

Das Social Web als literaturdidaktisches Arbeitsfeld

Nathalie Kónya-Jobs

Universität zu Köln | n.konya-jobs@uni-koeln.de

Abstract

Ausgehend von aktuellen technisch-medialen und sozialen Rahmenbedingungen des literarischen Lesens in der Partizipationskultur sozialer Medien, stellt der Beitrag den Gegenstand der Social-Web-Literatur anhand der sich ergänzenden Perspektiven Literatur und Autorschaft sowie Leser*innen und Lektüremodi vor und grenzt dieses literarische Phänomen von verwandten Erscheinungen wie der Netz- oder Internetliteratur ab. Nach der Beschreibung der Datenbasis, methodischer Grundlagen und des empirischen Forschungsdesigns folgt die Darstellung der qualitativen Inhaltsanalyse einer Stichprobe nutzergenerierter Daten aus den sozialen Medien *Facebook* und *YouTube*. Ausgewertet wurden Leserreaktionen auf literarische Inhalte von Julia Engelmann, Jan Philipp Zymny und Stefanie Sprengnagel anhand des Textverstehensmodells von T. van Dijk und W. Kintsch sowie selbst erstellter Kategorien zu rezeptionspragmatischen Handlungen im Social Web. Einzelanalyse und anschließender Vergleich der Kommentarfeeds ergeben Hinweise auf medienspezifische Rezeptionsmuster und das markante Überwiegen bestimmter Lektüremodi. Abschließend stellt der Beitrag vielfältige Lernanlässe vor, die sich Schüler*innen und Studierenden bei der Beschäftigung mit Social-Web-Literatur bieten und fokussiert die fachdidaktischen Reflexionen in Richtung der Fähigkeitsdimensionen der Leser*innen im Sinne einer kritischen Medienbildung.

Schlagwörter

Mediendidaktik; Deutschunterricht; Neue Medien; Social-Web-Literatur; Autorschaft; Partizipationskultur; Literaturdidaktik; Mediendidaktik

Copyright

Dieser Artikel wird unter der Creative-Commons-Lizenz CC BY-ND 4.0 veröffentlicht:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/deed.de>

1. Eröffnende Überlegungen zum Lesen in der Partizipationskultur

Die technischen Möglichkeiten des Social Web (Walsh 2011) verändern seit gut zehn Jahren nicht nur die Wege des Informationsaustauschs, die Pflege sozialer Beziehungen und die Kommunikation unter Nutzer*innen, sondern auch die Rezeptionsweisen für literarische Inhalte. So weist Wagner (2011) in seinem medienpädagogischen Positionspapier darauf hin, dass sich

[m]it der Etablierung partizipativer Mediensysteme (Web 2.0, Social Media, etc.) das Mediennutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen radikal verändert. Medien werden heute nicht [überwiegend] passiv konsumiert. Vielmehr tritt zunehmend ein aktiver, produktionsorientierter und in gewisser Weise auch spielerischer Umgang mit Medien und deren Inhalten in den Vordergrund. (Wagner 2011, 1)

Um das Jahr 2000 bestand die deutschsprachige digitale Literatur der Pioniere dieses Genres wie Susanne Berkenheger, Johannes Auer und Claudia Klinger aus Hypertexten, kollaborativen Schreibprojekten und Medien-Installationen, die aufgrund ihrer experimentellen und avantgardistischen Eigenschaften ein Nischenphänomen innerhalb des literarischen Marktes darstellten und von einer überschaubaren Gruppe von Expert*innen geschaffen und rezipiert wurden. Demgegenüber spricht die Literaturszene, die sich seit etwa 2010 parallel zu ihrem Offline-Pendant im Social Web entwickelt, ein breiteres Publikum an, erregt öffentliche Aufmerksamkeit und erlangt Popularität bei Leser*innen. Neben der zahlenmäßigen Ausweitung der Adressatengruppe sind die Rahmenbedingungen der „participatory culture“ (Jenkins 2006) für das literarische Lesen im Social Web von Bedeutung. Henry Jenkins definiert Partizipationskultur wie folgt:

For the moment, let's define participatory culture as one:

1. With relatively low barriers to artistic expression and civic engagement
2. With strong support for creating and sharing one's creations with others
3. With some type of informal mentorship whereby what is known by the most experienced is passed along to novices
4. Where members believe that their contributions matter
5. Where members feel some degree of social connection with one another (at the least they care what other people think about what they have created).

Participatory culture shifts the focus of literacy from one of individual expression to community involvement. (Jenkins 2006, 7)

Zu den hiermit verbundenen spezifischen Fähigkeiten der Rezipient*innen gehören laut Jenkins die Fähigkeit zu spielerischen Problemlösestrategien (play), das Ausagieren alternativer Identitäten (performance), die Simulation von Weltmodellen (simulation), die Wiederverwendung von Medieninhalten (appropriation), das Multitasking, die Aufmerksamkeitskontrolle (distributed cognition), kollektive Intelligenz, kritische Urteilsfähigkeit (judgement), transmediales Lesen (transmedia navigation), die Fähigkeit zur Informationsvernetzung (networking) und die Bereitschaft zur Aushandlung von Positionen und Bedeutungen (negotiation) (vgl. ebd., 4).

In der Nachfolge von Jenkins hat sich der Schweizer Medientheoretiker Felix Stalder (2016) dem Phänomen der Digitalität in kulturwissenschaftlicher Perspektive gewidmet. So umfasse die „Kultur der Digitalität“ drei Formen im Sinne des „Wie“ kultureller Praktiken, welche charakteristisch seien: Erstens die Referentialität, d.h. die Nutzung bestehenden kulturellen Materials für die eigene Produktion, in deren Folge Auswählen und Zusammenführen zu Akten der Bedeutungsproduktion, aber auch von Selbstkonstitution werde. Zweitens die Gemeinschaftlichkeit, die dazu führe, dass nur über einen kollektiv getragenen Referenzrahmen Bedeutungen stabilisiert, Handlungsoptionen generiert und Ressourcen zugänglich gemacht werden können. Und drittens die Algorithmizität der kulturellen Landschaft, die geprägt sei durch automatisierte Entscheidungsverfahren, die den Informationsfluss reduzieren und formen. (vgl. Stalder 2016, 5) Einen Schritt weiter geht der Kunstpädagoge Benjamin Jörisen (2017), wenn er von ästhetischer Bildung in der Kultur der *Post-Digitalität* spricht (Hervorhebung von der Autorin):

„Post-Digitalität“ ist der passende Begriff für einen Zustand, in dem die Digitalisierung so weit abgeschlossen ist, dass das Digitale eine omnipräsente, ubiquitäre Infrastruktur darstellt. Das Digitale ist einerseits ein Netzwerk aus den Maschinen, Leitungen, Satelliten,

Software, Algorithmen, Protokollen, Datenstrukturen, Daten, Interfaces, RFID-Sendern, GPS-Sendern, zahllosen Endgeräten mit ihren medialen und sensorischen Komponenten usw. Es ist jedoch längst mehr, indem die Strukturen digitaler Infrastruktur sich in die materiell-ökonomischen, die kommunikativsozialen und die artikulativen und individuellen Sphären, letztlich in die Kultur in ihrer ganzen Breite und Tiefe längst eingeschrieben haben. (Ebd.)

Die Verbreitung literarischer Inhalte in sozialen Medien stellt unter den genannten Bedingungen die Leseforschung und Literaturdidaktik vor neue Aufgaben. Dazu gehört es sowohl, die für das literarische Lernen aktivierbaren Komponenten der Partizipationskultur in sozialen Medien reflektiert zu nutzen als auch möglicherweise problematische Effekte des Umgangs mit literarisch-künstlerischen Inhalten in diesen Medien wahrzunehmen und kritisch in unterrichtliche Konzepte einzubinden. Es ist also danach zu fragen, wie das Medienhandeln von Schüler*innen zwischen informellen und formalen Kontexten zum Wohle ihrer literarischen Medienbildung zueinander in Beziehung gesetzt werden kann.

Der Beitrag beschäftigt sich zunächst mit den für das literarische Lesen und Lernen relevanten Eigenschaften von Literatur und Autorschaft im Social Web. Sodann werden Rahmenbedingungen des literarischen Lesens in sozialen Medien betrachtet. Anschließend folgen Ausführungen zur Datenbasis, den methodischen Grundlagen und dem empirischen Forschungsdesign der Untersuchung. Als Nächstes werden erste Untersuchungsergebnisse vorgestellt, die der Analyse nutzergenerierter Daten entstammen. Sie dokumentieren Rezeptionshandlungen in Facebook und YouTube zu Texten von Julia Engelmann, Stefanie Sprengnagel und Jan Philipp Zymny. Der abschließende Teil des Beitrages stellt auf Grundlage der qualitativ-empirischen Forschungsergebnisse literaturdidaktische Reflexionen und diesbezügliche Forschungsdesiderata vor.

2. Literatur und Autorschaft im Social Web

Für weitere Überlegungen müssen zunächst verschiedene Literaturformen unterschieden werden: In der Literaturdidaktik hat Matthias Kepser bereits im Jahr 2000 eine Aufschlüsselung des Begriffs „Internetliteratur“ (Kepser 2000) vorgenommen, die nach wie vor Gültigkeit beanspruchen kann. Kepser unterscheidet grundsätzlich zwischen der Literatur *über* das Internet und *der* Internetliteratur, wobei er Internetliteratur zusätzlich in drei Subkategorien einordnet. Literatur über das Internet umfasst im Bereich der pragmatischen Texte technische Einführungen und Sachbücher, die das Phänomen Internet unter soziologischer, marktwirtschaftlicher oder philosophischer Perspektive betrachten. Im Bereich der fiktionalen Literatur finden sich in dieser Kategorie (Erzähl-)Texte, die das Internet zum Thema und Motiv machen. (Kepser 2000, 107-108) Dem gegenüber versteht Kepser unter Internetliteratur Texte, „bei denen das Netz der Netze zur Produktion, Distribution und/oder Rezeption tatsächlich benutzt wird [und schränkt] Internetliteratur weiter auf solche Texte ein, die überwiegend Schriftsprache verwenden und deren Bezugssystem die Fiktion ist.“ (Kepser 2000, 108-109). Hier gehört in die erste Subkategorie „fiktionale Literatur, die über das Internet verbreitet wird und die ansonsten keine intendierten medienspezifischen Besonderheiten aufweist (Literaturarchive, Ezines und Newsgroups).“ (Kepser 2000 109). Die zweite Kategorie bilden literarische Texte, „die die Möglichkeiten der Seitenbeschreibungssprache HTML und die Programmierwerkzeuge ‚Java‘ bzw. ‚Java-Script‘ ästhetisch [nutzen], aber keine Online-Verbindung zur Produktion oder Rezeption voraussetz[en] (Schein-Internetliteratur).“ (ebd.) Die dritte Gruppe bildet die „echte Internetliteratur, die die Ästhetik des neuen Mediums literarisch fruchtbar macht.“ (ebd.) Sie ist dann vorhanden, wenn das „Kunstereignis an das Medium Internet gebunden ist und nicht ohne Verlust mit einem anderen Medium erzeugt werden kann.“ (ebd. 120) Neben der Verwendung von Programmiersprachen impliziert dies die Aktualisierbarkeit, die Vernetzung sowie die Zweiseitigkeit des Kommunikationskanals. (ebd.) In der Literaturwissenschaft hat Simone Winko ein Jahrzehnt später eine weitgehend mit Kepsers Typologie übereinstimmende Unterscheidung zwischen digitalisierter Literatur, digitaler Literatur und Netzliteratur vorgenommen. Unter digitalisierter Literatur versteht sie literarische Inhalte, die ursprünglich im Printmedium erschienen, erst nachträglich digitalisiert wurden und als E-Books offline oder auf Webpages online verfügbar sind

(d. i. Kepsers erste Kategorie der lediglich im Internet vertriebenen Literatur). Digitale Literatur (d. i. Kepsers Schein-Internetliteratur) benötigt für ihre Produktion digitale Technologien, die ggf. auch für ihre Rezeption zum Einsatz kommen können, es ist aber auch möglich, sie offline am Bildschirm zu rezipieren und oft sogar auszudrucken. Netzliteratur ist im Rahmen ihrer Produktion, Rezeption und Distribution hingegen untrennbar an die spezifische Ästhetik und die Partizipationskultur des World Wide Web in seiner aktuellen Form als Social Web gebunden und offline nicht realisierbar (Winko 2009, 293-294). Diese Form der Netzliteratur, die Kepsers mit dem Begriff ‚echte Internetliteratur‘ bezeichnet, bildet die gegenständliche Basis der medienästhetischen und literaturdidaktischen Ausführungen dieses Beitrags. Da mein Erkenntnisinteresse auf das Lesen literarischer Inhalte in sozialen Medien mittels der Betrachtung von User-Generated-Content gerichtet ist, welches Blogs und Mikroblogs (z. B. Twitter), Content Communities (z. B. YouTube) und sozialen Netzwerken (z. B. Facebook) entstammt, spreche ich im Folgenden von Social-Web-Literatur als einer Variante der ‚echten‘ Internetliteratur nach Kepsers (2000). Social-Web-Literatur zeichnet sich als eine Variante der ‚echten‘ Internet-Literatur ihr gegenüber durch einige weitere Charakteristika aus. Dazu gehört, dass sie von der Mehrzahl der User nicht mehr standortgebunden am Rechner, sondern online auf mobilen Endgeräten wie Smartphones oder Tablets über die korrespondierende App (Facebook-App, YouTube-App, Twitter-App) gelesen und auch kommentiert wird und das Lesen am PC verhältnismäßig sehr viel seltener vorkommt. Betrachtet man etwa Facebook, das Ende 2018 mit über 32 Millionen aktiven Nutzern in Deutschland (davon über 23 Millionen täglich aktive Nutzer) meistverbreitete soziale Netzwerk (vgl. allfacebook.de), dann stellt man fest, dass mittlerweile gut 90 % der Facebook-Nutzer in Deutschland (das sind über 29 Millionen mobile Nutzer und davon 22 Millionen täglich mobil aktive Nutzer) die mobile Version des Netzwerks nutzen. Obgleich es auch schon vor der Verbreitung erschwinglicher mobiler Daten-Tarife, Smart-Devices und Apps möglich war und weiterhin ist, literarische Inhalte wie Blogs usw. per RSS-Feed zu abonnieren und die Inhalte am PC zu lesen, ohne die eigentliche Webseite besuchen zu müssen, machen die Newsfeeds der Social-Media-Applikationen auf mobilen Endgeräten die Inhalte für die Nutzerinnen der Generation ‚always on‘ nun zum allgegenwärtigen Bestandteil ihres Privatlebens. Die Texte der Autor*innen, deren Seiten man zuvor durch einen ‚Gefällt mir‘ – Eintrag abonniert hat, erscheinen beim Öffnen der App im Newsfeed des Nutzers. Die Apps weisen die Leser*innen zusätzlich per Push-Nachrichten und ggf. einem akustischen Signal auf neue Beiträge der abonnierten Autor*innen hin oder auch auf Kommentare von Freunden zu einem abonnierten Inhalt bzw. zu weiteren Kommentaren fremder Nutzer*innen zu einem Inhalt, den man selbst zuvor kommentiert hat.¹ Hat man eine Social-Web-Autor*in abonniert, begleitet sie einen durch den Alltag, denn für Social-Web-Autor*innen sind die hohe Frequenz aktueller kurzer Beiträge mehrmals pro Woche oder sogar mehrmals täglich eine typische Distributionsform. Hinzu kommt, dass die Nutzer*innen nach dem Abonnement einer z.B. Poetry-Slam-Künstlerin, die ästhetische Narrative auf ihrer Facebook-Autoreiseite veröffentlicht, Empfehlungen für ähnliche Seiten erhalten, sodass sie in der Folge häufig mehr als nur einer Autor*in dieses Genres folgen.

Unter den 16- bis 18-Jährigen sind nach dem Messenger-Dienst WhatsApp (96%), YouTube (76 %) und Facebook (65 %) die beliebtesten sozialen Medien, die auch zahlreiche literarische Inhalte anbieten und in dieser Altersklasse überwiegend mobil über das Smartphone (77%) genutzt werden (www.bitkom.org). Die Erhebungen der Nutzerdaten für Deutschland aus dem Jahr 2017 zeigen, dass die Facebook-Nutzer bis zu einem Alter von 24 Jahren ein Viertel der Gesamtpersonenzahl in diesem Netzwerk ausmachen. Wenn man die 25 bis 34-jährigen hinzuzählt, so bildet diese Gruppe 55 % der deutschen Facebook-Mitglieder. Der typische Facebook-Nutzer (www.civey.com 2018) ist Student, zwischen 18 und 29 Jahre alt, ledig und auch auf Twitter und Instagram aktiv. Die Zahl der männlichen Nutzer (50,3 %) übertrifft leicht die der weiblichen (49,7 %). Wenngleich keine belastbaren statistischen Daten dazu vorliegen, wie viele von diesen jungen Nutzer*innen das Lehramtsstudium des Faches Deutsch verfolgen oder absolviert haben, ist anzunehmen, dass auf Seiten, die mit studentischen Szenen für literarische Praktiken verbunden sind, wie es beim Poetry-Slam (Dannecker 2012, Anders 2012) oder auch

¹ Während der Newsfeed bei Facebook eine Mischung aus Status-Updates und Aktivitäten der Kontakte, Postings der abonnierten Seiten und ‚gelikte‘ Beiträge, Fotos und Videos darstellt, die durch den Algorithmus von Facebook gefiltert werden, enthalten die Newsfeeds von Instagram und Twitter schlicht alle Postings der abonnierten Kontakte.

verwandten Szenen wie der Lesebühne oder Stand-Up-Comedy der Fall ist, Studierende und Berufsanfänger des Lehramtes Deutsch in signifikanter Zahl an literarischen Inhalten partizipieren.

Die Social-Web-Literatur der letzten Dekade zeichnet sich durch neuartige und spezifische Eigenschaften aus, die für die Leseforschung und integrierte Literatur- und Mediendidaktik von Interesse sind. Denn die Texte sind an die Wahrnehmungsformen der Partizipationskultur gebunden und verfügen häufig über eine ausgeprägte Multimodalität. Wenn diese Texte nachträglich als Printausgaben erscheinen, verlieren sie konstitutive Merkmale, die schwerlich in ein Buch überführt werden können. Diese Zweitveröffentlichungen sind deshalb defizitäre Varianten der Originale (vgl. Regener 2011: *Logbücher*, Sargnagel 2011: *Fitness*). Denn der abgedruckte Text ist sowohl vom Social Web als Basis seiner Entstehung als auch vom ursprünglichen Kontext seiner Rezeption getrennt, insofern Stimmen des Publikums und die Spuren der Kommunikation zwischen Leser*innen und Autor*innen für den Druck getilgt werden. Zudem können im Social Web mit Videos, Bildern, auditiven Texten, kommunikativen Austauschmöglichkeiten und Verknüpfungen mit anderen Texten und Medien multimodale Codes genutzt werden, die im Buchmedium kaum nachgebildet werden können. Trotz dieser Defizite sind derartige Zweit-Veröffentlichungen auf dem Buchmarkt in der Regel ökonomisch erfolgreich. Denn netzliterarische Inhalte und die aus ihnen entstandenen Bücher stehen nicht in Konkurrenz zueinander. Vielmehr ist im Sinne der Medienkonvergenz ein Nebeneinander der Angebote zu konstatieren. Der Weg kann die einzelnen Leser*innen vom Online-Angebot zum Buch oder vom Buch zum korrespondierenden Blog oder dem Social-Media-Kanal der Autorin oder des Autors führen, ohne dass eine Art der Rezeption grundsätzlichen Vorrang beansprucht. Die Autor*innen unterlaufen Regeln und Mechanismen des konventionellen Literaturmarktes und Literatur- und Kulturbetriebes, indem sie die Distribution ihrer Werke meist ohne Mitsprache von Lektoren, Herausgebern und Verlegern selbst ausführen. Verlage übernehmen – wenn überhaupt – eine nachgeordnete Funktion. Freilich war mit dem Prinzip Book-On-Demand auch schon vor der breiten Etablierung des Social Web die Möglichkeit geschaffen worden, an den traditionellen Distributionswegen vorbei zu publizieren. Im Falle der Social-Web-Literatur kommt jedoch noch ein weiterer Faktor hinzu: Neben den literarischen Vermittlungshandlungen des Verlagswesens und Buchhandels werden auch literarische Verarbeitungshandlungen², die für gewöhnlich von Expert*innen wie Literaturkritiker*innen, Redakteur*innen, Herausgeber*innen und Literaturwissenschaftler*innen übernommen werden, im Sinne der Partizipationskultur immer häufiger an das Publikum übertragen.

3. Leser*innen und Lektüremodi im Social Web

Die Rezeptions- und Verarbeitungshandlungen, die die Literaturszene in sozialen Medien bereitstellt, führen dazu, dass sich – ähnlich wie im Rahmen politischer Kultur – ein Teil des für die Gegenstände typischen Diskurses von der ‚Realwelt‘ in die ‚virtuelle Welt‘ (vgl. zu Virtualität in kommunikativen Zusammenhängen: Adams 2014) verschiebt und ‚viral‘ geführt wird. Es entstehen Rezeptions- und Kommunikationsräume auf einschlägigen medialen Oberflächen, die die Akte der Anschlusskommunikation für alle sichtbar mit dem Ausgangstext verknüpfen. In einschlägigen Handlungsräumen des Social Web finden sich Spuren von individuellen Lektüreprozessen und von kollaborativer literarischer Anschlusskommunikation, die bislang nicht systematisch ausgewertet wurden und die im Rahmen einer Maßnahme zur qualitativ-empirischen Wirkungsforschung kategorisiert und typisiert werden sollten. Diesbezügliche fachdidaktische Reflexionen setzen einige rezeptionstheoretische Vorüberlegungen voraus, die im Folgenden angestellt werden. Anders als Akte der Anschlusskommunikation in formalen (Aus-)Bildungsprozessen, beruflichen Kontexten und Institutionen der Hochkultur (seriöses Pressewesen, literarische Gesellschaften usw.) liefern die Rezeptionshandlungen im Social Web keinen direkten Nutzen für die Akteur*innen. Dennoch investieren Leser*innen in beträchtlichem Maße Zeit und Engagement für die Lektüre und damit verbundene rezeptionspragmatische Handlungen. Der netzliterarische Diskurs ist ein freiwilliger und selbstständiger, der in der Freizeit oder in Erholungspausen im Alltag geführt wird. Damit stellt er das Gegenteil dessen dar, was von manchen Leser*innen in Schule und

² Mit Siegfried J. Schmidt werden innerhalb des Systems Literatur die Handlungsrollen Produzent, Vermittler, Rezipient, Verarbeiter unterschieden. Vgl. Schmidt: 1991, S. 52.

Studium als Zwangsektüre empfunden wird. Die literarischen Rezeptionshandlungen im Social Web versprechen den Leser*innen keine unmittelbaren Gratifikationen im Sinne institutionalisierten kulturellen Kapitals wie Noten, Abschlüsse und akademische Titel und sind deshalb — anders als im schulischen oder universitären Kontext erworbene Bildungsgüter — auch kaum in ökonomisches Kapital konvertierbar. Anders steht es mit dem inkorporierten kulturellen Kapital als einer Investition, die das Individuum „in sich“ (Bourdieu 1993, 55) vornimmt: „Inkorporiertes Kapital ist ein Besitztum, das zu einem festen Bestandteil der Person, zum Habitus geworden ist; aus „Haben“ ist „Sein“ geworden.“ (ebd., 56). Es ist anzunehmen, dass Leser*innen im Social Web diese Art der ‚Bildung‘ erwerben können. Ob sie dort auch soziales Kapital generieren können, ist ungleich schwerer zu bestimmen. Unter sozialem Kapital versteht man mit Pierre Bourdieu „die Gesamtheit der [...] Ressourcen, die mit dem Besitz eines dauerhaften Netzes von [...] institutionalisierten Beziehungen gegenseitigen Kennens oder Anerkennens verbunden sind“ (Bourdieu 1992, 63). Ein Beispiel hierfür wäre die Zugehörigkeit eines Alumnus zu einer Gruppe von Absolventen einer renommierten Universität. Im Kontext des Social Web müsste von Fall zu Fall entschieden werden, inwiefern eine virtuelle Gemeinschaft in einen Kollektivzusammenhang gesetzt werden kann und eine Art Institution bildet, die auch im ‚real life‘ von Bedeutung ist, denn dies bildet in der Regel die Voraussetzung der Konvertierbarkeit der dort erworbenen Ressourcen in andere Kapitalformen.

Im Falle populärer Autor*innen³, die soziale Medien zum Veröffentlichen ihrer Texte (hier also dem ‚Posten‘) nutzen, sich selbst in die Diskussion über ihre Texte einschalten oder die Leserschaft zu literarischen Gesprächen animieren, ist die Bereitschaft bei den Adressat*innen recht hoch, ihre Leserreaktionen öffentlich darzustellen. So verfügt Julia Engelmann alleine auf Facebook über eine halbe Million Abonnenten, die einzelne Beiträge mit zehntausenden ‚Likes‘ und Kommentaren versehen. Patrik Salmen hat dort 55 000 Abonnenten und seine literarischen Dialoge, Kurzgeschichten und Slam-Videos werden mit tausenden ‚Likes‘ und mehreren hundert Kommentaren versehen. Die Facebook-Autorin Stefanie Sprengnagel (alias Sargnagel) verzeichnet bei 56 000 Facebook-Fans Partizipationsaktivitäten in ähnlich hoher Zahl. Gergély Téglasy folgten beim Schreiben seines Facebook-Romans *Der Zwirbler* 13 000 Abonnenten, von denen mehrere hundert Leser*innen täglich Kommentare unter den Romanausschnitten hinterließen. Mark-Uwe Kling hat rund 230 000 Abonnenten, die seine Beiträge mit zehntausenden ‚Likes‘ und mit Kommentaren im drei- und vierstelligen Bereich versehen. Es kann vermutet werden, dass die Hemmschwelle zur Beteiligung an einem literarischen Gespräch im Social Web geringer ist als etwa im Rahmen einer professionellen Lesung, eines Messe- oder Festivalauftritts oder im Anschluss an eine Buchlektüre in Form eines gewöhnlichen Leserbriefes. Hinzu kommt, dass die Distributionsformen des Social Webs selbst es sind, die die spezifischen kommunikativen Bedürfnisse innerhalb der Partizipationskultur (Jenkins 2006, Clinton 2016) erst generieren und gleichzeitig auch Mittel zu deren Befriedigung bereitstellen. Diese Partizipationsbedürfnisse sind wahrscheinlich im literarischen Diskurs ebenso wirksam wie in den öffentlichen Diskursen zu Politik, Sport, Reisen, Zeitgeschehen, Musik, Bildende Kunst und Persönliches. Die genannten Vermutungen müssten künftig mittels empirischer Untersuchungen des typischen Nutzerverhaltens überprüft werden. Neben den Schüler*innen gerät im Rahmen dieser Überlegungen auch eine weitere Gruppe von Adressat*innen in den Blick. Dies sind Studierende des Lehramtsfaches Deutsch aller Schulformen und Berufsanfänger*innen im Lehramt etwa ab dem Jahrgang von 1990. Sie sind in privaten Zusammenhängen häufig bereits als Prosument*innen in der literarischen Partizipationskultur sozialisiert worden. Wie beeinflussen ihre in sozialen Netzwerken eingeübten Lektüremodi ihren Umgang mit Literatur, ihre private und schulische Lektüreauswahl und ihr Handlungsrepertoire im Umgang mit fiktionaler Literatur? Für die integrierte Literatur- und Mediendidaktik stellt sich die Aufgabe, in der Lehramtsausbildung Resonanzräume zur Klärung dieser Fragen zu schaffen. Dies kann sie erreichen, indem sie die literarische Sozialisation der künftigen Deutschlehrer*innen, die veränderte Wahrnehmung des Sozialsystems Literatur und den damit verbundenen Umgang mit literarisch-ästhetischen Inhalten curricular aufnimmt. Neben literatur- und medientheoretischen Fragen können dabei Ansätze der Medienkulturdidaktik (Staiger 2007) und des digitalen Deutschunterrichts (Wampfler 2017) hilfreich sein. Versteht man das Social Web zudem auch als Ort informeller literarischer Bildung von Lehramtsstudierenden,

³ Links zu den Seiten aller im Folgenden angesprochenen Autor*innen finden sich im Literaturverzeichnis.

müsste geklärt werden, welchen Lektüremodi diese informellen Bildungsprozesse üblicherweise folgen. Die explorativ zu Tage geförderten Tendenzen gilt es anschließend kritisch-konstruktiv zu betrachten. Kommentierte Beispiele für Rezeptionstendenzen von Kurzgeschichten und Poetry-Slam-Videos der drei Social-Web-Autor*innen Julia Engelmann, Stefanie Sprengnagel und Jan Philipp Zymny, die einer qualitativen Inhaltsanalyse entstammen, finden sich, mit weiterführenden Links versehen, im Kapitel 5. Zu literarischen Gegenständen im „Dispositiv Internet“ (Hartling 2009, 195), die den Ansprüchen der Partizipationskultur genügen, gehören ebenfalls Weblogs mit literarisch-fiktionalen und literarisch-autobiographischen Inhalten, die Kommentarfunktionen zulassen, sowie Romane als Work-In-Progress-Projekte im Netz, für die Kommentarfunktionen der Leser*innen bereitstehen wie der Facebook-Roman *Der Wirbler*. Sie können jedoch im Rahmen dieses Beitrags keiner näheren Betrachtung unterzogen werden.

4. Datenbasis, methodische Grundlagen, empirisches Forschungsdesign

Als Datenmaterial, das Aufschluss über die bisher skizzierten Fragen im Bereich des digitalen Lesens geben kann, wurde nutzergeneriertes Material in Form von Kommentaren und anderen Effekten literarischer Rezeptionshandlungen (Teilen, Verweisen, Verlinken, Empfehlen) von Leser*innen der Social-Media-Literatur auf *Facebook* und *YouTube* gesammelt. Die nutzergenerierten Inhalte sind der Ertrag von Online-Recherchen und das Ergebnis des Erhebungsverfahrens der Non-Reaktiven-Messung. Das heißt, die Daten lagen bereits unabhängig von der Studie vor und mussten lediglich ausgewählt und gesichert werden. Die Daten enthalten neben den literarischen Ausgangstexten Spuren der Rezeptionshandlungen einzelner Leser*innen in Bezug auf konkrete Texte mit verschiedenen Komplexitätsgraden. Das Datenmaterial gestattet es, Leser-Autor-Interaktionen und den kommunikativen Austausch über konkrete Texte zwischen einzelnen Lesern nachzuvollziehen. Im Vergleich mit anderen Erhebungsverfahren (wie Fragebögen oder Interviews) fehlen bei der Analyse von nutzergenerierten Daten weitgehend die soziometrischen Zugriffsmöglichkeiten. Das Material ist zwar authentisch und nicht durch eine Experimentalsituation beeinflusst sowie leicht zugänglich, doch dafür muss man sich für die Forschung mit den knappen Angaben in den Userprofilen begnügen und der Seriosität der dortigen Angaben vertrauen. Das Kategoriensystem zur Codierung wurde sowohl induktiv über die Beschäftigung mit literarischen Anschlussgesprächen im Social Web als auch theoriegeleitet über ein Textverstehensmodell entwickelt. Das Material wird fortlaufend im Rahmen einer computergestützten, qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet und es liegen bislang nur Zwischenergebnisse vor. Zum jetzigen Untersuchungszeitpunkt ist noch unklar, ob Teile dieses semi-konversationellen Materials aus den Kommentarspalten auch einen gesprächsanalytischen Zugriff erlauben. Sollte dies möglich sein, kann eine Sequenzanalyse mit einer Teilmenge des Datenkorpus angeschlossen werden. Angesichts der oben bereits angesprochenen, eingeschränkten Reichweite der Dokumentenanalyse von ‚user generated content‘ (Walsh et al. 2011) wird zum Zweck der Triangulation erwogen, in Zukunft narrative Interviews mit studentischen Lesern von Social-Media-Literatur im Lehramtsstudiengang Deutsch zu führen, um weitere Informationen über das Lektüerverhalten junger Leser*innen im Social Web einzuholen. Im Kontext des Social Web ergeben sich praktische Hürden der Forschung, die mit der Dynamik der Angebote und mangelnder Archivierung zusammenhängen. Schwerwiegender sind forschungsethische und forschungsrechtliche Herausforderungen. So stellen sich die Fragen: Was darf ich als Forscher*in überhaupt erheben? Wozu benötige ich von wem explizite Einwilligungen? Welcher nutzergenerierte Inhalt ist wirklich ‚frei‘ verfügbar? Die Urheberrechte für Facebook-Seiten liegen etwa stets zu gleichen Teilen beim jeweiligen Mitglied und bei dem Betreiber. Nutzer*innen können ihre Seiten jederzeit löschen, einzelne Kommentare können ebenfalls gelöscht werden. Für Forschungszwecke kann zwar auf Offline-Kopien von Texten und audiovisuellen Materialien zurückgegriffen werden, doch diese entsprechen möglicherweise noch vor Abschluss der Auswertung nicht mehr dem, was aktuell im Netz zu finden ist. Hinzu kommt, dass sich die sozialen Netzwerke strukturell deutlich unterscheiden. Inhalte und Kommentare in YouTube sind auch Personen, die dort kein eigenes Konto besitzen und keinen Kanal unterhalten, einsehbar. Um Inhalte von Facebook oder Twitter einzusehen, muss man dort selbst einen Account anlegen und Nutzer*innen folgen. Damit unterwirft man sich den Ge-

schäftsbedingungen der Betreiber und wird selbst unweigerlich ein Teil dieser Social-Web-Plattformen und in der eigenen Wahrnehmung von deren Algorithmen (mit)gesteuert. Da noch nicht alle Fragen des Urheberrechts und der Einwilligungspflicht geklärt werden konnten, muss im Rahmen dieses Beitrags bedauerlicherweise auf direkte Zitate aus User-Kommentaren verzichtet werden.

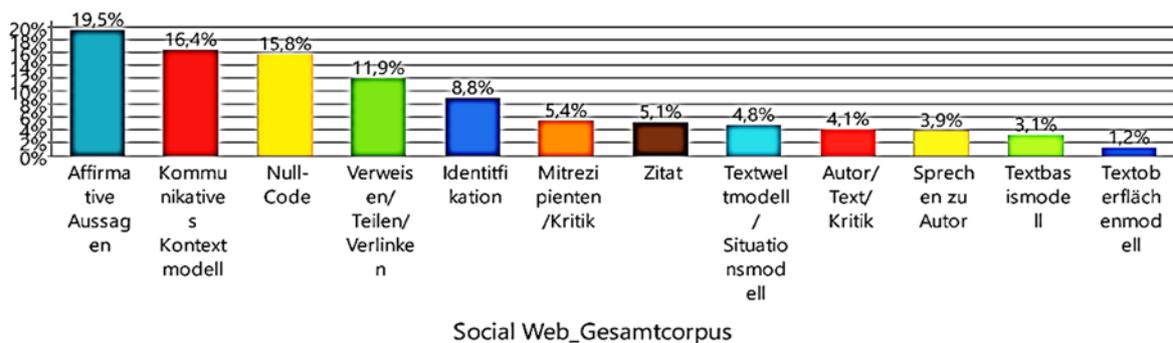
In den Bereichen Marketing und Unternehmensberatung wird auf kommerzielle Auftragsforschung zurückgegriffen. So ist es üblich, nutzergenerierte Daten oder Nutzerprofile von Social-Media-Konzernen wie Facebook käuflich zu erwerben und Untersuchungen zum Nutzerverhalten beim Sozialen Netzwerk selbst oder einem seiner Subunternehmen in Auftrag zu geben. Diese Praktiken scheiden m. E. für die fachdidaktische Forschung jedoch aus, da sie mit ihren forschungsethischen Standards wie Unabhängigkeit, Distanziertheit und Integrität des Forschenden sowie der Verpflichtung zum Datenschutz nicht kompatibel sind.

5. Kommentierte Beispiele für Texte und Akte der Anschlusskommunikation aus sozialen Netzwerken

Da Schüler*innen und Lehramtsstudierende gleichermaßen als Rezipientengruppe im Fokus stehen, wurden Textbeispiele der Social-Web-Literatur ausgewählt, die sowohl jugendliche Leser*innen als auch junge Erwachsene im vorwiegend studentischen Milieu ansprechen. Die Inhalte decken einen weiten Literaturbegriff ab: Es sind multimodale, sprachkünstlerische Texte, die Fotografien, Film und Audiomaterial integrieren (können). Mit der literaturdidaktischen Fragestellung korrespondiert die Auswahl fiktionaler Erzählprosa und Lyrik sowie autopoetischer Inhalte. Journalistische Texte, Arbeiten der Literaturkritik und Rezensionen zu Printmedien scheiden aus. Die Oberflächen Facebook und YouTube, auf denen die ausgewählten Inhalte online veröffentlicht wurden, lassen Kommentarfunktionen der Leser*innen zu. Das Lesen und die rezeptionspragmatischen Handlungen (Müller-Michaels 1977) im Anschluss finden auf derselben Oberfläche statt; Ausgangstexte und Kommentare sind für alle sichtbar miteinander verknüpft. Die ausgewählten Texte genügen basalen literaturästhetischen Ansprüchen und die Einschätzung der Leser, es handle sich bei den vorliegenden um literarische Texte, wird an den kommunikativen Rezeptionshandlungen deutlich. Textseitige Merkmale als Voraussetzung dafür, dass die literaturdidaktischen Potenziale des Social Web beispielhaft herausgearbeitet werden können, liegen vor. Zu nennen sind erkennbare literarische Intentionen der Autor*innen, Fiktionalität, ein Mindestmaß an inhaltlicher und formaler Komplexität, Polyvalenz, Bedeutsamkeit, das Herausfordern von Deutungen und das Zulassen von mehr als einer Interpretation. Die Auseinandersetzung über die Texte findet in Form des schriftlichen Austausches mit den Autor*innen und anderen Leser*innen statt und kann sich von der schlichten Äußerung des Gefallens unter Verwendung von Emoticons bis hin zum Berichten von Lektüreerfahrungen, der Diskussion über Lektürevarianten und zur Formulierung von Deutungen erstrecken. Ein Teil der Kategorien des Kodiersystems lehnt sich an die Forschungsergebnisse von Theun A. van Dijk und Walther Kintsch (van Dijk & Kintsch 1983) zu mentalen Repräsentationen von Leser*innen an. So bezieht sich das Textoberflächenmodell (TOM) auf Repräsentationen des Textäußeren wie des Schriftbildes (oder des Klanges der Stimme im Falle von Videos), den Reim oder Rhythmus sowie der Identifikation von einzelnen Worten auf subsemantischer Ebene. Das Textbasismodell (TBM) nimmt Bezug auf die semantische Struktur eines Textes von der Wortwahl bis zu seiner gesamten Argumentationsstruktur. Das Textweltmodell oder Situationsmodell (TWM) ist die mentale Repräsentation des vom Text geschilderten Weltausschnitts. Auf dieser Ebene äußern sich Leser*innen zu Ereignissen, Handlungen, Figuren und anderen Elementen der fiktiven Textwelt. Mentale Repräsentationen des kommunikativen Kontextes (KKM) umfassen zahlreiche Aspekte. Dazu gehören: Äußerungen zum Autor des Textes oder dessen vermuteten Intentionen, zu pragmatischen Aspekten des Sprechaktes, zur Rezeptionssituationen des vorliegenden oder ähnlicher Texte, die Einordnung des Textes zu einer Textgruppe, Gattung oder Genre, das Erkennen intertextueller Bezüge, Zitate, Anspielungen sowie die persönliche Deutung. Kommentaranteile, die keiner der vier mentalen Textrezeptionen zugeordnet werden konnten, wurden mit einer ‚Null-Kategorie‘ kodiert. Zusätzlich zu diesen dem Textverstehensmodell von van Dijk und Kintsch entlehnten Kategorien, die Aufschluss über mentale Repräsentationen des literarischen Textes geben (Dimension 1), wurden induktiv weitere für den Kodierleitfaden gebildet, die als rezeptionspragmatische Handlungen die

spezielle Rezeptionssituation im Social Web gestalten (Dimension 2). Dies sind erstens Verweisen, Teilen, Verlinken, zweitens explizit geäußerte Kritik an Mitrezipienten aus dem Kommentar-Chat, drittens unterhalb des Referenzbeitrags gepostete Kritik am Autor oder dem jeweiligen Text, viertens gepostete Zitate aus dem vorliegenden oder aus anderen Texten der Autor*in, die kommunikativ genutzt werden, fünftens das direkte Ansprechen des Autors im Rahmen des Kommentars, sechstens Aussagen zur persönlichen Identifikation mit dem Autor oder dem Text und siebtens sprachlich ausformulierte affirmative Aussagen, die über ein ‚Gefällt mir‘ hinausgehen.⁴

Die qualitative Inhaltsanalyse von Kommentarfeeds aus Facebook und YouTube zu vier Slam-Texten von Julia Engelmann und Jan Philipp Zymny und sechs im Vergleich deutlich kürzeren poetischen Statusmeldungen Stefanie Sprengnagels⁵ ergibt in der Gesamtschau der vierzehn aus nutzergenerierten Daten bestehenden Corpora folgendes Bild:



(Eigene Abbildung Nr. 1)

Betrachtet man als erstes die vier Bereiche des Textverstehensmodells von van Dijk/Kintsch, die in den Kodierleitfaden aufgenommen wurden, stellt man fest, dass sie zusammengenommen 25,5% der erhobenen Rezeptionshandlungen zu mentalen Textrepräsentationen ausmachen. Ihnen stehen 58,7% rezeptionspragmatische Handlungen gegenüber, von denen angenommen wird, dass sie typisch für die Lesesituation des Social Web sind. Innerhalb des Sets der Aussagen zum Textverstehensmodell lassen sich solche, die sich auf den kommunikativen Kontext der Lektüre beziehen (i.e. Kommunikatives Kontextmodell), mit 16,4% (276 Aussagen) am häufigsten isolieren. Operationen, die Aufschluss über mentale Repräsentationen hinsichtlich textnaher Impulse geben, machen demgegenüber gemeinsam nur 9,1% der Aussagen in diesem Set aus. Aussagen zum Situationsmodell des Textes, also zu Elementen der fiktiven Textwelt wie Inferenzen zur Handlung in Raum und Zeit, Aussagen zu Figuren und der Erzählposition, die sich auf der Ebene der globalen Kohärenz auf den Gesamttext beziehen, bilden 4,8% der Gesamtaussagen und nehmen mit 80 Bezugnahmen lediglich Platz sieben von elf der rezeptionspragmatischen Handlungen ein, wenn man den Null-Code für die Bestimmung der Rangfolge unberücksichtigt lässt. Noch seltener beziehen sich die Leser*innen auf das Textoberflächenmodell und das Textbasismodell, welche konkrete Bezüge zur verwendeten Sprache auf der Ebene der lokalen Kohärenz erfordern. Auf das Textoberflächenmodell entfallen lediglich 20 Aussagen (1,2%) und auf das Textbasismodell 52 (3,1%). Es lässt sich auf dieser Grundlage folgendes feststellen: Je mehr argumentative Textnähe der Aussagetypus erfordert, desto seltener wird er in der Anschlusskommunikation zu diesen Social-Web-Lektüren geäußert. Die überwiegende Mehrheit der Aussagen entfällt auf Kategorien, die in einer engen Beziehung zum Rezeptionskontext des Social Web stehen und auch in diesem Set ist die Betrachtung der Spitzenpositionen aufschlussreich zur Charakterisierung des Lesemodus. So bilden Aussagen affirmativer Natur (19,5%) die größte Einzelgruppe. Es folgen

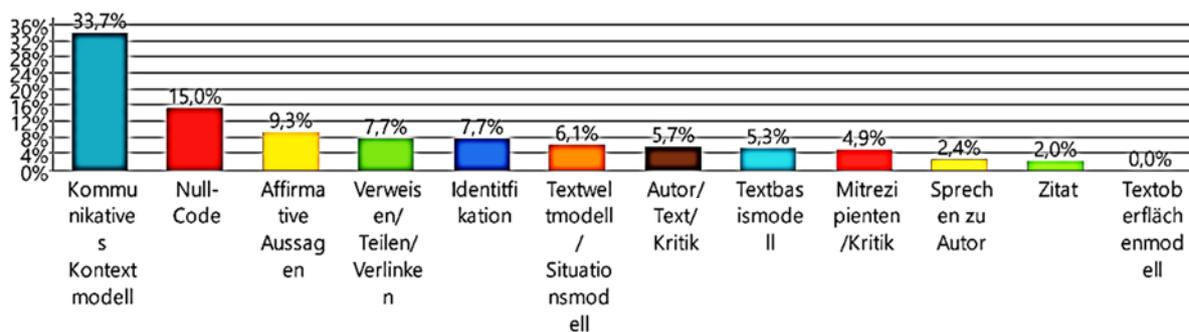
⁴ Dimension 1 und Dimension 2 wurden zunächst im gesamten Textcorpus in getrennten Durchläufen codiert und für die gemeinsame Auswertung um der besseren Anschaulichkeit Willen wieder zusammengeführt.

⁵ Die Links zu den untersuchten Texten der drei ausgewählten Autoren und Angaben zu den erhobenen Nutzerdaten finden sich in der Literaturliste.

das Verweisen, Teilen, Verlinken (11,9%) sowie identifikatorische Aussagen (8,8%). Zwischen diesen drei Codes besteht zudem die höchste Überschneidungsrate. Die Akte des Teilens, Verlinkens, Verweizens, Empfehlens innerhalb des eigenen Netzwerks zielen bei näherer Betrachtung darauf, sich in seiner Selbstdarstellung als Leser*in zu einem Autor und dessen Text zu bekennen, alle oder ausgewählte Freunde an der eigenen Lektüreerfahrung teilhaben zu lassen oder bestimmte Freunde auf den Text oder die Autor*in zu verweisen, weil man sie damit in Verbindung bringt bzw. bringen möchte. Die Akte der Anschlusskommunikation dienen in einem erheblichen Maße der Pflege sozialer Beziehungen. Denn die Texte werden mehrheitlich identifikatorisch-selbstbestätigend gelesen und es ist ein Bestreben erkennbar, das persönliche soziokulturelle Umfeld in das Lektüreerlebnis einzubeziehen. Selbst wenn man konzediert, dass soziale Medien wie Facebook im Kern der Selbstdarstellung eines „autobiographische[n] Ich[s] als interdependentes Sozialwesen“ (Wilhelms 2016, 90) dienen und dass diese funktionale Bestimmung des Mediums die Wahrnehmung dort präsentierter literarischer Inhalte mitbestimmt, ist das Ausmaß dieses Medieneffekts im Rahmen literarischer Anschlussdiskurse beträchtlich und wirft die Frage nach mittelbaren Einflüssen auf andere literarische Lesemodi außerhalb sozialer Medien auf.

Werfen wir ferner einen Blick auf Akte literarischer (Anschluss-)Kommunikation, die im Leseumfeld des Social Web geringeren Barrieren unterliegen als in der analogen Lesekultur. Gemeint ist die Möglichkeit, (auch anonym, unter Verwendung eines Nicknames oder einer fingierten Identität) mit der Autor*in zu kommunizieren oder kritische Gespräche über Verfasser*innen und Texte mit einer großen Zahl (auch persönlich unbekannter) Leser*innen zu führen, mit anderen Leser*innen in kritischer Absicht über deren Rezeption des Textes zu sprechen und nicht zuletzt, öffentliche Kritik am Text (oder dem/der Autor*in) äußern zu können. Diese Handlungsoptionen korrespondieren mit dem Bild des weiter oben charakterisierten aktiven Lesers in der literarisch-medialen Partizipationskultur im Unterschied zu einem eher passiven in seine stille Lektüre versunkenen Leser der traditionellen Buchkultur. Jenkins bezeichnet diese Fähigkeitsdimensionen als ‚judgement‘, ‚networking‘ und ‚negotiation‘ (2006, S. 4). Im untersuchten Material umfassen sie lediglich 5,4% bis 3,9% der Aussagen. Damit belegen diese rezeptionspragmatischen Handlungen, die laut den Vorannahmen erforderlich für den aktiven, eingreifenden und kritischen Lesemodus im Social Web sind, nur Platz fünf bis neun von insgesamt elf ermittelten Plätzen der Codehäufigkeit. Zusammenfassend ist zu sagen, dass im Rahmen dieser Analyse eines begrenzten Ausschnitts der literarischen Kommentarkultur in sozialen Netzwerken die Neigung einer Mehrheit der Leser*innen deutlich wurde, Anschlussgespräche unter weitgehender Ausparung der literarisch-medialen Metaebene unmittelbar auf realweltliche Kontexte, die Diskussion von Sachfragen, die Lebenswelt von Freunden, Verwandten und Partnern und auf die eigene Person und damit verbundene kommunikative Bedürfnisse zu beziehen. Die Kommentator*innen nahmen selten Bezug auf die subsemantische und semantische Textgestalt (wie Wortwahl, Metrik, Prosodie, Aufbau) und das Situationsmodell des Textes (wie Raum- und Zeitregie, Figuren, Perspektive, Motive, Handlung), sondern nutzten den Text als Gesprächsanlass auf der Ebene des kommunikativen Kontextes, ohne zuvor textnah Propositionen über ihn gebildet zu haben. Die literarischen Texte nehmen dementsprechend mehrheitlich eine heteronome Funktion in den Diskursen der Leser*innen ein.

Im Rahmen der unterrichtsbezogenen, fachdidaktischen Forschung gilt es daher zu reflektieren, welchen Einfluss diese Rezeptionsmechanismen aus dem populärkulturellen Handlungsfeld des Social Web auf die Rezeption literarischer Inhalte im schulischen Zusammenhang haben. Betrachtet man nun die Texte der drei Autor*innen als separaten Textkorpus, fallen gewisse Unterschiede ins Auge.



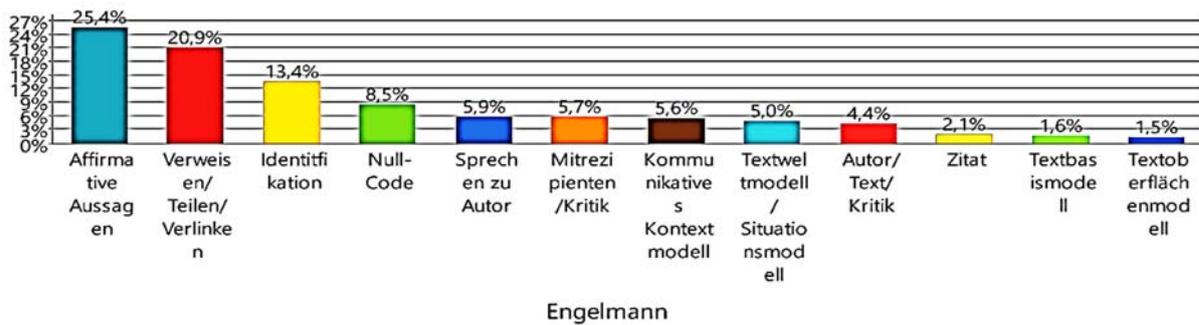
Sprengnagel

(Eigene Abbildung Nr. 2)

Die literarischen Arbeiten der österreichischen Zeichnerin und Autorin Stefanie Sprengnagel (alias S. Sargnagel) entstehen im sozialen Netzwerk *Facebook*. Aus ihren zuvor online veröffentlichten Texten sind mittlerweile die Bücher *Binge-Living* (2013), *Fitness* (2015) und *In der Zukunft sind wir alle tot* (2016) hervorgegangen. Sprengnagel versteht sich als feministische Linksaktivistin, die sich in ihrem Heimatland Österreich gegen die rechtspopulistische identitäre Bewegung einsetzt. Sie spricht mit ihren provokativ-satirischen Kurztexten und Comics vor allem Studierende, junge Künstler und literarisch gebildete junge Erwachsene an, die offen für unkonventionelles Schreiben sind. In den Kommentaren zu Sprengnagels Texten rangieren die Bezugnahmen auf den kommunikativen Kontext mit 33,7% deutlich vor allen anderen Kategorien. Die Texte werden als Anlass genutzt, um politisches Tagesgeschehen und gesellschaftliche Entwicklungen zu thematisieren und sich zu der Haltung, die Sprengnagel zugeschrieben wird, zu bekennen oder sie abzulehnen. Obgleich das Textoberflächenmodell gar nicht angesprochen wird, machen die mentalen Repräsentationen der Textbasis und der Textwelt zusammen 11,4% aus und liegen damit deutlich über dem entsprechenden Wert aus der Synopse. Dies hängt wohl mit dem literarischen Vorwissen der Leserschaft Sprengnagels zusammen, das es gestattet, (rhetorische) Nachfragen zu Begriffskonnotationen und pragmatischen Aspekten des Textes zu stellen sowie diesen weiter aus- und umzufabulieren.

Die beiden anderen Textcorpora entstammen Kommentaren zu Poetry-Slam-Beiträgen (vgl. zur Kunstform Poetry Slam Westermayr 2004; Anders 2015) zweier sehr unterschiedlicher Vertreter*innen dieser literarischen Szene. Poetry-Slam-Auftritte gehören einerseits zu einer performativen, mündlichen Kultur, die auf den ersten Blick ohne die Vermittlung durch digitale Medien auszukommen scheint. Andererseits finden sich zahlreiche Videos von Auftritten populärer Slammer auf der Videoplattform YouTube, wo die Künstler einen eigenen Kanal unterhalten oder Slam-Festivals für die Distribution sorgen. Dabei werden nicht nur die Videomitschnitte von Auftritten veröffentlicht, sondern zuweilen auch die Texte selbst, sodass verschiedenartige, medienspezifische Rezeptionsmuster angesprochen werden.

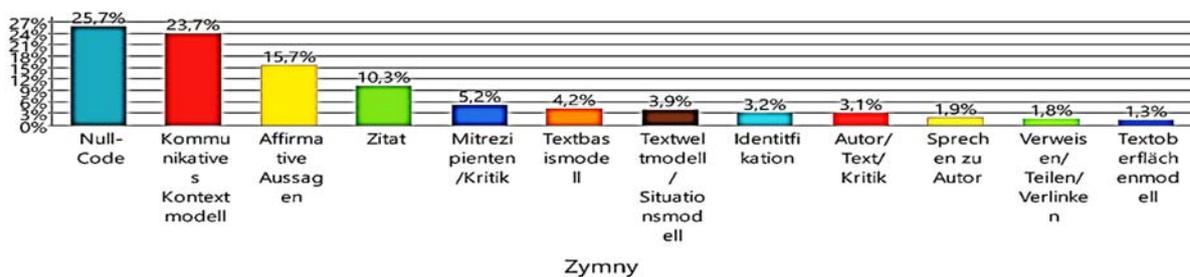
Die Slammerin und Buchautorin Julia Engelmann wurde 2014 mit dem YouTube-Video des Slams „One Day/Reckoning-Text“ populär. Dieser virale Internet-Hit wurde seitdem knapp 12 Millionen Mal aufgerufen. Neben YouTube als Plattform für Slam-Videos nutzt sie auch Facebook mit einer Autoren-Seite. Engelmann schrieb dort ihre Texte anfangs konventionell in digitaler Schrifttype auf die so genannte Facebook-Pinnwand, ging jedoch später dazu über, künstlerisch gestaltete Postkarten mit handgeschriebenen Texten und schlichten Zeichnungen als Collagen extern zu arrangieren und anschließend in Facebook zu posten.



(Eigene Abbildung Nr. 3)

In ihren Texten widmet sie sich den Themen der (jugendlichen) Identitätssuche, persönlichen Krisen und deren Überwindung, dem Beschreiben von Situationen, die positiv wie negativ emotional aufwühlend sind. Obgleich die Kommentatoren die Texte häufig als Lyrik, Poesie, Gedicht u. ä. bezeichnen und als ‚schön‘ bewerten, nehmen sie darüber hinaus kaum textnahe Aussagen vor. Auch Ausführungen zum Kommunikativen Kontextmodell sind vergleichsweise selten. Stattdessen entfallen hier gemeinsam 59,7% auf die Akte der Affirmation, des Verweizens und der Identifikation. Die Kommentator*innen antworten damit positiv auf die Selbstinszenierung der Autorin als ‚Mädchen von Nebenan‘, das der Generation Y aus dem Herzen spricht.

Der Slam-Poet und Autor Jan Philipp Zymny widmet sich in seinen humoristisch-satirischen Texten den Absurditäten des Alltagslebens. Er verwendet dabei häufig die Darstellungsmodi der Groteske und des phantastischen Realismus, schreckt nicht vor Geschmacklosigkeiten zurück und spickt seine Texte mit zahlreichen intertextuellen Bezügen zu den Genres Science-Fiction, Cyber Punk und dem Live Action Role Playing.



(Eigene Abbildung Nr. 4)

Im Rahmen der Kommentarkultur zu Zymnys Beiträgen ist die vergleichsweise hohe Zahl der Beiträge unter Verwendung von Zitaten auffällig. Gemeinsam mit dem kommunikativen Kontext und der Affirmation bilden sie die Spitzengruppe in der Codehäufigkeit. Dies zeigt, dass die überwiegende Zahl der Beiträger*innen eine aktive Rolle in der Fankultur zu seinen Texten einnimmt und den spielerischen Umgang mit den fiktiven Weltmodellen pflegt, welche der Autor entwirft. Diese Zymny-Expert*innen können in ihren Kommentaren größtenteils auf Bezüge zu textnahen mentalen Repräsentationen verzichten; diese sind mit unter 10% vertreten. Stattdessen kommunizieren sie mittels Zitaten und mehr oder weniger expliziten Aussagen zum kommunikativen Kontext.

6. Social-Web-Literatur im Spiegel der Literaturdidaktik

Die Kommentarseiten zu den Texten der ausgewählten Autor*innen zeigen, dass die Nutzer*innen eine – wenngleich kurzlebige und sehr dynamische – virtuelle Gemeinschaft zur Pflege einer kulturell-medialen Praxis ausbilden. Im Material ließen sich verschiedene sprachliche Praktiken isolieren: Affirmative Aussagen, Akte der Selbstdarstellung als Leser*in, Akte zur kommunikativen Herstellung von Gemeinschaft, Aussagen des Bewertens und des Argumentierens für Deutungsvarianten, Spekulationen über Autor- oder Textintentionen, Beispiele des medienbezogenen-genrespezifischen Kommentierens

der Ausgangstexte und der sprachlichen Bricolage im Rahmen der Kommentarkultur, die sich unterschiedlicher popkultureller Ressourcen wie der Unterhaltungsliteratur, Filmen, Serien, Gaming, Werbung, Skripted-Reality-Formaten bedient und neben Textzitatzen auch Fotos, Memes und Videos zum Verlinken nutzt.

Die Beschäftigung mit Social-Web-Literatur bietet auf dieser Basis für Schüler*innen und Studierende eine Reihe von Lernanlässen. So können die Produktion und Rezeption von Literatur im Social Web im Vergleich zur Print-Form und in Verbindung mit dieser thematisiert werden. Dabei können Konzepte der Partizipationskultur und der Kultur der (Post-)Digitalität wie sie Jenkins, Stalder und Jörissen beschreiben, auf den Bereich der literarischen Kommunikation bezogen und in diesem Zusammenhang reflektiert werden. Dabei bietet sich ein Fokus auf die Fähigkeitsdimensionen der Leser*innen im Sinne der kritischen Medienbildung an. Grundsätzlich erscheint es vielversprechend, auch die im Social Web inszenierten Autorschaftskonzepte einzubeziehen. Die Analyse der derzeit von Jugendlichen und jungen Erwachsenen meistgenutzten sozialen Medien YouTube und Facebook als Dispositive und ausgewählter Kommentarfeeds hat gezeigt, dass sowohl die Produzenten als auch die Rezipienten ein biographisch bestimmtes und genieästhetisch geprägtes Autorschaftsmodell und ein damit verbundenes Konzept der Erlebnisliteratur und identifikatorisch-selbstbestätigenden Lektüre in den Vordergrund stellen. Dieser Lektüremodus kann mit anderen literarischen Lektüremodi in Schule und Studium verglichen werden, um aufzuzeigen, wie Anleihen an die jeweils minder repräsentierten Codes nicht nur die Textwahrnehmung und das Lektüreerlebnis verändern, sondern auch das rezeptionspragmatische Repertoire der Leser*innen insgesamt erweitern. Im Zusammenhang mit den explorativ mit Schüler*innen oder Studierenden anhand von Social-Media-Daten beschriebenen Autorschaftsbildern, Lektüremodi und Literaturkonzepten kann schließlich die mediale Inszenierung von Literatur als Marketing-Strategie thematisiert werden. Dabei kann nach Unterschieden und Gemeinsamkeiten von Literatur geforscht werden, die aus Slams, Lesebühnen-Auftritten, Bühnenprogrammen und Buchpublikationen stammt. Unterrichtspraktisch bietet sich der Einsatz von PLEs (personal learning environments), der von sozialen Medien selbst oder von Tools an, die diese simulieren. Dergestalt können vertiefende Analysen und Interpretationen der Ausgangstexte und der Kommentare realisiert werden. Die kritische Betrachtung ausgewählter Kommentare kann dabei zur Reflexion der Mechanismen literarischer Partizipationskultur anregen und den Ausgangspunkt für eigene produktionsorientierte Handlungen der Lernenden zur literarischen Anschlusskommunikation im Social Web bilden. Dies wäre als ein Beitrag zur Leseförderung zu verstehen, der eine (nicht nur für Jugendliche) bedeutsame kulturelle Praxis der Gegenwart kritisch aufgreift.

Internetquellen/Primärtexte (letzter Zugriff für alle Texte am 28.01.2019)

- Engelmann, Julia (2014): „Stille Wasser sind attraktiv“. <https://youtu.be/xsjdWxLFpB0>
- Engelmann, Julia (2016): „Ich weiß nicht, was ich tun soll“. <https://www.facebook.com/juliaengelmannofficial/photos/a.580008315425033/989107527848441/?type=3&theater>
- Engelmann, Julia (2016): „Lass mal ne Nacht drüber Tanzen“. <https://www.facebook.com/juliaengelmannofficial/photos/a.580008315425033/985827214843139/?type=3&theater>
- Engelmann, Julia (2016): „Und vielleicht geht's nicht ums Happy End“. <https://www.facebook.com/juliaengelmannofficial/photos/a.580008315425033/998017953624065/?type=3&theater>
- Kling, Marc-Uwe (Facebook-Autoreseite):
https://www.facebook.com/pg/klingsmarcuwe/about/?ref=page_internal
- Salmen, Patrick (Facebook-Autoreseite):
https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1465210416864488&id=175904522461757
- Sprengnagel, Stefanie (2014): „Kinderkriegen“. <https://www.facebook.com/stefanie.sargnagel/posts/10152518246113037>
- Sprengnagel, Stefanie (2016): „In Würde altern“. <https://www.facebook.com/stefanie.sargnagel/posts/10153678252748037>
- Sprengnagel, Stefanie (2016) „Islamisierung Europas“. <https://www.facebook.com/stefanie.sargnagel/posts/10153680190638037>
- Sprengnagel, Stefanie (2016): „Nachbarn“. <https://www.facebook.com/ihre.sz/posts/1018424631582249>
- Sprengnagel, Stefanie (2016): „Nahversorger“. <https://www.facebook.com/stefanie.sargnagel/posts/10153666527443037>
- Sprengnagel, Stefanie (2016): „Rumänien“. <https://www.facebook.com/stefanie.sargnagel/posts/10153662254638037>
- Téglassy, Gergély: Der Zwirbler: www.zwirbler.com
- Zymny, Jan Philipp (Facebook-Autoreseite): <https://www.facebook.com/janphilippzymny/>
- Zymny, Jan Philipp (2013): „Physik ist schön. Niemand braucht Physik“. <https://youtu.be/UrBwRopCm3g>
- Zymny, Jan Philipp (2015): „Schule machen dumm“. https://www.youtube.com/watch?v=8_FUAOi1XRA
- Zymny, Jan Philipp (2016): „Grüß mir die Sonne“. <https://www.youtube.com/watch?v=i9gC79loN90>
- Zymny, Jan Philipp (2017): „Liebe“. <https://www.youtube.com/watch?v=a47ic1bbwHU>

Sekundärtexte (letzter Zugriff für alle Texte am 28.01.2019)

- Adams, Paul C. (2014): Communication in Virtual Worlds. In: Grimshaw, Mark (Hg.): The Oxford handbook of virtuality. Oxford: Oxford University Press, S. 239-253.
- Anders, Petra (2012): Intermedialität der Slam Poetry. In: Amsterdamer Beiträge zur Neueren Germanistik. Literatur inter- und transmedial. Band 82. Niederlande: Editions Rodopi B.V., S. 281-310.
- Anders, Petra (2015): Poetry Slam im Deutschunterricht. Baltmannsweiler: Schneider.
- Allfacebook:
https://allfacebook.de/zahlen_fakten/offiziell-facebook-nutzerzahlen-deutschland
- Berg, Achim (2017): Kinder und Jugend in der digitalen Welt, Berlin: bitkom, online:
<https://www.bitkom.org/sites/default/files/pdf/Presse/Anhaenge-an-PIs/2017/05-Mai/170512-Bitkom-PK-Kider-und-Jugend-2017.pdf>
- Bourdieu, Pierre (1993): Die verborgenen Mechanismen der Macht. Schriften zu Politik und Kultur 1. Hamburg: VSA.
- Civey: Social Media. Zielgruppenanalyse – Wer nutzt eigentlich Facebook?
<https://civey.com/pro/unsere-arbeit/trend/medien/zielgruppenanalyse-facebook-nutzer>
- Clinton, Katie / Jenkins, Henry / McWilliams, Jenna (2016): Neue Literalitäten in einer Ära der Partizipationskultur. In: Hagener, Malte / Hediger, Vinzenz (Hg.): Medienkultur und Bildung. Ästhetische Erziehung im Zeitalter digitaler Netzwerke. Frankfurt a. M.: Campus, S. 203-226.

- Dannecker, Wiebke (2012): Poesie im Scheinwerferlicht. Poetry Slams als verführerische Formate der Literaturvermittlung. In: Dosiski, Meri et. al. (Hg.): (Ver)Führungen. Räume der Literaturvermittlung. Innsbruck: Studienverlag, S. 167-181.
- van Dijk, Teun A. & Kintsch, Walther (1983): *Strategies of Discourse Comprehension*. New York: Academic.
- Hartling, Florian (2009): *Der digitale Autor. Autorschaft im Zeitalter des Internets*. Bielefeld: transkript.
- Jörissen Benjamin (2017): Subjektivation und „ästhetische Freiheit“ in der post-digitalen Kultur. In: KULTURELLE BILDUNG ONLINE:
<https://www.kubi-online.de/artikel/subjektivation-aesthetische-freiheit-post-digitalen-kultur>
- Kepser, Matthis (2000): Internetliteratur im Deutschunterricht. In: Thomé, Dorothea / Thomé, Günther (Hg.): *Computer im Deutschunterricht der Sekundarstufe*. Braunschweig: Westermann, S. 107-125.
- Müller-Michaels, Harro (1978): *Literatur in Alltag und Unterricht. Ansätze zu einer Literaturpragmatik*. Kronberg/Ts.: Scriptor.
- Staiger, Michael (2007): *Medienbegriffe, Mediendiskurse, Medienkonzepte: Bausteine einer Deutschdidaktik als Medienkulturdidaktik*. Baltmannsweiler: Schneider.
- Stalder, Felix (2016): *Kultur der Digitalität*, Berlin. Suhrkamp 2016.
- Statista: Anzahl der Facebook-Nutzer nach Altersgruppen und Geschlecht in Deutschland im Januar 2018 (in Millionen):
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/512316/umfrage/anzahl-der-facebook-nutzer-in-deutschland-nach-alter-und-geschlecht/>
- Wagner, Michael (2011): Aufwachsen in einer medialen Partizipationskultur. Vier Leitsätze für die Schule des 21. Jahrhunderts. In: Hoffmann, Dagmar / Neuß, Norbert / Thiele, Günter (Hg.): *Stream Your Life!? Kommunikation und Medienbildung im Web 2.0*. München: Kopaed, S. 93-101. Hier zitiert nach der Online-Ausgabe (S. 1-10).
https://blog.edu-ict.ch/wp-content/uploads/2016/06/wagner_partizipationskultur.pdf
- Walsh, Gianfranco / Hass, Berthold H. / Kilian, Thomas (Hg.) (2011): *Web 2.0. Neue Perspektiven für Marketing und Medien*. Heidelberg: Springer.
- Wampfler, Philippe (2017): *Digitaler Deutschunterricht. Neue Medien produktiv einsetzen*. Göttingen: V&R.
- Westermayr, Stefanie (2004): *Poetry Slam in Deutschland. Theorie und Praxis einer multimedialen Kunstform*. Marburg: Tectum.
- Wilhelms, Kerstin (2016): Vernetzte Identitäten. Autobiographische Selbstpositionierungen im sozialen Netzwerk bei Fontane und Facebook. In: Kreknin, Innokentij / Marquardt, Chantal (Hg.): *Das digitalisierte Subjekt. Grenzbereiche zwischen Fiktion und Alltags-wirklichkeit. Sonderausgabe # 1 von Textpraxis. Digitales Journal für Philologie (2.2016)*, S. 72-94.
<http://www.uni-muenster.de/textpraxis/kerstin-wilhelms-vernetzte-identitaeten>
- Winko, Simone (2009): Am Rande des Literaturbetriebs: Digitale Literatur im Internet. In: Arnold, Heinz-Ludwig Beilein, Matthias (Hg.): *Literaturbetrieb in Deutschland*. München: Edition Text und Kritik, S. 292-303.