



<https://bulletin.vals-asla.ch> · e-ISSN: 2813-7973 · p-ISSN: 1023-2044

Rentel, N. (2015). Sprachnormen, Community Building und Identity Management in der deutschen und französischen Forenkommunikation. Positiv wertende Kommentare in Diskussionsforen zu Schwangerschaft und Geburt. *Bulletin suisse de linguistique appliquée* (Numéro spécial 2), 197-214. <https://doi.org/10.26034/ne.vals-asla.2015.1063>

Dieser Artikel ist unter der *Creative Commons Attribution 4.0 International* Lizenz veröffentlicht (CC BY): <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>



© Nadine Rentel, 2015

Sprachnormen, Community Building und Identity Management in der deutschen und französischen Forenkommunikation. Positiv wertende Kommentare in Diskussionsforen zu Schwangerschaft und Geburt

Nadine RENTEL

Westfälische Hochschule Zwickau
Scheffelstr. 39, 08066 Zwickau, Deutschland
nadine.rentel@fh-zwickau.de

Tant pour la communication débranchée que pour les processus de communication en ligne (et aussi pour la communication dans les médias sociaux), l'intérêt primordial de la recherche sur la politesse s'est concentrée sur les actes de parole classés comme impolis, c'est-à-dire comme infraction aux normes établies par une certaine communauté linguistique. Quand on analyse la communication dans les médias sociaux de manière plus détaillée, il devient évident que les interlocuteurs font souvent des efforts pour créer un consensus. Il est fort probable que ce comportement communicatif est motivé par l'objectif de s'assurer du bon fonctionnement des relations sociales. Contrairement à la communication débranchée, des commentaires positifs, voire des compliments peuvent être destinés à des personnes dont on ne connaît que l'identité virtuelle. La question qui en résulte est celle de savoir si le changement médiatique (de la communication analogue à la digitale) contribue à modifier les normes et les conventions établies du comportement communicatif des interlocuteurs. Très peu d'études se sont centrées sur les fonctions de compliments dans la communication en ligne. Dans le présent article, nous analysons un corpus de commentaires tirés de forums de discussion sur la grossesse et l'accouchement en français et en allemand; nous mettons l'accent sur des compliments se référant aux narrations d'accouchement. Les questions auxquelles nous tentons de trouver des réponses sont les suivantes: par quelles stratégies linguistiques est-ce que les interlocuteurs s'assurent du fonctionnement de leurs relations sociales dans un domaine de discours relativement intime, communiquant avec des personnes qu'ils connaissent à peine? Quelles fonctions est-ce que les compliments exercent dans la communication dans les médias sociaux? Nous appliquons une approche contrastive pour décrire la réalisation linguistique de commentaires favorables, pour faire ressortir des différences ainsi que des convergences entre les deux langues.

Mots-clés:

communication dans les forums, médias sociaux, compliments, communication en ligne, narrations d'accouchement.

1. Einleitung

Der Fokus der Höflichkeitsforschung lag bisher, sowohl was die offline-Kommunikation als auch die Kommunikation in den Sozialen Medien betrifft, auf Sprachhandlungen, die als *face-threatening acts* klassifiziert werden können (so stellt zum Beispiel Ehrhardt in seinen Arbeiten (2011, 2014) zur deutschen und italienischen Forenkommunikation sprachliche Strategien in den Mittelpunkt, mit deren Hilfe Kritik geäußert wird oder Standpunkte kontrovers diskutiert werden). In der Höflichkeitsforschung wird dieses kommunikative Verhalten mit dem Terminus der *face-threatening acts*

bezeichnet und auf bestimmte Parameter der Kommunikation in sozialen Netzwerken (z.B. die Anonymität und die Asynchronizität) zurückgeführt. Betrachtet man jedoch die Kommunikation in den Sozialen Medien detaillierter, zeigt sich die Tendenz, dass die User¹ häufig danach streben, im Rahmen so genannter *face-enhancing acts* (zum Terminus vgl. Kerbrat-Orecchioni (1997)) Konsens zu schaffen, um so unter anderem das Funktionieren ihrer sozialen Beziehungen sicherzustellen (für eine empirische Analyse positiv wertender sprachlicher Handlungen in spanischsprachigen Kommentaren auf Youtube vgl. Bedijs (2014)). Die Vermutung liegt nahe, dass dies mit den zentralen Funktionen der Kommunikation in Sozialen Medien zusammenhängt, wozu unter anderem das *community building* (das Schaffen sozialer Kohäsion zwischen den Kommunikationsteilnehmern) bzw. das *identity management*² (das diskursive Aushandeln von Identität) zählen. Komplimente³ werden in der online-Kommunikation beispielsweise für originelle Status-Updates, für besonders kreativ erzählte Geschichten oder das Posten ansprechender Fotos gemacht. Anders als in der offline-Kommunikation werden Komplimente auch gegenüber völlig Fremden geäußert, deren Identität nicht bekannt ist. Die Frage, die sich daraus ergibt, ist die folgende: Wirken sich die kommunikativen Rahmenbedingungen der Kommunikation in Sozialen Medien auf die diskursive und sprachliche Gestaltung der kommunikativen Handlung des Komplimente-Machens aus? Mit anderen Worten: Beeinflusst der Medienwechsel von der analogen hin zur digitalen Kommunikation im Sprachgebrauch etablierte Konventionen des kommunikativen Handelns?

Bislang wurden die Funktionen der kommunikativen Handlung des Komplimente-Machens bis auf wenige Ausnahmen lediglich für die offline-Kommunikation beschrieben (siehe beispielsweise die Überlegungen zur interkulturellen Dimension von Komplimenten in Heringer (2014: 179); siehe auch Chen (1993), der sich kulturellen Unterschieden auf der Ebene von Höflichkeitsstrategien, spezifischer bezogen auf Reaktionen auf Komplimente von Sprechern des Chinesischen und des amerikanischen Englisch widmet). Der eingangs aufgeworfenen Frage soll anhand einer empirischen Analyse von Kommentaren zu Diskussionsbeiträgen in deutschen und französischen Foren zu Schwangerschaft und Geburt nachgegangen werden. Untersucht werden, in einem ersten Schritt, Anlässe für Komplimente in Kommentaren zu

¹ Die maskulinen Personenbezeichnungen beziehen sich in diesem Beitrag sowohl auf männliche als auch auf weibliche Personen.

² Vgl. hierzu die Diskussion zu den Funktionen der Forenkommunikation im vorliegenden Beitrag.

³ Es stellt sich die Frage, ob hier von Komplimenten oder weiter gefasst von positiv wertenden Sprechhandlungen gesprochen werden soll. Die beiden Bezeichnungen setzen unterschiedliche Akzente und haben ihre Berechtigung. Im vorliegenden Beitrag soll die Bezeichnung *Kompliment* mit Holmes (1988) als Strategie der *positive politeness* bezeichnet werden, die zum Ziel hat, *face management* zu betreiben und die soziale Kohäsion zwischen Kommunikationspartnern zu verstärken.

Geburtsberichten. Hierbei wird eine Eingrenzung auf zwei Kommunikationsanlässe bzw. Unterforen vorgenommen: Erzählungen über schwierige Geburten und Frühgeburten und weiterhin Babygalerien. In einem weiteren Schritt wird die sprachliche Form der Komplimente beschrieben. Ziel ist es, im Rahmen eines sprach- und kulturkontrastiven Ansatzes die diskursive und sprachliche Realisierung der kommunikativen Handlung des Komplimente-Machens zu beschreiben und Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den kommunikativen Praktiken der deutschen und französischen Foren aufzudecken.⁴ Die empirische Untersuchung basiert auf einer qualitativ orientierten Analyse von jeweils 5 deutschen und drei französischen Diskussionsforen.⁵

2. Der kommunikative Kontext der Forenkommunikation

Da Hypertextsorten unterschiedliche Themenkomplexe beinhalten, ist es schwierig, solchen komplexen Texten eine Textfunktion zuzuweisen. Diese Herausforderung besteht wegen der weiteren Verlinkung und der daraus resultierenden Verzeichnistiefe selbst innerhalb einzelner Themenbereiche. In Diskussionsforen zu Schwangerschaft und Geburt scheinen jedoch die Informations- und die Darstellungsfunktion zu dominieren. Zudem kommt der emotionalen Entlastung der Sender eine zentrale Rolle zu, wenn sie über problematische Geburtserlebnisse berichten, diese mit der Community teilen (zum Konzept des *Sharing* in der Online-Kommunikation vgl. John (2013), Tienken (2013) und Wee (2011)) und darüber reflektieren. Es ist weiterhin davon auszugehen, dass User durch ihre Erzählungen danach streben, eine emotionale Reaktion des Lesers hinsichtlich der dargestellten Sachverhalte hervorzurufen. Die Gefühlsrepräsentation in den Texten soll zu Empathie (= "Mitfühlen") und Identifikation (= "eigenes Empfinden von Gefühlen") führen.

Die Kommunikationsteilnehmer sind in der Regel schwangere Frauen (und ggf. deren Partner), junge Mütter und thematisch Interessierte. Junge Mütter, die eine schwierige Geburt bzw. eine Frühgeburt hinter sich haben, können sowohl die Rolle der Ratsuchenden innehaben (wenn es darum geht, wie man am besten mit dem Erlebten umgeht) als auch als Ratgebende fungieren, die ihr Wissen und ihre Erfahrung mit der Community teilen. Wie für die Kommunikation in den Sozialen Medien generell, gilt auch für die untersuchten Foren, dass die Sender zwar ein intendiertes Publikum mitdenken und sowohl

⁴ Die Frage, ob sich die Funktion(en) und die sprachliche Realisierung von Komplimenten signifikant von der offline-Kommunikation unterscheiden, kann aus Platzgründen nicht vertieft diskutiert werden.

⁵ Für das Deutsche wurden die Foren <http://www.erdbeerlounge.de>, <http://www.eltern.de>, <http://www.babyclub.de>, <http://www.netmoms.de>, <http://www.urbia.de> untersucht, während für das Französische die Foren <http://www.infobebes.com>, <http://www.enceinte.com>, <http://www.parents.fr>, <http://mamanpourlavie.com>, <http://www.forumaufeminin.com> einer empirischen Analyse unterzogen wurden.

den Inhalt als auch die Form ihrer Äußerungen daraufhin ausrichten, jedoch können sie nicht sicher sein, wer schließlich den Forenbeitrag rezipiert, da es sich in der öffentlichen Forenkommunikation um ein disperses Publikum handelt; Marwick & Boyd (2010: 1) bezeichnen diesen Sachverhalt mit dem Terminus der *multiple audience*. Selbst bei der Annahme, dass es sich um einen relativ homogenen, thematisch einschlägig interessierten Adressatenkreis handelt, kann der Erfahrungshintergrund der Kommunikationsteilnehmer variieren.

Die Kommunikationssituation in Foren (zu einer detaillierten Diskussion der kommunikativen Parameter der Forenkommunikation vgl. Ehrhardt (2011) und Ehrhardt (2014)) ist als asynchron (raum-zeitlich entkoppelt), virtuell, indirekt und dialogisch zu charakterisieren. Das Kriterium der Dialogizität kann kontrovers diskutiert werden, denn nicht auf alle Forenbeiträge muss eine Reaktion seitens der Community erfolgen, obwohl dies in der Regel erwartet wird. Jedoch erfolgt, anders als in der face-to-face-Kommunikation, die Antwort auf einen Forenbeitrag nicht unbedingt unmittelbar nach dessen Einstellen in das Forum. Eine zeitnahe Reaktion seitens der Community kann die Wertschätzung gegenüber einem Kommunikationspartner ausdrücken, während das Ausbleiben einer Antwort (jedoch nicht zwangsweise) als negatives Urteil interpretiert werden kann, das das mangelnde Interesse der Forenteilnehmer widerspiegelt. Auch die Zahl der einzelnen Threads bzw. Dialogbeiträge kann, abhängig von der Relevanz eines Beitrags, variieren. Die mediale Realisierung ist schriftlich, wobei sich Einflüsse der gesprochenen Sprache in den Texten manifestieren, wie die Beispiele im Folgenden zeigen werden (für die Diskussion der kommunikativen Parameter von Hypertexten vgl. Schröder (2013: 110 ff.)).

3. Funktionen der Forenkommunikation

Forenkommunikation dient unter anderem dazu, soziale Kohäsion zu schaffen und die In-Group-Beziehung zu festigen (" [...] forming communities of shared value" (Zappavigna 2011: 1)). Mit Hilfe gezielt eingesetzter sprachlicher und nicht-sprachlicher Mittel versichern sich die Kommunizierenden gegenseitig ihrer Wertschätzung und festigen den Zusammenhalt innerhalb der virtuellen Gruppe, wohingegen die Beiträge von Kommunikationsteilnehmern, die "extreme" Meinungen vertreten oder gegen die im Forum etablierten Kommunikationsnormen verstoßen, verbal und non-verbal sanktioniert werden. Da die Zahl der Rezipienten eines Foreneintrags theoretisch unbegrenzt ist, verwenden die User häufig Strategien der positiven Selbstdarstellung, um sich als besonders kompetent für die diskutierten Themenbereiche darzustellen. Marwick bezeichnet dieses Phänomen, in dessen Zentrum der kommunikative Aufbau und die Pflege der Online-Identität stehen, als "personal branding" oder als "self-commodification". Um den

angestrebten Effekt erzielen zu können, muss bei der sprachlichen Gestaltung der Forenbeiträge die Identität der Rezipienten mitgedacht werden ("[...] must formulate [...] and choose discussion topics based on imagined audience judgment." (Marwick & Boyd 2010: 11)). Die virtuelle bzw. die online-Identität, die in einem kontinuierlichen diskursiven Prozess kommunikativ ausgehandelt wird, wird im Rahmen der Interaktion mit den Mitgliedern der discourse community geschaffen und muss nicht zwangsweise mit der "realen" Identität der Kommunikationspartner übereinstimmen:

In other words, self-presentation is collaborative. Individuals work together to uphold preferred self-images of themselves and their conversation partners, through strategies like maintaining (or 'saving') face, collectively encouraging social norms, or negotiating power differentials and disagreements. (Marwick & Boyd 2010: 10)

Dieser Prozess des *identity management* ist nicht als starr zu klassifizieren, sondern unterliegt einer ständigen und dynamischen diskursiven (Re-)Validierung und ggf. Modifizierung. Wichtiger als Elemente der offline-Identität, die der Kommunikation des Selbstbilds eines Kommunikationspartners zugrunde liegen mögen, sind somit an den postulierten Erfahrungshintergrund der Rezipienten angepasste verbale und non-verbale Strategien der positiven Selbstdarstellung. Eng damit verbunden ist, abhängig von der thematischen Ausrichtung der Forendiskussion, die diskursive Konstruktion von Expertise, wenn Kommunikationsteilnehmer einen Wissensvorsprung gegenüber den übrigen Mitgliedern der discourse community annehmen (bzw. kommunikativ konstruieren) und sich auf diese Weise aus der Gruppe abheben möchten.

4. Unhöflichkeit und Höflichkeit in der Online-Kommunikation

In der Linguistik herrschte lange Zeit die Auffassung, dass sich die Kommunizierenden in der Online-Kommunikation sehr unhöflich verhalten (vgl. Kayany (1998: 1136)). Nach Suler (2004: 322ff.) sind 6 Faktoren der computervermittelten Kommunikation dafür verantwortlich, dass die Kommunikationsteilnehmer eine geringere Hemmschwelle für das Äußern gesichtsbedrohender Akte haben, darunter die *dissociative anonymity* [= Anonymität: negative Kommentare können geäußert werden, ohne die eigene Identität preiszugeben], *invisibility* [= Unsichtbarkeit: die Kommunikations-partner werden nicht unmittelbar mit den Reaktionen auf ihre Äußerungen konfrontiert], *asynchronicity* [= die Zeitversetztheit der Kommunikation: zwischen einem negativen Kommentar und einer eventuell erfolgenden Gegenäußerung vergeht eine gewisse Zeitspanne] und *minimization of authority* [= ein reduzierter Grad an Autorität, der sich unmittelbar auf der Ebene der Höflichkeit und der verwendeten sprachlichen Mittel manifestiert]. Das Phänomen, in der computervermittelten Kommunikation besonders unhöflich zu agieren, wird als *disinhibition effect* (Enthemmungseffekt) bezeichnet. Auch wenn sich zahlreiche Kommunikationsvorgänge in der Online-Kommunikation durch Unhöflichkeit

auszeichnen, lässt sich jedoch häufig das genaue Gegenteil beobachten. Der Gebrauch höflicher sprachlicher Mittel scheint eine verbreitete Strategie in Online-Diskussionen zu sein, wenn sich beispielsweise Kommunikationspartner gegenseitig Komplimente machen. Der oben beschriebene Enthemmungseffekt kann sich in der Online-Kommunikation, nach Suler, auch in einer besonders höflichen Kommunikation und in einer positiven Evaluierung von User-Beiträgen manifestieren:

Sometimes people share very personal things about themselves. They reveal secret emotions, fears, wishes. They show unusual acts of kindness and generosity, sometimes going out of their way to help others. We may call this benign disinhibition. (Suler 2004: 321)

Dies scheint in den untersuchten Foren zu Schwangerschaft und Geburt der Fall zu sein, wenn User sehr intime, auch körperliche, Erlebnisse und Emotionen mit der Community teilen und dafür positive Bestätigung erfahren. In thematisch als sensibel zu charakterisierenden Diskursbereichen würden explizit kritische bzw. negative Kommentare die Gefahr eines Gesichtsverlusts deutlich erhöhen.

5. Die Rolle von Komplimenten in der Kommunikation

Holmes ordnet Komplimente den Strategien von *positive politeness* nach Brown und Levinson (1987) zu, wobei ihre Funktion darin besteht, soziale Distanz zu reduzieren und die Solidarität zwischen Sender und Empfänger zu verstärken:

A compliment is a speech act which explicitly or implicitly attributes credit to someone other than the speaker, usually the person addressed, for some 'good' (possession, characteristic, skill etc.) which is positively valued by the speaker and the hearer. (Holmes 1988: 446)

Während Komplimente in der Regel das Ziel haben, die Bedürfnisse des Empfängers nach Gesichtswahrung zu erfüllen, zeigt die Erfahrung, dass sie dessen Gesicht ebenso bedrohen bzw. gefährden können, denn der Sender dringt durch das Äußern eines Kompliments in die Privatsphäre seines Kommunikationspartners ein und zwingt ihn zu einer situationsadäquaten sprachlichen oder nicht-sprachlichen Reaktion (vgl. Thaler 2012: 100). Je nach Form und Inhalt des Kompliments kann das Kompliment vom Empfänger als unangemessen und damit als verbale Grenzüberschreitung angesehen werden, wobei der Grad der Gesichtsbedrohung situations- und kulturabhängig sein kann (z.B. Bemerkungen zum Aussehen einer Frau). In vielen Kulturen wird erwartet, dass die Kommunikationspartner in der face-to-face-Kommunikation regelmäßig Komplimente äußern, um die soziale Beziehung zu festigen (vgl. Holmes 1988: 447; Herbert 1989: 5). Dies gilt auch, wenn nicht gar in besonderer Weise, für die Kommunikation in Sozialen Medien. Die meisten Social-Media-Plattformen bieten die Möglichkeit, die kommunizierten Inhalte zu kommentieren, indem verbal oder anhand anderer

Strategien (oder mittels visuell-verbaler, multimodaler Kombinationen) Zustimmung oder Ablehnung signalisiert wird. Die besondere Relevanz von Online-Komplimenten für die Forenkommunikation zu Schwangerschaft und Geburt ergibt sich aus der Tatsache, dass die User sehr private, teils intime Inhalte miteinander teilen und der Diskursgemeinschaft ihre Emotionen offenbaren. Dadurch machen sie sich in hohem Maße angreifbar und setzen sich dem Risiko eines Gesichtsverlusts in der Öffentlichkeit aus. Für ihre Mühen erhalten sie von den Mitgliedern der Community Komplimente, die ihnen helfen, ihr Gesicht zu wahren⁶ und in ihrer Online- (und Offline-?) Identität bestätigt zu werden. Die Frage ist, welche weiteren, unter Umständen medienspezifischen Funktionen Komplimente in der Forenkommunikation haben. Betrachtet man die Seite derjenigen Forenteilnehmer, die Komplimente machen, spielt sicher das Bestreben nach einer möglichst positiven Selbstdarstellung eine Rolle, da sich die Kommunikationspartner mittels positiv wertender Äußerungen selber einen Expertenstatus zuweisen, der es ihnen erlaubt, Urteile hinsichtlich der Schilderungen anderer Mitglieder der discourse community zu fällen und das Berichtete positiv zu kommentieren.

6. Spezifische Anforderungen an Online-Komplimente

Im Vergleich zur face-to-face-Kommunikation stellt die computervermittelte Kommunikation besondere Anforderungen an die sprachliche Handlung des Komplimente-Machens ("impose conversational constraints on language users due principally to the lack of contextual cues" (Park 2008: 2051)).

Nach Park (2008: 2055) können FTAs und FEAs in der computervermittelten Kommunikation in gleicher Weise auftreten wie in der face-to-face-Interaktion. Trotz der Unterschiede in der Wahl konkreter sprachlicher (und nicht-sprachlicher) Strategien ist die computervermittelte Kommunikation nicht völlig von der offline-Kommunikation abgelöst. Es bestehen Überschneidungen, virtuelle und reale Identitäten können ineinander übergehen und sich gegenseitig beeinflussen, so dass die computervermittelte Kommunikation durch soziale und interaktionale Kontextfaktoren beeinflusst wird (vgl. Kayany 1998: 1141).

Zwei Bedingungen sind für die Äußerung eines FEA (und damit eines Kompliments) unabdingbar: Es muss eindeutig sein und der Empfänger muss verstehen, dass es an ihn adressiert ist. Aufgrund der spezifischen Kommunikationsbedingungen, die der Interaktion in Sozialen Medien zugrunde liegen, lassen sich zahlreiche Belege dafür finden, dass Sender bestrebt sind, dies beispielsweise durch Nennen des Namens (oder Pseudonyms) des Adressaten, das Vermeiden von Ironie, das Wiederholen

⁶ Nicht nur das Gesicht der Sender, sondern auch das der Empfänger kann durch Komplimente gewahrt bzw. positiv bestärkt werden. Zum Konzept des *mutual face work* vgl. die Diskussion weiter unten.

des Kompliments, sprachliches Unterstützen des Kompliments durch möglichst viele positive Attribute, den Gebrauch von Emoticons, Graphemiterationen oder die Wiederholung von Interpunktionszeichen sicherzustellen. Ein falsch verstandenes Kompliment bzw. ein positiv wertender Kommentar, der vom intendierten Rezipienten nicht als solcher erkannt wird, kann die kommunikative Intention der Äußerung im Kontext der computervermittelten Kommunikation im schlimmsten Fall in das Gegenteil umkehren, denn anders als in der face-to-face-Kommunikation sind Nachfragen und klärende Erläuterungen lediglich zeitlich versetzt möglich. Zudem fallen non- und paraverbale Ausdrucksressourcen, die der Disambiguierung des verbalen Inhalts dienen, weg.

Die sprachliche Handlung des Komplimente-Machens (und deren situationsadäquate Versprachlichung) ist von hoher Relevanz für die soziale Identität der Kommunikationspartner im Online-Diskurs. Tajfel (1974: 69) definiert "social identity" als "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". Ein Individuum ist also nicht nur bestrebt, sein eigenes Gesicht zu wahren, sondern auch das der übrigen Mitglieder der sozialen Gruppe, der es angehört. Wird ein Mitglied der Community beleidigt, bedroht oder anderweitig herabgesetzt, empfindet das Individuum den Gesichtsverlust mit. Dies resultiert aus der Tatsache, dass das Individuum Teile seiner eigenen sozialen Identität und damit des eigenen *face* mit den übrigen Mitgliedern der Gruppe teilt. Sprechakte wie Komplimentieren oder Beleidigen treffen somit immer die Gesamtheit einer Gruppe (*shared face*).

7. Ergebnisdiskussion: Anlässe für Komplimente

In den folgenden Abschnitten wird zusammengestellt, zu welchen Anlässen die User in den untersuchten deutschen und französischen Foren Komplimente machen. Wie in der Einleitung bereits erwähnt, wurden lediglich positive Reaktionen auf Berichte über schwierige Geburten und Frühgeburten sowie positiv wertende Kommentare zu Babygalerien ausgewertet.

7.1 Anlässe für Komplimente im Deutschen

Die übergeordnete Funktion von Komplimenten im deutschen Korpus besteht im Festigen der In-group-Beziehung. Zudem wird durch Komplimente in vielen Fällen die eigene Urteilskompetenz der Sender verstärkt, die sich durch positiv wertende Kommentare einen Expertenstatus zuweisen. Im Einzelnen treten Komplimente im deutschen Korpus zu den folgenden Anlässen auf:

- Komplimente zur Namensgebung
- Komplimente zu geposteten Babyfotos
- Anerkennen der physischen und psychischen Leistung bei der Geburt

- Anerkennen der physischen und psychischen Leistung bei gleichzeitiger Abschwächung der eigenen Probleme
- Komplimente für eine besonders anschauliche oder emotionale Schilderung
- Indirekte Komplimente an die Klinik
- Indirekte Komplimente an das zu früh geborene Kind
- Metakommunikation: Komplimente für das Initiieren des Forums/ des Threads oder zur Verwaltung des Forums
- Eigenkomplimente (zum Umgang mit einer schwierigen Situation)
- Komplimente als Bezugnahme auf Eigenkomplimente

In den folgenden Abschnitten werden ausgewählte Beispiele aus dem Korpus diskutiert, in denen User ihren Kommunikationspartnern Komplimente machen.

7.1.1 Komplimente zum Forum

Die zentrale Funktion von Komplimenten, die bezüglich der Forenverwaltung oder hinsichtlich der Existenz des Forums gemacht werden, besteht im Community Building, im gegenseitigen Solidarisieren der Forenmitglieder und im Ausdruck der Wertschätzung für die anderen User:⁷

- (1) Hallo, *finde dieses Forum mehr als Klasse*, denn mit Früchen [sic!] ist doch so manches anders.
- (2) Es freut mich, dass dieses Thread nicht gelöscht wird!!*War eine gute Idee!!*
- (3) Hallo, Bin auf die Seite gestoßen und *finde sie echt toll*.
- (4) Vor zwei Jahren, als er noch für 3 Monate im Krankenhaus war, habe ich hier viel Unterstützung und Zuspruch gefunden... dafür ganz herzliches DANKESCHÖN!

7.1.2 Eigenkomplimente

In einigen Fällen machen sich User selber Komplimente, wenn sie rückblickend über einen schwierigen Geburtsverlauf oder die ersten Tage mit einem zu früh geborenen Säugling berichten. Selten erfolgt auf solche Eigenkomplimente in den deutschen Foren eine kritische Stellungnahme; statt einer verbalen Sanktion wird in der Regel die Solidarität unter den Usern durch Entgegnung eines verstärkenden Kompliments bestätigt. Im folgenden Beleg wird ein Eigenkompliment zu einer schwierigen Geburt mit einem positiven Kompliment beantwortet:

- (5) doch wenn ich dann die jungs sehe, die schon bei der OP totgeglaubt waren, kann ich nur sagen, wir hatten verdammt viel kraft. damals sagte ich immer, ich bin zu klein für sooo viel schmerz. doch nun kann *ich mit stolzgeschwellter brust sagen, dass ich größer bin als jeglicher schmerz!*

⁷ Die relevanten Stellen in den Forenbeiträgen sind im Beitrag kursiv gesetzt. Diese typographische Markierung lässt sich in den Originalbeiträgen nicht nachweisen.

- (6) Der letzte Satz *ist sehr schön* den du geschrieben hast, du bist grösser als jeglicher Schmerz. *Das habt ihr echt toll gemacht.*

Das Erleben einer problematischen Geburt verleiht den Kommunizierenden die Legitimation, die als positiv erachtete Leistung sprachlich explizit hervorzuheben. Hinzu kommt, dass die User gegenüber einem Teil der Rezipienten über einen Wissens- bzw. Erfahrungsvorsprung verfügen, den es kommunikativ hervorzuheben gilt.

7.1.3 Komplimente an Dritte

Indirekte Komplimente an Dritte, die nicht an der Forenkommunikation teilnehmen und diese somit nicht rezipieren können, ergehen im deutschen Forum an die Geburtsklinik oder an das zu früh geborene Baby. Der Klinik wird für den professionellen Umgang mit dem Frühgeborenen gedankt, das eigene Kind erhält Komplimente dafür, wie gut es mit der Situation umgegangen ist. Durch die Komplimente an die Klinik wird zugleich die Urteilskompetenz der Sender und somit das eigene *positive face* bestärkt. Das Kompliment an das eigene Kind drückt neben dem Stolz der Eltern die Wertschätzung für den eigenen Umgang mit dem Baby aus:

- (7) Außerdem gilt *mein Dank* dem Ärzteteam die uns in der Zeit sowohl ärztlich als auch menschlich zur Seite standen.
- (8) *Wir sind stolz* über seine Energie und Stärke die er bewiesen hat !
- (9) trotzdem sind wir *SUPERSTOLZ* auf unseren großen sohnemann und auf das was er geleistet hat.
- (10) Er ist unser Sonnenschein *und ich bin sehr, sehr stolz auf ihn* denn er hat in seinen so kurzen Leben schon so viel mitmachen müssen *und war dabei soooooooooooooooooo tapfer.*

Die Komplimente an das eigene Kind werden in den letzten beiden Belegen durch Setzen von Majuskeln und Graphemiteration intensiviert.

7.1.4 Aufwerten der anderen Userinnen durch das Abschwächen der eigenen Situation

Das Abschwächen der eigenen Situation ist in den deutschen Foren eine sprachlich-diskursive Strategie, durch die sich die User hinter den anderen Mitgliedern der discourse community zurücknehmen und dadurch ihr eigenes Gesicht sowie das der Kommunikationspartner positiv bestärken. Durch das Herabspielen der eigenen Situation wird der Umgang der anderen User mit dem Schicksal einer Frühgeburt aufgewertet:

- (11) Also, wenn ich eure Geschichten so höre, kann ich mich, für meine Schwangerschaft wirklich bedanken...
- (12) Jetzt weiß ich nicht [sic!] ob ich eine wirkliche Frühchenmama bin, da wir eigentlich ja keine Probleme hatten und auch nur 8 Tage im KH waren. *Im Gegensatz zu anderen Frühchen ist unsere Geschichte ja gar keine richtige Frühchengeschichte.*

7.2 Anlässe für Komplimente im Französischen

Die meisten Komplimente in den französischen Foren werden für hilfreiche Ratschläge bzw. Berichte gemacht. Wie in den deutschen Foren dienen sie primär dem Festigen der In-group-Beziehung.

- Kompliment für einen hilfreichen Ratschlag bzw. Bericht
- Anerkennen der physischen und psychischen Leistung bei schwieriger Geburt bzw. Frühgeburt
- Komplimente für eine besonders anschauliche oder emotionale Schilderung
- Komplimente zu geposteten Babyfotos
- Indirekte Komplimente an den Kinderarzt, der sich im Umgang mit dem Frühchen als besonders kompetent erwiesen hat (selten)
- Indirektes Kompliment an eigene Babys (selten)

7.2.1 Komplimente für einen hilfreichen Bericht

Komplimente für hilfreiche Ratschläge oder Berichte werden in den französischen Foren häufig in der Form des Sich-Bedankens gemacht. In einigen Fällen (siehe Beispiel 16) wird auf dieses Kompliment explizit Bezug genommen. Konventionalisierte Höflichkeitsstrategien und kommunikative Routinen scheinen im französischen Forum eine größere Rolle zu spielen als im deutschen Korpus, wie die später diskutierten Belege zur sprachlichen Strategie des Sich-Bedankens zeigen werden. Der Dank für einen hilfreichen Ratschlag oder Bericht steht in den französischen Foren zudem häufig mit der Funktion der Eröffnung des eigenen Beitrags am Anfang des Online-Kompliments (Beispiel 13; sämtliche Rechtschreibfehler in den in diesem Beitrag diskutierten Beispielen treten im Originaltext auf und wurden unverändert übernommen):

- (13) *Je vous remercie énormément pour votre témoignage ! Cela m'aide beaucoup [...]*
- (14) *C'est toujours enrichissant de lire des témoignages donc merci d'avoir pris du temps pour moi ..*
- (15) *Je remercie toutes les filles qui ont prit la peine de répondre à mes inquiétudes, cela m'a aidé à penser à autre chose et à me rassurer.*
- (16) *Ravie d'avoir pu t'aider, si j'ai d'autres idées, je te les transmet !!*

7.2.2 Anerkennen der physischen und psychischen Leistung bei einer Frühgeburt

Die Online-Komplimente im Kontext des Anerkennens der physischen oder psychischen Leistung bei einer Frühgeburt werden, wie im deutschen Korpus beobachtet, häufig durch die Interpunktion intensiviert:

- (17) *Merci CHRISSYETJUSTIN pour ton témoignage! Félicitation! Quelle épreuve vous avez eux!*

- (18) Car aujourd'hui j'ai *les plus beaux bébés du monde !!!*
- (19) maintenant je reste sur le fofo *pour faire comme les filles qui l'ont fais pour moi rassurer*
et aussi pour discuter...

Beleg 18 enthält ein im französischen Korpus vergleichsweise selten auftretendes Eigenkompliment, das sich auf die eigenen Kinder bezieht; es wird jedoch leicht ironisierend durch den Gebrauch von Emoticons (im Beispiel nicht dargestellt) abgeschwächt. Durch diese Hedging-Strategie verringert der User das Risiko, von den übrigen Mitgliedern des Forums als zu selbstbewusst wahrgenommen zu werden und damit sein Gesicht zu verlieren. In Beleg 19 liegt ein indirektes Kompliment an alle User des Forums, nicht an ein bestimmtes Mitglied, vor, wenn Dank für eine hilfreiche Diskussion und das Vorhaben geäußert werden, die gewonnen Erkenntnisse im Kontext der Forenkommunikation an andere User weiterzugeben. Im Vordergrund steht hier wiederum die Funktion des Community Building (siehe die Ausführungen zur Metakommunikation im deutschen Korpus, in deren Kontext die hohe Qualität des Forums hervorgehoben wird).

8. Ergebnisdiskussion: Die sprachliche Form von Komplimenten

Bei der Beschreibung der sprachlichen Form von Komplimenten ist die Frage zentral, anhand welcher Strategien sich potentiell Fremde im Kontext eines relativ persönlichen und intimen Diskursbereiches einander des guten Funktionierens der sozialen Beziehung versichern.

8.1 Das deutsche Korpus

Aus Platzgründen werden an dieser Stelle wieder ausgewählte sprachliche Strategien vorgestellt, die die User in den untersuchten deutschen Foren in ihren Komplimenten verwenden. Vereinzelte sprachliche Strategien wurden bereits aus den Beispielen zu den Komplimentanlässen deutlich.

8.1.1 Interjektionen

Interjektionen werden im deutschen Korpus häufig mit Emoticons, mehreren Ausrufungszeichen oder Graphemiterationen kombiniert, wodurch die positive Wertung noch verstärkt wird:

- (20) *respekt!!* wie lang war sie denn dabei?
- (21) *wahnsinn* deine kleine! immer wieder süße bilder! Beijinhos
- (22) *Donnerwetter!* Alles deine Mäuse in den Tickern?
- (23) *Waaahnsinn!!*

In allen Belegen sollen die Wertschätzung, der Respekt oder gar die Bewunderung hinsichtlich der Geburtserzählungen oder der Präsentation der Neugeborenen ausgedrückt werden.

8.1.2 Die Subjektivierung von Komplimenten

Eine sprachliche Strategie, die für die deutschen Foren charakteristisch zu sein scheint, besteht darin, vorgenommene positive Wertungen zu subjektivieren. Durch die Subjektivierung eines Kompliments wird in erster Linie das Eindringen in die Privatsphäre der anderen User abgeschwächt, denn wie bereits angesprochen, kann ein Kompliment, auch wenn es ausschließlich positiv intendiert ist, vom Rezipienten als unangemessen empfunden werden. Dieses Risiko wird durch die spezifischen kommunikativen Parameter der computervermittelten Kommunikation (Wegfall non- und paraverbalen Ressourcen, zeitliche Asynchronizität) noch verstärkt. Um Missverständnisse auszuschließen, nehmen die User in einigen Fällen eine Abschwächung des Kompliments durch sprachliche Subjektivierung vor (in den folgenden Belegen durch das Verb *finden* und die Verbalphrase *das Gefühl haben* in der 1. Person Singular):

(24) Hallo, *ich finde den Namen auch sehr schön!!*

(25) *finde ich auch - so ein schöner Name*, den hat wenigstens nicht jedes Kind.

(26) Ich entdeckte jetzt erst diese Seite bei euch *und habe das Gefühl, "hier bin ich richtig"*

Werdende Eltern verwenden in der Regel viel Zeit und Mühe für die Suche nach dem passenden Vornamen für ihr zukünftiges Kind, da der Name nicht nur ein Zeichen von Stilsicherheit, Kreativität und ästhetischem Bewusstsein der Eltern ist, sondern u.a. die soziale Schichtenzugehörigkeit widerspiegeln kann. Angehörige einer Sprachgemeinschaft assoziieren bestimmte Attribute wie Intelligenz, Sympathie oder Attraktivität mit Vornamen. Dieser Verantwortung bzw. der Auswirkungen der Namenswahl auf das gesamte Leben ihres Nachwuchses sind sich die künftigen Eltern bewusst und reagieren daher häufig sensibel auf negative Bewertungen ihrer Wahl. Mit Hilfe sprachlicher Subjektivierungsstrategien heben die Sender in den untersuchten Belegen hervor, dass das geäußerte Kompliment lediglich auf ihrer persönlichen Meinung und ihrem individuellen Geschmacksurteil basiert und von der community durchaus kritisch hinterfragt werden kann; die Strategie dient ebenfalls dem Hervorheben der Tatsache, dass die User sich mit ihrem Werturteil nicht über die anderen Kommunikationsteilnehmer stellen wollen, da sie keine Allgemeingültigkeit des positiven Kommentars intendieren.

Im Kontext der oben dargestellten Diskussion zur Namensgebung erfolgt in den Beispielen 24 und 25 eine In-group-Verstärkung, wenn sich die User einem ersten positiven Kommentar zur Namensgebung anschließen.

8.1.3 Routineformeln

Durch Komplimente zur Namensgebung schreiben sich die User die Kompetenz zu, über geschmackliche Fragen urteilen zu können; der

"exquisite" Geschmack wird somit nicht nur dem Empfänger des Kompliments, sondern in gleicher Weise dem Sender zugeschrieben (*mutual face work*):

(27) *Gratulation* zur Namenswahl! Gute Entscheidung!:)Du hast einen exquisiten Geschmack.

Häufig lassen sich dabei im Korpus Routineformeln wie z.B. *Gratulation* finden. Der Gebrauch standardisierter sprachlicher Mittel erlaubt es den Sendern, die kommunikative Situation des Komplimente-Machens ohne großen kognitiven Aufwand zu bewältigen; zudem wird durch das Zurückgreifen auf kommunikative Routinen, die den Sprechern des Deutschen vertraut sind, das Risiko von Missverständnissen verringert. Der Nachteil besteht darin, dass sich die User nicht durch eine besonders kreative Versprachlichung aus der Masse hervorheben und ihr eigenes positives Selbstbild verstärken können. Abschließend ist anzuführen, dass der kognitive Aufwand, der sprachlicher Kreativität zugrunde liegt, vermutlich von Empfängern ebenfalls positiv goutiert wird.

8.1.4 Metaphern

Metaphern beziehen sich im deutschen Korpus auf das Aussehen der Babys, das sich geposteten Fotos entnehmen lässt. Neben Metaphern, die aus der face-to-face-Kommunikation und aus anderen schriftlich realisierten Textsorten bekannt sind, lassen sich individuelle und kreative Metaphern finden:

(28) so eine süße *Zuckerschnecke*:liebe:

(29) Was für ein entzückender *Grinsekeks*! Den habt ihr aber gut hingekriegt!

(30) Ein niedlicher *Sonnenschein*!!!

Wie im vorhergehenden Abschnitt bereits erwähnt, sind es vor allem die letztgenannten, über das Standardrepertoire einer Einzelsprache hinausgehenden Metaphern, die es einerseits den Usern erlauben, sich im Rahmen des *identity management* zu positionieren und die andererseits eine besondere Wertschätzung gegenüber den Rezipienten zum Ausdruck bringen.

8.1.5 "Bewundern", "beeindruckt sein", "eine Gänsehaut haben / bekommen"

Häufig lassen sich in den Komplimenten im deutschen Korpus die Verben bzw. Ausdrücke *bewundern*, *beeindruckt sein* und *eine Gänsehaut haben* nachweisen. Auf diese Weise wird sehr explizit der Wertschätzung gegenüber den anderen Forenmitgliedern Ausdruck verliehen:

(31) An alle mamis die viiiiiiiel früher ihr kinder geboren haben: *Ich bewundere eure kraft* das ihr die lange zeit im KH durch gestanden habt.

(32) Hallo!

Als erstes will ich sagen *das ich schwer beeindruckt* von all den Frühchen und deren Eltern *bin*. Mein Sohn kam "nur" vier Wochen zu früh und ich denke es ist auch kaum erwähnenswert.

- (33) *Hab gerade eine Gänsehaut*, diese ganze Geschichte und euer Erlebtes und dann so ein Wonneproppen!
- (34) Bei deiner Geschichte habe ich *eine richtige Gänsehaut bekommen*.
- (35) *Ich lass dich mal hochleben*, du hast es noch 5 Wochen geschafft es aufzuhalten.

Die Wendung *eine Gänsehaut haben/bekommen* unterstreicht die positive Bewertung und die Wirkung einer gelungenen und authentischen Schilderung einer Frühgeburt einer Userin auf ein Forenmitglied. Die positive Wertung kann sich dabei sowohl auf den Inhalt als auch auf die Form der Erzählung beziehen. Im letzten Beispiel wird das performative *Hochleben lassen* durch die Partikel *mal* modifiziert, wodurch der informelle Charakter und der Grad der Vertrautheit zwischen den Kommunikationspartnern hervorgehoben werden.

8.2 Das französische Korpus

Hinsichtlich der verwendeten sprachlichen Mittel, die dazu dienen, anderen Forenmitgliedern oder Dritten Komplimente zu machen, lässt sich im Französischen eine geringere Varianz feststellen als im Deutschen.

- (36) moi aussi j ai une pédatre *super sympa* on parle juste de ce que ma fille fait et non de se qu'elle devrait faire !
- (37) Ton petit boy est *très mignon* en tout cas ..
- (38) *ton temoignage me rassure* car j'entends de tout et de rien

In den meisten Fällen verwenden die User positive Attribute, die in vielen Fällen lexikalisch gesteigert werden, und das Verb *rassurer*, das häufig dazu dient, den Sendern für eine gelungene Schilderung zu danken. Charakteristisch ist weiterhin die Sprachhandlung des Sich-Bedankens, die im Rahmen der Diskussion von Komplimentanlässen diskutiert wurde.

9. Zusammenfassung und Ausblick

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Kommunikation in den Sozialen Medien nicht als völlig abgelöst vom offline-Kontext betrachtet werden kann. Die User sind kontinuierlich bestrebt, ihre soziale Identität und das *shared face* sowohl online als auch offline zu pflegen. Diese Interdependenz von virtueller und "echter" Identität muss bei der Erforschung des Online-Diskurses berücksichtigt werden. In den untersuchten Forenbeiträgen sollen das eigene Gesicht und jenes der übrigen Mitglieder einer Community durch das Posten positiver Kommentare bzw. Komplimente bewahrt und gestärkt werden, wobei das *mutual face* auf der Grundlage gemeinsamer Elemente der sozialen Identität gepflegt wird.

Ein zentraler Unterschied zwischen der offline- und der online-Realität ist die Tatsache, dass sich die Kommunikationspartner in der computervermittelten Kommunikation aufgrund ihrer Asynchronizität unabhängig von Ort und Zeit austauschen können. Auch ist die Anzahl der Mitglieder von online-Gruppen in

der Regel größer als in der face-to-face-Kommunikation, und die Mitglieder können über die ganze Welt verteilt sein. Es müsste aber noch empirisch untersucht werden, ob die unterschiedlichen kommunikativen Parameter sich sprachlich niederschlagen, denn eine größere Distanz kann auch zu verstärkter sprachlicher Emotionalisierung führen.

Mittels Komplimenten in Diskussionsforen zu Schwangerschaft und Geburt zeigen sich die Kommunikationspartner solidarisch mit den anderen Forenmitgliedern und verstärken das Gefühl der Gruppenadhäsion. Dies ist im Kontext des Offenbarens intimer Empfindungen und der Thematisierung von Körperlichem von besonderer Bedeutung. Online-Komplimente dienen in beiden untersuchten Sprachen primär der Festigung der In-group-Beziehung.

Was die Anlässe für Komplimente angeht, so beziehen sich diese sowohl in den deutschen als auch in den französischen Foren zu Schwangerschaft und Geburt in der Regel auf hilfreiche Ratschläge und Berichte, auf das Anerkennen physischer und psychischer Leistungen und werden für die Form der Schilderung gemacht. Indirekte Komplimente, Eigenkomplimente, Komplimente für das Forum und dessen Verwaltung sowie das Abschwächen der eigenen Situation treten im französischen Korpus, anders als im deutschen Material, hingegen nur sehr selten auf.

Die Analyse der sprachlichen Form der Online-Komplimente zeigt, dass die Varianz hinsichtlich der verwendeten sprachlichen Strategien in den französischen Foren geringer zu sein scheint als in den deutschen Foren. Zudem spielt die formelhafte, konventionalisierte Form des Komplimente-Machens in den französischen Foren eine größere Rolle als im deutschen Korpus. In beiden Korpora verwenden die User Emoticons und setzen die Interpunktion gezielt ein, um Komplimente zu intensivieren, diese eindeutig zu machen und Missverständnisse zu vermeiden. Graphemiterationen und positive Attribute sowie Routineformeln dienen weiterhin dem Ausdruck von Komplimenten. In den französischen Foren werden Komplimente sehr häufig durch die Sprachhandlung des *Sich-Bedankens* realisiert. Hingegen lassen sich im Vergleich zum deutschen Korpus seltener Interjektionen und Metaphern nachweisen, was wiederum den höheren Grad an Formelhaftigkeit der französischen Diskussionsbeiträge zu unterstreichen scheint. In den französischen Foren findet zudem seltener eine Subjektivierung des Kompliments statt, die im Deutschen zum Beispiel durch den Gebrauch bestimmter Verben (*finden; das Gefühl haben*) in der 1. Person Singular erfolgt.

Da sich die Funktion und die Versprachlichung von Komplimenten in ausgewählten Online Communities in unterschiedlichen Sprach- und Kulturräumen stark voneinander unterscheiden können, sollen in weiteren Studien zusätzliche Einzelsprachen berücksichtigt werden, um übergeordnete

Konstanten einerseits und kulturspezifische Strategien andererseits herausarbeiten zu können.

LITERATUR

- Bedijs, K. (2014). Shared face and face enhancing behaviour in social media: commenting on the Spanish goalkeeper's tears on Youtube. In K. Bedijs, G. Held & C. Maaß (Hgg.), *Face work and social media* (pp. 135-156). Münster: LIT.
- Brown, P. & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: some universals of language use*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Chen, R. (1993). Responding to compliments. A contrastive study of politeness strategies between American English and Chinese speakers. *Journal of Pragmatics*, 20 (1), 49-75.
- Ehrhardt, C. (2011). Höflichkeitsbegriffe – am Beispiel von Höflichkeit und Höflichkeitsbewusstsein in Internetforen. In C. Ehrhardt, E. Neuland & H. Yamashita (Hgg.), *Sprachliche Höflichkeit zwischen Etikette und kommunikativer Kompetenz* (pp. 27-44). Frankfurt/Main: Lang.
- Ehrhardt, C. (2014). Politeness and face work in German forum communication. In K. Bedijs, G. Held & C. Maaß (Hgg.), *Face work and social media*. Münster: LIT.
- Herbert, R. K. (1989). The ethnography of English compliments and compliment responses: a contrastive sketch. In W. Oleksy (Hg.), *Contrastive pragmatics* (pp. 3-35). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing.
- Heringer, H.-J. (2014). *Interkulturelle Kommunikation*. 4., durchgesehene und erweiterte Auflage. Tübingen: Francke.
- Holmes, J. (1988). Paying compliments: a sex-preferential politeness strategy. *Journal of Pragmatics*, 12 (4), 445-465.
- John, N. A. (2013). Sharing and Web 2.0: The emergence of a keyword. *New Media & Society* 15 (2), 167-182.
- Kayany, J. M. (1998). Contexts of uninhibited online behavior: flaming in social newsgroups on usenet. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 49 (12), 1135-1141.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1997). A multilevel approach in the study of talk in interaction. *Pragmatics*, 71, 1-20.
- Marwick, A. & Boyd, D. (2010). I tweet honestly, I tweet passionately: twitter users, context collapse, and the imagined internet. *New Media and Society*. Online: <http://nms.sagepub.com/content/early/2010/06/22/1461444810365313.full.pdf+html> (letzter Zugriff: 6.5.2012).
- Park, J. (2008). Linguistic politeness and face-work in computer-mediated communication. Part 1: a theoretical framework. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 59 (13), 2051-2059.
- Schröder, T. (2013). *Marketingstrategien auf Unternehmenswebsites im internationalen Vergleich. Eine hypertextlinguistische und kulturkontrastive Analyse kommerzieller Websites aus Deutschland, Frankreich, Spanien, Großbritannien und den USA*. Tübingen: Narr.
- Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *Cyberpsychology & Behavior*, 7 (3), 321-326.
- Tajfel, H. (1974). Social identity and intergroup behaviour. *Social Science Information*, 13 (2), 65-93.
- Thaler, V. (2012). *Sprachliche Höflichkeit in computervermittelter Kommunikation*. Tübingen: Stauffenburg.
- Tienken, S. (2013). Sharing. Zum Teilen von Erzählungen in Onlineforen. In L. Álvarez López, C. Seiler Brylla, P. Shaw (Hgg.), *Computer-Mediated Discourse across Languages*. Stockholm: Acta.

Wee, L. (2011). Sharing as an activity type. *Text & Talk*, 31: 3 (3), 355-373.

Zappavigna, M. (2011). Ambient affiliation: a linguistic perspective on Twitter. *New Media & Society*.
Online: <http://nms.sagepub.com/content/early/2011/05/26/1461444810385097.full.pdf+html>
(letzter Zugriff: 7.3.2012).