacken. Zur Kommunikation von Angst in informellen Gesprächskontexten. In: Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion 7. S. 124-151. [online abrufbar unter www.gespraechsforschung-online.de].

Günthner, Susanne (2013): Ko-Konstruktionen im Gespräch: Zwischen Kollaboration und Konfrontation. In: gidi Arbeitspapierreihe 49(8). [online unter noam.uni-muenster.de/gidi/arbeitspapiere/arbeitspapier49.pdf].

Günthner, Susanne / Knoblauch, Hubert (1994): 'Forms are the food of faith'. Gattungen als Muster kommunikativen Handelns. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 4. S. 693-723.

Günthner Susanne / Knoblauch, Hubert (2007): Wissenschaftliche Diskursgattungen – PowerPoint et al. In: Auer, Peter / Baßler, Harald (Hg.): Reden und Schreiben in der Wissenschaft. Frankfurt a.M.: Campus. S. 53-65.

Halliday, Micheal (2004): An Introduction to Functional Grammar. London: Arnold.

Heritage, John (1984): Garfinkel and Ethnomethodology. Cambridge: Polity Press.

Hess-Lüttich, Ernest (1990): Code-Wechsel und Code-Wandel. In: Hess-Lüttich, Ernest / Posner, Roland (Hg.): Code-Wechsel. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 9-23.

Hess-Lüttich, Ernest (2001): Angewandte Mediensemiotik. Projekt zur Beschreibung des Kommunikationswandels in der Informationsgesellschaft. In: Hess-Lüttich, Ernest (Hg.): Medien, Texte und Maschinen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 13-34.

Hodge, Robert / Kress, Gunther (1988): Social semiotics. Ithaca: Cornell University Press.

Holmes, Janet (1988): Paying compliments: A sex-preferential politeness strategy. In: Journal of Pragmatics 12(4). S. 445-465.

Imo, Wolfgang (2015a): Interaktionale Linguistik und die qualitative Erforschung computervermittelter Kommunikation. In: SpIn Arbeitspapierreihe 56. [online abrufbar unter arbeitspapiere.spracheinteraktion.de].

Imo, Wolfgang (2015b): Vom ikonischen über einen indexikalischen zu einem symbolischen Ausdruck? Eine konstruktionsgrammatische Analyse des Emoticons :-). In: Bücker, Jörg / Günthner, Susanne / Imo, Wolfgang (Hg.): Konstruktionsgrammatik V. Konstruktionen im Spannungsfeld aus sequenziellen Mustern, kommunikativen Gattungen und Textsorten. Tübingen: Stauffenburg. S. 133-162.

Janich, Nina (2010): Werbesprache. Ein Arbeitsbuch. Tübingen: Narr.

Knobel, Michele / Lankshear, Colin (2007): Online Memes, Affinities, and Cultural Production. In: Knobel, Michele / Lankshear, Colin (Hg.): A new literacies sampler. New York: Peter Lang. S. 199-228.

Koch, Peter / Oesterreicher, Wulf (1985): Sprache der Nähe – Sprache der Distanz. Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte. In: Romanistisches Jahrbuch 36(85). S. 15-43.

Kotthoff, Helga (1998): Spaß verstehen. Zur Pragmatik von konversationellem Humor. Tübingen: Niemeyer.

Kotthoff, Helga (2006): Witzige Darbietungen als Talk-Shows. Zur konversationellen Konstruktion eines sozialen Milieus. In: Kotthoff, Helga (Hg.): Scherzkommunikation. Beiträge aus der empirischen Gesprächsforschung. Radolfzell: Verlag für Gesprächsforschung. S. 145-192. [online abrufbar unter www.verlag-gespraechsforschung.de].

Kress, Gunther / van Leeuwen, Theo (1996): Reading Images. The Grammar of Visual Design. New York: Routledge.

Kress, Gunther / van Leeuwen, Theo (2001): Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication. London: Arnold.

Krotz, Friedrich (2008): Kultureller und gesellschaftlicher Wandel im Kontext des Wandels von Medien und Kommunikation. In: Thomas, Tanja (Hg.): Medienkultur und soziales Handeln. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 43-62.

Lee, Seung-Hee (2013): Response Design in Conversation. In: Sidnell, Jack / Stivers, Tanya (Hg.): The Handbook of Conversation Analysis. Chichester: Blackwell. S. 414-432.

Livingstone, Sonia (2008): Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers´ use of social networking sites for intimacy, pri-

vacy and self-expression. In: New Media & Society 10(3). S. 393-411.

Luckmann, Thomas (1986): Grundformen der gesellschaftlichen Vermittlung des Wissens: Kommunikative Gattungen. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 27. S. 191-211.

Luckmann, Thomas (1988): Kommunikative Gattungen im kommunikativen 'Haushalt' einer Gesellschaft. In: Smolka-Koerdt, Gisela / Spangenberg, Peter / Tillmann-Bartylla, Dagmar (Hg.): Der Ursprung der Literatur. München: Fink. S. 279-288.

Luckmann, Thomas (2007): Lebenswelt, Identität und Gesellschaft. Schriften zur Wissens- und Protosoziologie. Konstanz: UVK.

Macé, Fanny (2014): Much pragmatics. Very meaning. Wow. Language play and peer-affiliation in dogespeak. University of Texas at Austin. [online abrufbar unter www.academia.edu/9434514/Much_pragmatics._Very_meaning._Wow_Language_play_and_affiliation_in_doge_speak].

Marx, Konstanze / Weidacher, Georg (2014): Internetlinguistik. Ein Lehr- und Lernbuch. Tübingen: Narr.

Mitchell, William (1986): Iconology: images, text, ideology. Chicago: Chicago University Press.

Moskopp, Nils Dagsson / Heller, Christian (2013): Internet-Meme – kurz & geek. Köln: O'Reilly.

O´Halloran, Kay (2004): Introduction. In: O´Halloran, Kay (Hg.): Multimodal Discourse Analysis. Systemic Functional Perspectives. London/New York: continuum. S. 1-10.

Opiłowski, Roman (2013): Von der Textlinguistik zur Bildlinguistik. Sprache-Bild-Texte im neuen Forschungsparadigma. In: Zeitschrift des Verbandes polnischer Germanisten 2. S. 217-225. [online abrufbar unter www.ejournals.eu/pliki/art/2649/].

Placencia, María Elena / Lower, Amanda (2013): Your kids are so stinkin' cute! :-): Complimenting behavior on Facebook among family and friends. In: Intercultural Pragmatics 10(4). S. 617-646.

Pomerantz, Anita (1978): Compliment responses: Notes on the cooperation of multiple constraints. In: Schenkein, Jim (Hg.): Studies in the organization of conversational interaction. New York: Academic Press. S. 79-112.

Pomerantz, Anita / Heritage, John (2013): Preference. In: Sidnell, Jack / Stivers, Tanya (Hg.): The Handbook of Conversation Analysis. Chichester: Blackwell. S. 210-228.

Renker, Laura-Christiane (2008): Virales Marketing im Web 2.0 Innovative Ansätze einer interaktiven Kommunikation mit dem Konsumenten. München: IFME-Ed.

Rintel, Sean (2013): Crisis Memes: The Importance of Templatability to Internet Culture and Freedom of Expression. In: Australasian Journal of Popular Culture 2(2). [online abrufbar unter www.intellect books.co.uk/journals/view-Journal,id=202/].

Runkehl, Jens (2012): Vom Web 1.0 zum Web 2.0. In: Siever, Thorsten / Schlobinski, Peter (Hg.): Entwicklungen im Web 2.0. Ergebnisse des III. Workshops zur linguistischen Internetforschung. Frankfurt a.M.: Peter Lang. S. 9-24.

Runkehl, Jens / Schlobinski, Peter / Siever, Torsten (1998): Sprache und Kommunikation im Überblick. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Sacks, Harvey (1972a): On the analyzability of stories by children. Gumperz, John / Hymes, Dell (Hg.): Directions in Sociolinguistics. New York: Holt. S. 325-345.

Sacks, Harvey (1972b): An initial investigation of the usability of conversational data for doing sociology. In: Sudnow, David (Hg.): Studies in social interaction. New York: Free Press. S. 31-74.

Sacks, Harvey / Schegloff, Emanuel / Jefferson, Gail (1974): A Simplest Systematics for the Organization of Turn-Taking for Conversation. In: Language 50. S. 696-735.

Schmitz, Ulrich (2004): Sprache in modernen Medien. Einführung in Tatsachen und Theorien, Themen und Thesen. Berlin: Erich Schmidt.

Schmitz, Ulrich (2005): Sehflächen lesen. Einführung in das Themenheft. In: Sehflächen lesen. Der Deutschunterricht 57(4). S. 2-5.

Schmitz, Ulrich (2006): Schriftbildschirme. Tertiäre Schriftlichkeit im World Wide Web. In: Androutsopoulos, Jannis / Runkehl, Jens / Schlobinski, Peter (Hg.): Neuere Entwicklungen in der linguistischen Internetforschung. Hildesheim: Georg Olms. S. 184-208.

Schmitz, Ulrich (2011): Sehflächen lesen. Eine Einführung. In: Diekmannshenke, Hans-Joachim / Klemm, Michael / Stöckl, Hartmut (Hg.): Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele. Berlin: Erich Schmidt. S. 23-41.

Schneider, Jan / Stöckl, Hartmut (2011): Medientheorien und Multimodalität: Zur Einführung. In: Schneider, Jan / Stöckl, Hartmut (Hg.): Medientheorien und Multimodalität. Ein TV-Werbespot – sieben methodische Beschreibungsansätze. Köln: Halem. S. 10-38.

Schumacher, Peter (2009): Rezeption als Interaktion. Wahrnehmung und Nutzung multimodaler Darstellungsformen im Online-Journalismus. Baden-Baden: Nomos.

Schürmann, Timo (in diesem Band): Scherzkommunikation in niederdeutschen WhatsApp-Nachrichten einer Gruppe von L1-NiederdeutschsprecherInnen.

Shifman, Limor (2007): Humor in the Age of Digital Reproduction: Continuity and Change in Internet-Based Comic Texts. In: International Journal of Communication 1. S. 187-209.

Shifman, Limor (2013): Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. In: Journal of Computer Mediated Communication 18. S. 362-377.

Shifman, Limor (2014): Memes in Digital Culture. Cambridge: The MIT Press.

Shifman, Limor / Thelwall, Mike (2009): Assessing global diffusion with Web Memetics: The spread and evolution of a popular joke. In: Journal of the American Society for Information Science and Technology 60(12). S. 2567-2576.

Siever, Christina Margit (2015): Multimodale Kommunikation im Social Web. Forschungsansätze und Analysen zu Text-Bild-Relationen. Frankfurt a.M.: Peter Lang.

Social Media Aachen (2015): Facebook Nutzerzahlen 2015: Status des Netzwerks. [online abrufbar unter www.social-mediaaachen.de/blog/facebook-nutzerzahlen-2015-status-des-netzwerks/, letzter Zugriff am 15.02.2016].

Spitzmüller, Jürgen (2013): Graphische Variation als soziale Praxis. Eine soziolinguistische Theorie skripturaler "Sichtbarkeit". Berlin: de Gruyter.

Stalnaker, Robert (2002): Common Ground. In: Linguistics and Philosophy 25. S. 701-721.

Stöckl, Hartmut (2004): Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text: Konzepte. Theorien. Analysemethoden. Berlin: de Gruyter.

Stöckl, Hartmut (2011): Sprache-Bild-Texte lesen. Bausteine zur Methodik einer Grundkompetenz. In: Diekmannshenke, Hans-Joachim / Klemm, Michael / Stöckl, Hartmut (Hg.) (2011): Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele. Berlin: Erich Schmidt. S. 45-70.

Studentenleben: [online abrufbar unter www.facebook.com/Studentenleben/?fref=ts, letzter Zugriff am 15.02.2016].

SudyCheck: [online abrufbar unter www.facebook.com/StudyCheck/?fref=ts, letzter Zugriff am15.02.2016].

Tajfel, Henri (1974): Social identity and intergroup behaviour. In: Social Science Information 13(2). S. 65-93.

van Leeuwen, Theo (2005): Introducing Social Semiotics. London: Routledge.

Ventola, Eija / Charles, Cassily / Kaltenbacher, Martin (2004): Perspectives on Multimodality. Amsterdam: Benjamins.

Voigt, Martin (2015): Mädchenfreundschaften unter dem Einfluss von Social Media. Eine soziolinguistische Untersuchung. Frankfurt a.M.: Peter Lang.

Wenz, Kathrin (i.V.): Internetphäno*meme* – Verknüpfungen von Schrift und Bild im virtuellen Raum. Erscheint in: Eckkrammer, Eva Martha / Müller-Lancé, Johannes / Thaler, Verena / Baechler, Coline (i.V.): /Medienlinguistik 3.0. Formen und Wirkung von Textsorten im Zeitalter des Social Web/. Berlin: Frank & Timme.

Zerfaß, Ansgar / Welker, Martin / Schmidt, Jan (Hg.) (2008): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 1. Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum. Köln: Halem. S. 18-40.

Ziegler, Cai-Nicolas et al. (2013): Social Media und der ROI. Erfolgsplanung und -kontrolle; ein erfolgreiches Social-Media-Programm aufbauen, Kennzahlen und Erfolgsmessung verstehen und anwenden, Wertschöpfung auf Unternehmensziele abstimmen. Beijing: O´Reilly.

Zifonun, Gisela et al. (1997): Grammatik der deutschen Sprache. Band 1. Berlin: de Gruyter.