

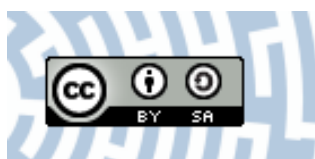


**You have downloaded a document from
RE-BUS
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Emotionsausdrucksmittel auf der textuellen Ebene in ausgewählten polnischen Weblogeinträgen

Author: Mariusz Jakosz

Citation style: Jakosz Mariusz. (2021). Emotionsausdrucksmittel auf der textuellen Ebene in ausgewählten polnischen Weblogeinträgen. "Linguistische Treffen in Wrocław" Vol. 20 (2021), s. 89-105, doi 10.23817/lingtreff.20-5



Uznanie autorstwa - Na tych samych warunkach - Licencja ta pozwala na kopiowanie, zmienianie, rozprowadzanie, przedstawianie i wykonywanie utworu tak długo, jak tylko na utwory zależne będzie udzielana taka sama licencja.



UNIwersYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Emotionsausdrucksmittel auf der textuellen Ebene in ausgewählten polnischen Weblogeinträgen

Weblogs gehören zu einer spezifischen Textsorte in der computervermittelten Kommunikation und stellen eine besondere Form der Verbindung von Homepage und Diskussionsforum dar. Da die Einträge nicht moderiert werden und somit die Nutzer der Blogosphäre in ihren Äußerungen nicht gebremst werden, unterstützt diese Kommunikationsform den spontanen Ausdruck von Emotionen. Im Beitrag werden die Emotionsausdrucksmittel auf der textuellen Ebene in ausgewählten Einträgen aus einem von einem heterosexuellen Paar geführten polnischen Weblog in qualitativer Hinsicht analysiert. Die Bloggerin und der Blogger wenden folgende stilistische Verfahren an: Ersatz von Konstituenten (Substitution), Hinzufügung sprachlicher Elemente (Addition), Weglassen syntaktischer Einheiten (Elimination), Änderung der Reihenfolge syntaktischer Einheiten (Permutation). Der Autor versucht, zwei Fragen zu beantworten: Welche sprachlichen Mittel gebrauchen Frauen und Männer in der Blogkommunikation zum Ausdruck von Emotionen? Warum wählen sie gerade diese Mittel? Aus der durchgeführten Analyse ergibt sich, dass die Bandbreite der eingesetzten Emotionsausdrucksmittel auf der textuellen Ebene recht differenziert ist. Rhetorische Fragen, Schimpfwörter, Anaphern und ironische Vergleiche treten in Einträgen beider Geschlechter auf. Kennzeichnend für die Bloggerin ist die Anwendung der Emphase, die ihr zur Verstärkung der manifestierten Emotionen dient. In Posts des Bloggers sind Schimpfwörter, umgangssprachliche Fügungen und Ironie anzutreffen. Die Analyse einer größeren Anzahl von Einträgen von mehreren Bloggerinnen und Bloggern würde es ermöglichen, die Geschlechtersprache und die Expressivität von Frauen und Männern im Online-Diskurs näher zu betrachten. Die Erforschung der Art und Weise, wie Frauen und Männer in der digitalen Welt ihre Emotionen kundtun, kann zu einem besseren Verständnis ihres Sprachhandelns und Kommunikationsstils beitragen.

Schlüsselwörter: Weblog, Emotionen, Blogger, Textebene, Geschlechtersprache

Emotion Expressing Devices at a Textual Level in Selected Posts on a Polish Blog

Blogs belong to a special computer communication genre combining a website with a discussion forum. Because posts are not moderated, which means that blogosphere users are free to say whatever they want, this form of communication is conducive to the spontaneous expression of emotions. In the article, the author carries out a qualitative analysis of the textual means of expressing emotions in selected posts from a Polish blog written by a heterosexual couple. The bloggers use the following stylistic devices: replacing constituent parts (substitution), adding linguistic elements (adjunction), leaving out syntactic units (elimination), and changing the order of syntactic units (permutation). The author tries to answer two questions: what linguistic devices and why those ones are used by women and men in blogs to express emotions. The analysis indicates that the array of linguistic devices used is quite diverse. Rhetorical questions, swear words, anaphoras, and ironic similes can be found in posts written by representatives of both genders. The use of emphasis to enhance the expression of emotions is characteristic of the female blogger. In the male blogger's posts, one can come across swear words, colloquialisms, and irony. An analysis of a greater number of posts written by various bloggers would make it possible to investigate more thoroughly the language of genders and the way women and men express themselves in internet discourse. An examination of the manner in which women and men communicate in the digital world what they feel may contribute to gaining a better understanding of their use of language and their style.

Keywords: blog, emotions, blogger, textual level, language of genders

Author: Mariusz Jakosz, University of Silesia in Katowice, gen. Stefana Grota-Roweckiego 5, 41-200 Sosnowiec, Poland, e-mail: mariusz.jakosz@us.edu.pl

Received: 13.3.2021

Accepted: 20.7.2021

1. Einleitung

Die Kommunikation ist ein Prozess der menschlichen Verständigung, wobei sowohl die Produktion als auch die Rezeption der sprachlichen Äußerungen in hohem Maße durch emotionale Komponenten determiniert sind (vgl. Schwarz-Friesel 2007: 2, Miller 2014: 74–75, Schiewer 2014: 78–81, Szczepaniak 2015: 52–53). Die emotive Funktion der Sprache spiegelt die Haltung des Sprechers wider und erfasst „die Wertung des Mitgeteilten bzw. die zum Ausdruck gebrachte Emotion als wichtige[n] Anteil einer Äußerung“ (Ortner 2014: 57).¹ Als Grundeinheiten der Kommunikation gelten Texte, die nicht nur der Informationsvermittlung, sondern auch dem Emotionsausdruck dienen (vgl. Ortner 2014: 67–68, Vaňkova 2014: 11). Unabhängig von Textthema, Textentfaltung, Textfunktion und Textsorte können Emotionen vorkommen, wobei „nicht in jedem Text dieselben emotiven Mittel in derselben Frequenz und Qualität eingesetzt werden“ (Ortner 2014: 364).²

Soziale Medien führten zu einer grundlegenden und wohl auch unumkehrbaren Veränderung unserer Kommunikationskultur, indem aus bisherigen Rezipienten selbst Produzenten weltweit verfügbarer Informationen und Meinungen wurden, „die sich ohne den bisherigen massenmedialen Filter an gesellschaftlichen Diskursen beteiligen können“ (Klemm 2017: 5). Durch die Entwicklung der neuen Medien eröffnen sich auch neue Perspektiven der onlinebasierten Kommunikation und es entstehen zugleich neue Kommunikationsformen oder textlinguistisch gesehen – neue Textsorten (vgl. Czachur 2008: 108, Gumkowska/Maryl/Toczyski 2009: 293–294, Malá 2012: 158–159, Pędzisz 2017: 45–46, Saniewska 2017: 194). Diese beeinflussen auch wesentlich die Übermittlung von Emotionen: „A[a]us dem Blickwinkel der Textlinguistik und Stilistik betrachtet, ist Emotion nicht etwas, was unabhängig zu ansonsten strukturierten Texten und Textmustern hinzuträte. Vielmehr ist mit der Wahl stilistischer Optionen auch eine Entscheidung für ein angestrebtes Emotionalitätslevel bzw. für eine Ebene von Emotionalität verbunden“ (Eichinger 2014: 53). In dieser Hinsicht gewinnen Weblogs, die auch Online-Tagebücher genannt werden, seit einigen Jahren an Bedeutung. Sie werden nicht nur aus kommunikationswissenschaftlicher, soziologischer und kulturwissenschaftlicher, sondern auch immer häufiger aus linguistischer

¹ Einen komprimierten Überblick über den Stand der Emotionsforschung in der Linguistik verschafft u. a. Szczepaniak (2015: 72–102).

² Zur Emotionalität in unterschiedlichen (deutschen und tschechischen) Textsorten siehe Vaňkova u. a. (2012).

Sicht betrachtet (vgl. z. B. Fisch/Gscheidle 2006: 435, Sauer 2007: XX, Czachur 2008: 108, Pędzisz 2013: 204–206, Moss/Heurich 2015: 2–3, Klemm 2017: 12, Pędzisz 2017: 23–30, Saniewska 2017: 194–195). Als eine besondere Form der Verbindung von persönlicher Homepage und Diskussionsforum üben Weblogs einen großen Einfluss auf Menschen, ihre Weltanschauung, ihre Lebenseinstellung und ihr Verhalten aus: „Schon allein durch das einfache Publizieren von Inhalten gelangen Blogs in das Bewusstsein der Öffentlichkeit und schaffen wiederum im nächsten Schritt selbst eine Öffentlichkeit“ (Sauer 2007: XX). Da die Einträge weder geleitet noch moderiert werden und die Autoren in ihren Ausdrucksmöglichkeiten uneingeschränkt sind, fördern Weblogs die spontane Manifestation von Emotionen (vgl. Gumkowska/Maryl/Toczyski 2009: 292).

Im vorliegenden Beitrag wird versucht, die Emotionsausdrucksmittel einer Bloggerin und eines Bloggers aus textueller Perspektive exemplarisch zu analysieren. Zahlreiche Linguisten befassen sich zwar mit der Geschlechtersprache in ihren Studien, aber sie konzentrieren sich dabei nur auf Sprachunterschiede zwischen den Äußerungen von Frauen und Männern, und nicht auf den Emotionsausdruck.³ Dieser realisiert sich durch verschiedene Sprachmittel auf der Ebene der Lexik, der Syntax und des Textes selbst (vgl. Sandig 2006: 256, Kotin 2020: 142–143). Der Ansatzpunkt weiterer Ausführungen liegt in der Überzeugung, dass Frauen andere Stilfiguren in ihren Äußerungen als Männer gebrauchen, wenn sie ihre Emotionen zum Ausdruck bringen (vgl. Lozo 2010: 44).

2. Weblogs als Kommunikationsform im Internet

Weblogs sind eine neuartige Möglichkeit der Speicherung und Übermittlung von Inhalten, sie bilden ein Kommunikationsmedium, in dem Text, Bild und Ton in spezifischer Weise miteinander kombiniert werden (vgl. Czachur 2008: 108, Hope 2013: 24–25, Pędzisz 2017: 23–24). Weblogs sind Plattformen, auf denen sich die Nutzer aktiv einbringen und ihre Meinungen präsentieren, Anekdoten erzählen bzw. Ereignisse kommentieren können (vgl. Fisch/Gscheidle 2006: 435, Klemm 2017: 11).⁴ Schmidt (2008: 76–77) und Klemm (2017: 11) heben hervor, dass diese Form eine Besonderheit hat, weil dabei eine umgekehrte chronologische Darstellung von Einträgen erfolgt und die Leser die Möglichkeit haben, die Einträge zu kommentieren.

Darüber hinaus lassen sich Weblogs weder als eine schriftliche noch als eine mündliche Kommunikationsform einstufen, sondern sie sind eine Mischform. Zwar

³ Mehr zur geschlechterspezifischen Sprachverwendung siehe z. B. bei Günthner/Hüpper/Spieß (2012), Kotthoff/Nübling (2018), Kortendiek/Riegraf/Sabisch (2019).

⁴ Es gibt zwei Arten von Weblogs: private (Online-Tagebücher) und öffentliche (Filter- und Knowledge-Blogs), aber im Fokus der Überlegungen in diesem Beitrag stehen nur private Weblogs. Mehr zur Typologie von Blogs bei Sauer (2007: XX–XXIII), Schmidt (2008: 77–78), Gumkowska/Maryl/Toczyski (2009: 285–286) und Pędzisz (2017: 58–60).

ist ihr Medium graphischer (nicht phonischer) Code, aber gleichzeitig sind Weblogs durch mündliche Konzeption gekennzeichnet, für die Spontaneität, freie Themenentwicklung, starkes Beteiligtsein und Expressivität des Senders charakteristisch sind (vgl. Schlobinski/Siever 2005: 81, Saniewska 2017: 199–200).

Als Autoren von Weblogs gelten sowohl Frauen als auch Männer. Es gibt jedoch verschiedene Gründe, warum sie ihre Inhalte ins Netz stellen. Schmidt (2008: 80–84) stellt fest, dass für das weibliche Geschlecht Spaß und Lust am Schreiben von großer Relevanz sind. Sie veröffentlichen häufiger Gedichte, Kurzgeschichten und Anekdoten aus dem Privatleben, weil ein Weblog für sie ein Ort ist, wo sie Emotionen ausdrücken können. Für Männer spielt ebenfalls der Unterhaltungsfaktor eine wichtige Rolle, aber die auf ihren Weblogs präsentierten Inhalte sind eher Kommentare zu aktuellen Problemen der Politik oder Wirtschaft.

3. Emotionsausdrucksmittel auf der Textebene

Emotionalisieren gilt im Sinne von Sandig (2006: 256–257) als eine Sonderform des Bewertens und gehört zu den wichtigsten komplexen stilistischen Handlungsmustern. Die grundsätzliche Vorgehensweise für die emotionslinguistische Textanalyse besteht laut Ortner (2014: 333) „in der Zerlegung des Textes, in der Zuweisung von Kategorien und in der Kombination zu größeren Einheiten. Es wird davon ausgegangen, dass jede Einheit eines Textes hinsichtlich ihrer Emotivität analysiert werden kann“ (ebd.).

Im Mittelpunkt dieses Kapitels stehen Emotionsausdrucksmittel auf der textuellen Ebene. Nach Schwarz-Friesel (2007: 110–111) und Schiewer (2014: 102) ist der Stil ein besonderes Textphänomen, das es uns ermöglicht, expressiv zu wirken. Gemeint sind solche Konstruktionen, die vom normalen Sprachgebrauch abweichen und eine Äußerung verstärken und sie emotional färben (vgl. Jahr 2000: 94–95). Dadurch kann ein aus lexikalischer und/oder syntaktischer Sicht neutraler Ausdruck eine neue auffällige Bedeutung bekommen. Die Stilfiguren, die dazu dienen, werden nach vier Kriterien klassifiziert (vgl. Jahr 2000: 95, Ortner 2014: 195–196):

- Ersatz von Konstituenten (Substitution),
- Hinzufügung sprachlicher Elemente (Addition),
- Weglassen syntaktischer Einheiten (Elimination),
- Änderung der Reihenfolge syntaktischer Einheiten (Permutation).

Zu bemerken ist, dass die genannten Stilfiguren Emotionalität ausdrücken können, aber nicht müssen. Einzig in Abhängigkeit vom Kontext lässt sich entscheiden, ob eine bestimmte Figur neutral gebraucht wird oder ob sie emotional geprägt ist.

3.1 Figuren der Substitution

Die Figuren des Ersatzes von Konstituenten sind die Umschreibungsformen der eigentlichen Bezeichnung. Zwar sind sie innerhalb eines Textes als synonymische

Ausdrucksvariation zu verstehen, aber wegen ihres Umschreibungsmechanismus verändern sie ihre frühere Bedeutung. Zu den Figuren der Substitution werden folgende sprachliche Mittel gezählt (vgl. Jahr 2000: 95–96, Ortner 2014: 195–196):

- **Emphase:** Diese Form des Ausdrucks von Einstellungen dient zum Hervorheben und Gewichten von Information. Um eine kommunikative Absicht zu verstärken, wird die Emphase in geschriebenen Texten durch Anführungszeichen, Bindestrich oder Fettdruck gekennzeichnet (vgl. Bußmann 1990: 208, Sandig 2006: 235–236).
- **Periphrase:** Ein Wort kann durch eine andere, erweiternde und bildhafte Bezeichnung ersetzt werden. Dazu gehören z. B. Flexionsänderungen, intensivierende Genitivkonstruktionen und Euphemismen.
- **Metaphern:** Gemeint sind sprachliche Bilder, die auf einer Ähnlichkeitsbeziehung zwischen zwei Gegenständen beruhen (vgl. Bußmann 1990: 484, Schwarz-Friesel 2007: 199–200, Ortner 2014: 127–128).
- **Ironie:** Der Sender äußert sich zu einem Thema, aber seine Äußerung ist genau umgekehrt zu interpretieren. Die Äußerungsbedeutung ist in dem Fall, mit Sandig (1978: 82) gesprochen, mit Handlungsbedingungen inkompatibel. Im Text wird Ironie beispielsweise durch Einschübe wie *so genannt, angeblich* signalisiert.
- **Exklamation:** Der Ausruf wird oft durch Exklamativsätze mit spezifischen Abtönungspartikeln (*aber, doch, ja, eben*) oder Interjektionen verbalisiert. Ihre Aufgabe besteht darin, Emotionen spontan zu äußern. Die Sätze deuten meist Erstaunen, Betroffenheit, Freude oder Ärger des Sprechers an (vgl. Schwarz-Friesel 2007: 152, Ortner 2014: 250–251).
- **Rhetorische Frage:** Durch die Verwendung dieser Fragesätze bestätigt der Rezipient das darin enthaltene Urteil. Auf diese Weise lassen sich sowohl Aussagesätze als auch Aufforderungen und Empfehlungen bilden.

Die hier erwähnten Figuren zeigen, dass der Gebrauch einer Substitutionseinheit zur Folge hat, dass die Äußerung ganz neuartig und anders als gewöhnlich gefärbt ist und somit auch Emotionen zum Ausdruck gebracht werden.

3.2 Figuren der Addition

Mit den Figuren der Addition werden Hervorhebung, paradoxe und witzige Pointierung, Steigerung und Symbolisierung angestrebt (vgl. Jahr 2000: 96–97).

Dazu gehören in erster Linie die Figuren der Wiederholung (Anaphern). Nicht nur Wörter, sondern auch ganze Phrasen im Syntaxbereich können wiederholt werden. Es gibt verschiedene Arten dieser Figur: wörtliche, variierende und synonymische Wiederholungen, die eine ästhetische, intensivierende und verständlichkeitsfördernde Funktion erfüllen können (vgl. Schwarz-Friesel 2007: 214). In diesem Beitrag ist die Rolle der Intensivierung von Bedeutung, weil die Emotionalisierung vor allem durch Intensivierung erfolgt.

Außerdem sind die Figuren der Entgegensetzung zu nennen, die in verschiedenen Formen auftreten (vgl. Jahr 2000: 97–98). Ihr Effekt basiert auf Bedeutungsgegensätzen, die an keine bestimmte sprachliche Form gebunden sind. Die Mittel, die zur Anwendung kommen, sind u. a. antonymische Kombinationen von Substantiven und Adjektiven (Oxymora), kontrastierende Gegenüberstellungen gegensätzlicher Begriffe (Antithesen) und Kreuzungen auf der syntaktischen Ebene (vgl. Bußmann 1990: 87).

Jahr (2000: 98) verweist noch auf Häufungen, die als Aneinanderreihung von gleichrangigen Elementen (u. a. von Adjektiven und Substantiven) zu verstehen sind.

Sprachliche Figuren wie Wiederholung und Entgegensetzung zählen ebenfalls zu den Emotionsausdrucksmitteln, weil die mit ihnen realisierten Äußerungen Bewertungen enthalten und die Emotionen sich dadurch intensivieren lassen.

3.3 Figuren der Elimination

Nicht nur das Hinzufügen, sondern auch das Auslassen der Sprachmittel kann der Verstärkung einer Äußerung dienen. Dazu gehören Ellipsen (Aussparung von sprachlichen Elementen), Satzabbrüche und Zeugmas (vgl. Jahr 2000: 98). Im Hinblick auf die Expressivität scheint das Zeugma, das ein Mittel der gleichzeitigen Verbindung von wörtlichen und bildlichen oder konkreten und abstrakten Elementen ist, besonders relevant zu sein (vgl. Bußmann 1990: 866). Ein solcher Gebrauch von sprachlichen Einheiten drückt oft widersprüchliche, starke Emotionen aus.

3.4 Figuren der Permutation

Unter den von Jahr (2000: 98) unterschiedenen Figuren gibt es auch Figuren der Permutation, womit Anordnung und Platzwechsel gemeint sind. Es ist oft eine zielgerichtete Tätigkeit, die wichtigsten Informationen an den Textanfang oder mehrere Satzglieder vor das Prädikat zu stellen. Obwohl die Umstellung nicht immer mit der Grammatik einhergeht, macht diese es möglich, die für den Sprecher bedeutendsten Informationen zu betonen und dabei Emotionen auszudrücken.

Außer den schon genannten Figuren zählt Sandig (1979: 144–146) auch andere Mittel auf, die die Expressivität steigern. Zu dieser Gruppe rechnet sie idiomatisierte Vergleiche mit bewertender Funktion, die oft Stereotype und Klischees verbreiten (*wie ein Elefant im Porzellanladen*), Sentenzen und Maximen, die kollektive Merksätze darstellen (*Die wertvollen Dinge gehören den Reichen*), umgangssprachliche feste Fügungen oder Assoziationen.

4. Weblog als Untersuchungsgegenstand

Zum Zwecke der Analyse von Emotionsausdrucksmitteln aus textueller Sicht wird das polnische Weblog mit der sog. Lifestyle-Thematik: *Moja dziewczyna czyta blogi*⁵ [„Meine Freundin liest Weblogs“] gewählt, das von einem heterosexuellen Paar geschrieben

⁵ Vgl. <https://mdcb.pl/>, Zugriff am 30.3.2021.

wird. Die Einträge der Bloggerin und des Bloggers sind relativ kurz und mit bündigen Darstellungen versuchen beide, ihre Meinung zu bestimmten alltäglichen Themen (wie Liebe oder Freundschaft) zu präsentieren. Dadurch drücken sie ihre psychische Einstellung aus und können auch die Rezipienten beeinflussen, weil ihre Texte zum Nachdenken anregen.

Obwohl die Autorin und der Autor ein Paar sind, schreiben sie nie zusammen. Sie versuchen, ihre jeweilige Lebensbetrachtung und -einstellung zu zeigen. Die Frau unterschreibt ihre Texte mit dem Buchstaben *K*, also ist sie für Leser anonym. Über sich selbst schreibt sie, dass sie springt, wenn sie sich freut und schimpft, wenn sie sich aufregt. Schon an dieser Stelle werden ihre Emotionen verbalisiert (in diesem Fall: thematisiert)⁶, was ein Zeichen dafür ist, dass die Emotionen zu einem wichtigen Element ihrer Posts gehören. Sie spricht unterschiedliche Themen an, wie z. B. die Beziehung zwischen Mann und Frau. Der Blogger heißt Konrad und im Gegensatz zu *K*. äußert er seine Emotionen in seinen Einträgen nicht explizit. Jedoch erwähnt er seine Kindheitsträume und seinen Glauben an Liebe oder Freundschaft. Daraus lässt sich schließen, dass auch in seinen Texten Emotionen enkodiert sind. Ähnlich wie *K*. befasst er sich mit Fragen zur eigenen Beziehung oder der zu anderen Menschen. Überdies schreibt er oft über die Welt der Frauen. Er veröffentlicht auch Ratgeber aus verschiedenen Bereichen, wie z. B. „Umgang mit dem anderen Geschlecht“, „Geschenke für die Partnerinnen“ oder „Ratschläge für die Männer mit einem Bart“.⁷

4.1 Zum methodischen Vorgehen

In Posts auf dem Weblog, das von *K*. und Konrad geführt wird, sollen Emotionsausdrucksmittel auf der textuellen Ebene ausfindig gemacht werden. Den Untersuchungsgegenstand bilden vierzig ähnliche Thematiken ansprechende Einträge, von denen zwanzig Texte der Frau und zwanzig Texte dem Mann zuzuordnen sind. Es wird die qualitative Analyseherangehensweise herangezogen, um die Frage zu beantworten, welche sprachlichen Mittel aus textueller Sicht Frauen und Männer anwenden und aus welchem Grund sie gerade diese wählen. Die Anzahl der untersuchten Texte reicht zwar nicht aus, um daraus repräsentative Schlüsse zu ziehen, wie groß die Unterschiede bei der Frequenz und Differenzierung der Emotionsausdrucksmittel beider Geschlechter sind und warum sie überhaupt entstehen, jedoch kann sie für illustrative Zwecke dienlich sein.

4.2 Ergebnisse der Analyse

Das Weblog ist – wie bereits erwähnt – eine besondere Form der onlinebasierten Kommunikation, die von niemandem moderiert wird und deren Konzeption mündlich ist. Das führt dazu, dass sich beide Geschlechter dafür entscheiden, ihre Emotionen

⁶ Mehr zu Emotionsthematisierung und -ausdruck u. a. bei Sandig (2006: 257), Schwarz-Friesel (2007: 144–154), Miller (2014: 77–81), Schiewer (2014: 91–92).

⁷ Vgl. <https://mdcb.pl/o-nas/>, Zugriff am 30.3.2020.

mittels dieses Mediums auszudrücken. Darüber hinaus spielen Bilder als zusätzliche Textteile im Weblog eine wichtige Rolle (vgl. Klemm 2017: 14). In der Regel sind sie mit dem Inhalt komplementär oder illustrieren die beschriebene Situation und verstärken deswegen auch die Emotionen. Die präsentierten Formen und die gewählten Farben beeinflussen den Empfänger, so dass er sofort die im Eintrag ausgedrückten Emotionen erkennt. Grafiken können diesen manchmal stören, aber meistens helfen sie dabei, die Botschaft der Äußerungen zu verstehen.

Im Folgenden gilt es zu überprüfen, welche Emotionsausdrucksmittel die beiden Geschlechter einsetzen. Zur Präsentation der gesammelten Daten dienen folgende Diagramme:

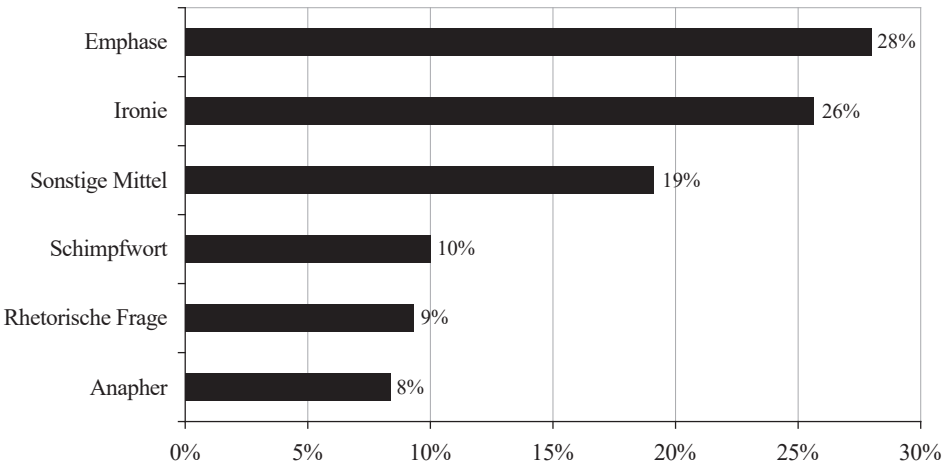


Diagramm 1. Emotionsausdrucksmittel auf der textuellen Ebene in den Weblogeinträgen von K.

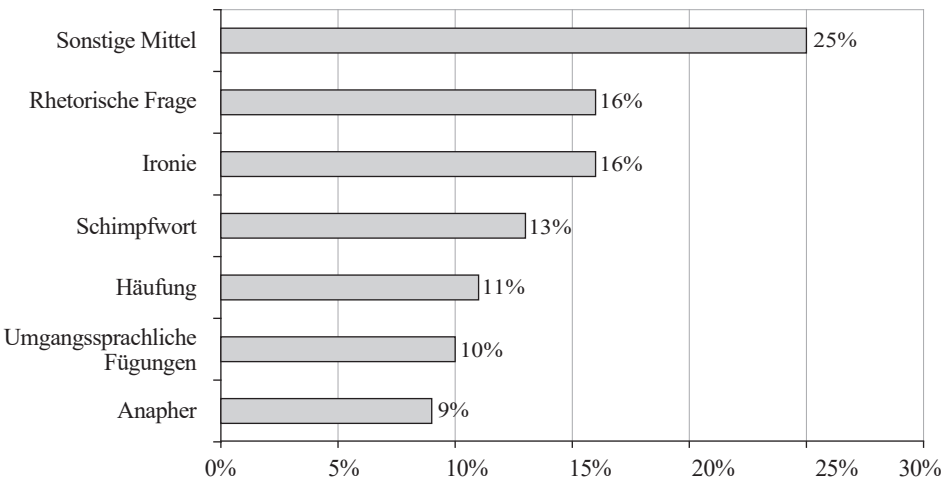


Diagramm 2. Emotionsausdrucksmittel auf der textuellen Ebene in den Weblogeinträgen von Konrad

Zuallererst muss betont werden, dass die Differenziertheit der verwendeten Emotionsausdrucksmittel auf der textuellen Ebene in den Weblogeinträgen von K. und Konrad groß ist. Beide verwenden nicht nur Ironie und rhetorische Fragen, sondern auch Schimpfwörter oder Anaphern.

Bei der Bloggerin sind die Mittel der Emphase, mit deren Hilfe ihre Äußerungen noch stärker hervorgehoben werden, am häufigsten (28%). In einem face-to-face Gespräch ist es möglich, Emotionen beispielsweise durch Stimmführung, Einsatz von Pausen und Intonation zu akzentuieren, in Weblogeinträgen müssen hingegen andere medial bedingte Mittel eingesetzt werden. Diesem Zweck dienen Schriftzeichen wie:

– Gedankenstriche

- (1) *Więc jeśli chcesz – wypij o kieliszek za dużo* [„Also wenn du willst – dann trinke ein Glas zu viel“].

– Auslassungspunkte

- (2) *[...] aż wreszcie zatrzymał się...chłopak w zdezolowanym volkswagenie* [„[...] bis er schließlich anhielt... ein Junge in einem kaputten Volkswagen“].

– Fettdruck

- (3) *Gdybym wówczas wiedziała to, **co wiem dziś**, oszczędziłabym sobie wielu bezsen-nych nocy* [„Hätte ich damals das gewusst, **was ich heute weiß**, hätte ich mir viele schlaflose Nächte erspart“].

– Streichungen

- (4) *A boję się sprawdzać na ~~własnej skórze~~ własnych włosach* [„Und ich habe Angst, dies am **eigenen Leib** eigenen Haar zu testen“].

- (5) *[...] że poświęcasz życie na bezowocne próby dorwania ~~małego żółtego skurwysyna~~ Pikachu* [„[...] dass du dein Leben damit verbringst, vergeblich zu versuchen, **den kleinen gelben Hurensohn** Pikachu zu fangen“].

– Kursivschrift

- (6) *Mam znajomych, *szczęśliwą* parę, z którymi widuję się kilka razy do roku. Na imprezie, nieważne, czy w klubie, czy na domówce, czy na Marsie, na której nie ma jej, on bawi się aż za dobrze* [„Ich habe Bekannte, die ein *glückliches* Paar sind, mit ihnen treffe ich mich mehrmals im Jahr. Auf einer Party, egal ob in einem Club oder auf einer Hausparty, oder auf dem Mars, da, wo sie nicht da ist, hat er zu viel Spaß“].

– Großschreibung

- (7) *I teraz siedzę w domu i nie wiem, co mam zrobić. CO MAM ZROBIĆ?* [„Und jetzt sitze ich zu Hause und weiß nicht, was ich tun soll. WAS SOLL ICH TUN?“]

– Klammern

- (8) *Są ludzie, którzy jeżdżą nowymi samochodami od momentu otrzymania prawa jazdy [...]* *Ja tego szczęścia(?) nie miałam* [„Es gibt Leute, die neue Autos fahren, sobald sie ihren Führerschein bekommen [...] Ein solches Glück(?) hatte ich nicht“].

- (9) *Jasny, jeszcze kurczakowaty blond (nie znalazłam wtedy blogów, biedna młodziutka K. o wystrzępionej grzywce i pocieniowanych sekatorem żółtych włosach) miał sprawić, że poczuję się inaczej* [„Helles Hühnerblond (ich – arme junge K. mit ausgefranstem Pony und mit der Gartenschere abgestuften gelben Haaren – kannte damals noch keine Blogs) sollte bewirken, dass ich mich anders fühlen werde“].

Im Gegensatz dazu sind die Mittel der Emphase in Weblogeinträgen des Bloggers seltener zu finden. Unter den Mitteln, die von Konrad oft angewendet werden, kommt dagegen die Ironie (16%) vor:

- (10) *Walczyć można z przeciwnościami, ale nie oszukujmy się. Większość z nas nie żyje w szesnastowiecznej Weronie* [„Man kann gegen Widrigkeiten ankämpfen, aber wir machen uns nichts vor. Die meisten von uns leben nicht im Verona des 16. Jahrhunderts“].
- (11) *Przecież nie będziesz żreć kotletów przez cztery dni, bo pani w mięsnym nie rozumie, co znaczy naprawdę nie więcej niż dwadzieścia deko* [„Du wirst doch nicht vier Tage lang Koteletts verschlingen, weil die Dame an der Fleischtheke nicht versteht, was nicht mehr als zwanzig Deko wirklich bedeutet“].

Die Ironie gehört zur Gruppe der Figuren der Substitution, die u. a. der Umschreibung der eigentlichen Bedeutung dienen. Sie ist nicht immer sofort zu erkennen, von Bedeutung ist hier der Kontext, der es ermöglicht, den impliziten Inhalt richtig zu deuten. Dieses Stilmittel hilft dabei, Emotionen nicht offen zu zeigen. Das kann ein Grund dafür sein, warum männliche Äußerungen häufiger ironisch geprägt sind. Dadurch hat der Autor die Möglichkeit, seine Emotionen nicht explizit zu manifestieren und der Empfänger bemerkt sie nicht auf den ersten Blick. Die Ironie wird von Konrad sowohl bei positiven als auch bei negativen Emotionen gebraucht. Diese Figur ist auch in den Einträgen von K. zu finden (26%):

- (12) *Niby nie robi nic złego, bo tylko flirtuje i obściskuje się z inną* [„Er macht scheinbar nichts Falsches, weil er nur mit einer anderen flirtet und mit ihr rummacht“].
- (13) *Albo jak pan [...] wyrzucił z siebie w naszym kierunku bardzo dużo słów na ,k' i ,p', i to z taką prędkością, że opluł zwisający z lusterka medalik ze świętym Krzysztofem* [„Oder als ein Mann [...] eine Menge ‚k‘- und ‚p‘-Wörter in unsere Richtung warf, und zwar so schnell, dass er auf die Medaille mit dem heiligen Christophorus spuckte, die am Spiegel hing“].
- (14) *Bo wiadomo, brunetka to mądra jest z natury, ale mająca cokolwiek do powiedzenia (oprócz tego, jak było w piątek na imprezie i jakiego kaca miała w sobotę) jasnowłosa dziewczyna? To przecież się nie zdarza* [„Wie man weiß, ist eine Brünette von Natur aus klug, aber hat eine hellhaarige Frau etwas (abgesehen davon, wie es am Freitag auf einer Party war und welchen Kater sie am Samstag hatte) zu sagen? Das ist doch nicht der Fall“].

- (15) *Z głową otoczoną aureolą jasnych włosów łatwo jest sprostać oczekiwaniom. [...] Głównie dlatego, że ludzie przy pierwszym kontakcie niewiele się po tobie spodziewają* [„Mit einem Kopf, der von einem Heiligenschein aus hellem Haar umgeben ist, ist es leicht, den Erwartungen gerecht zu werden. Vor allem deswegen, weil die Leute beim ersten Kontakt nicht viel von dir erwarten“].

Die Einträge von K. beinhalten auch implizite Botschaften und sie verwendet zugleich ironische Vergleiche (12) und Euphemismen (13), wenn sie über etwas spottet. Deswegen sind ihre Äußerungen nicht immer wortwörtlich zu verstehen, weil sie sich scheinbar ärgert, aber sie ist trotzdem zufrieden und belustigt.

Aus den Diagrammen lässt sich auch schlussfolgern, dass beide Geschlechter in ihren Einträgen viele rhetorische Fragen (auch als Apostrophen wie in (18), (20), (21)) einsetzen (Konrad: 16%, K.: 9%):

- (16) *Nie wiem, co mam z tym zrobić. Milczeć, udawać że to się nie wydarzyło, czy podjąć jakieś działania?* [„Ich weiß nicht, was ich damit anfangen sollte. Sollte ich schweigen, so tun, als wäre dies nicht passiert, oder soll ich etwas unternehmen?“]
- (17) *Skoro więc jest tyle świetnych powodów, żeby o tym nie pisać, to dlaczego by o tym nie napisać?* [„Wenn es also so viele tolle Gründe gibt, um nicht darüber zu schreiben, dann warum sollte man nicht darüber schreiben?“]
- (18) *Chcesz się wcześniej zmyć z imprezy? Chcesz kupić radlera, ale się wstydzisz?* [„Willst du die Party frühzeitig verlassen? Willst du ein Radler kaufen, aber schämst du dich?“]
- (19) *Czy może być wspanialszy sposób by okazać sobie miłość?* [„Kann es eine herrlichere Art geben, um sich gegenseitig Liebe zu zeigen?“]
- (20) *Boisz się, bo na co dzień nie pijesz, ale ten jeden raz w roku chcesz się zabawić?* [„Hast du Angst, weil du alltags nicht trinkst, aber willst du dieses einzige Mal im Jahr Spaß haben?“]
- (21) *Nie wiesz, że tolerancja na alkohol kumulowała ci się cały rok?* [„Weißt du nicht, dass sich deine Alkoholtoleranz das ganze Jahr über angesammelt hat?“]

Diese Mittel gehören zu Figuren der Substitution und werden meistens zum Ausdruck von positiven Emotionen verwendet. Es kann vermutet werden, dass sie deshalb so häufig eingesetzt werden, weil sie ein Mittel der unmittelbaren Zuwendung an den Empfänger sind. Dies führt dazu, dass er sich über die Äußerungen des Senders Gedanken macht und auf diese Weise dessen Emotionen empfindet und sie besser versteht.

Außerdem gebrauchen beide Geschlechter auch Schimpfwörter (*napierdalać, wyjechać, odpierdolić się, spierdolić, pipa, do dupy, debil, chuja prawda, pieprzone zaręczyny, chuja wiem o miłości, pierdolony brudny talerz; już nigdy nie wyrwę tych brwi, a moją wymarzoną, zdzirowatą sukienkę, którą podobno właśnie przecenili, kupuje*

już na pewno jakaś równie zdzirowata brunetka) [Scheiß erzählen, rausschmeißen, vermässeln, verpfuschen, Pfeife, für den Arsch, Idiot, verdammt, Scheißverlobung, ich weiß einen Scheiß über Liebe, verdammt schmutziger Teller; ich werde mir diese Augenbrauen nie wieder zupfen, und mein nuttiges Traumkleid, das angeblich gerade reduziert wurde, wird sicherlich bereits von einer ebenso nuttigen Brünette gekauft']. Dies ergibt sich daraus, dass Weblogs konzeptionell mündlich gestaltet sind: die Sprache der Einträge ist lockerer und ähnelt der Umgangssprache. Schimpfwörter bilden 13% aller von Konrad gebrauchten Emotionsausdrucksmitel, bei K. beträgt der Prozentsatz 10%. Nach der Analyse der Belege kann festgestellt werden, dass Frauen und Männer Schimpfwörter gebrauchen, wenn sie negative Emotionen (in der Regel: Ärger) ausdrücken wollen. Trotz der verbreiteten Meinung, dass die Sprache der Frauen ‚schöner und feiner‘ ist (mehr dazu z. B. bei Ayaß 2008: 22–24), lässt sich bemerken, dass die Äußerungen der Frauen auch Schimpfwörter und umgangssprachliche Fügungen enthalten. Das legt den Schluss nahe, dass Unterschiede zwischen den männlichen und weiblichen Sprachvarianten nicht deutlich sichtbar sind. Männer gebrauchen nur häufiger Slang-Wendungen und übermitteln Inhalte mit sexuellem Hintergrund.

Beide Grafiken enthalten auch Anaphern als Figuren der Addition, die der Wiederholung des Inhalts dienen. Durch die Wiederholung werden die Äußerung und die darin ausgedrückten Emotionen verstärkt. Zum Gebrauch dieses Mittels entscheidet sich K. (7%) und zeigt dadurch meistens positive Emotionen wie Belustigung und Freude:

- (22) *Nikt za to nie pisze o tym, co powinni robić wiosną mężczyźni. Bo nikt nie musi. Oni sami wiedzą najlepiej, do czego służą pierwsze słoneczne dni. [...] Do kupienia czegoś **większego**. Obojętnie czego, byle tylko było **większe** od poprzedniego. **Większej** kanapy. Telewizora. **Większego** młotka i **większych** gwoździ. **Większego** smartfonu. **Większej** choinki zapachowej do samochodu. **Większej** budy dla psa [Niemand schreibt dagegen darüber, was Männer im Frühjahr tun sollten. Denn niemand muss das machen. Sie selbst wissen am besten, wozu die ersten sonnigen Tage dienen. [...] Um etwas **Größeres** zu kaufen. Egal was, aber es sollte nur **größer** als das vorherige sein. Eine **größere** Couch. Ein **größerer** Fernseher. Ein **größerer** Hammer und **größere** Nägel. Ein **größeres** Smartphone. Ein **größerer** Autoduftbaum. Eine **größere** Hundehütte'].*
- (23) *Wiem, że to nie moja sprawa. Wiem, że ludzie są różni, że może mają otwarty związek, że miłość ma różną intensywność, że może to dla nich normalne, że powinnam się odpierdolić. Ja się czuję z tym źle [Ich weiß, dass das nicht meine Sache ist. Ich weiß, dass Menschen unterschiedlich sind, dass sie vielleicht eine offene Beziehung haben, dass die Liebe in ihrer Intensität variiert, dass es vielleicht normal für sie ist, dass ich mich verpissen soll. Ich fühle mich einfach schlecht dabei'].*

Anders sieht es bei Konrad aus, in dessen Einträgen sowohl positive als auch negative Emotionen durch die Anwendung von Anaphern (in Verbindung mit Anadiplosen

wie in (25): [...] *tu się piję. Pije się* [...] und (26): [...] *poważnych rzeczach. Rzeczach* [...]) ausgedrückt werden:

- (24) *Ci, którzy uważają, że zmiana polega na szerowaniu na fejsbuku, lajkowaniu na fejsbuku, komentowaniu na fejsbuku i braniu udziału w wydarzeniach na fejsbuku* [„Diejenigen, die glauben, dass es bei der Veränderung nur darum geht, die Nachrichten **auf Facebook** zu teilen, **auf Facebook** zu liken, **auf Facebook** zu kommentieren und an Veranstaltungen **auf Facebook** teilzunehmen“].
- (25) *Jak, mam nadzieję, powszechnie wiadomo, tu jest Polska, tu się piję. Pije się z każdej okazji i absolutnie bez okazji, więc kiedy nadarza się okazja tak wyjątkowa, jak koniec roku, piję się jeszcze więcej. Ty też pij. Nawet jeśli na co dzień nie pijesz* [„Wie hoffentlich allgemein bekannt ist, ist hier Polen, hier **trinkt man**. **Man trinkt** bei jeder Gelegenheit und auch ohne irgendeinen Anlass, und wenn dann ein so besonderer Anlass wie das Jahresende kommt, **trinkt man** noch mehr. **Trinke** auch. Auch wenn du nicht täglich **trinkst**“].
- (26) *Mówię tu o naprawdę poważnych rzeczach. Rzeczach niepodważalnych i zasadniczych. Rzeczach, których może doświadczyć każdy, ale które naprawdę zajebiste stają się dopiero we dwoje* [„Ich spreche hier von wirklich ernstem **Dingen**. Von **Dingen**, die unbestreitbar und grundlegend sind. Von **Dingen**, die jeder erleben kann, die aber erst zu zweit richtig geil werden“].

Außer den oben genannten Mitteln treten in Weblogeinträgen auch weitere Stilfiguren auf:

– Periphrasen

- (27) *Nikt przecież tak jak sami mężczyźni nie potrafi wymyć i dopieścić ich ukochanej rzeczy, a tym bardziej inny mężczyzna. Nikt autku nie poświęci tyle czasu, co jego dumny właściciel* [„Niemand kann doch seine geliebte Sache so gut waschen und zu ihr so zärtlich sein wie die Männer selbst, geschweige denn ein anderer Mann. Keiner widmet einem Schlitten so viel Zeit wie sein stolzer Besitzer“].

– Steigerung

- (28) *Zastanawiam się, jak ja bym się czuła na jej miejscu. **Źle. Bardzo źle**. Byłoby mi **kurewsko przykro*** [„Ich überlege, wie ich mich an ihrer Stelle fühlen würde. **Schlecht. Sehr schlecht**. Es würde mir **verdammt leid tun**“].

– Exklamativsätze

- (29) [...] *bo kwiatowy totallook jest przecież taki świeży!* [...] weil der florale Totallook doch so frisch ist!“]
- (30) *Powinnyśmy [...] doczepić frędzle do skórzanej spódnicy sprzed dwóch sezonów (wiedziałaś, że się jeszcze przyda!)* [„Wir sollten [...] Fransen an einem Lederrock von vor zwei Saisons anbringen (du wusstest, dass das noch nützlich sein wird!)“].

– Vergleiche

- (31) *Kobiety widzą i pamiętają, ale gdzie tu wybiórczość? Gdzie sprzeczności? Ano tu, że te funkcje w określonych sytuacjach nie działają. Na przykład na parkingu. Jak GPS. Nie łączą się na parkingach ze swoją satelitą i tyle* [Frauen sehen und erinnern sich, aber wo ist hier die Selektivität? Wo sind die Widersprüche? Nun, dann, wenn diese Funktionen in bestimmten Situationen nicht zum Vorschein kommen. Zum Beispiel auf einem Parkplatz. Wie GPS. Sie verbinden sich nicht auf Parkplätzen mit ihrem Satelliten und das wär's].
- (32) *Z seksem jest trochę jak ze sportem. Im dłużej ćwiczysz z drużyną, tym lepiej Ci wychodzi* [Sex ist ein bisschen wie Sport. Je länger du mit einem Team übst, desto besser wirst du].

– Häufung

- (33) *Na imprezie, nieważne, czy w klubie, czy na domówce, czy na Marsie, na której nie ma jej, on bawi się aż za dobrze* [Auf einer Party, egal ob in einem Club oder auf einer Hausparty, oder auf dem Mars, da, wo sie nicht da ist, hat er zu viel Spaß].
- (34) *Wprawdzie najwięcej radości dają hejty, oferty matrymonialne i propozycje karmienia nas* [Haten, Kontaktanzeigen und Vorschläge, uns zu füttern, machen freilich am meisten Spaß].
- (35) *Bo niezawodna pamięć to ich druga charakterystyczna cecha gatunkowa. Pamięta to wszystko, co zauważyła. Pamięta wszystkie daty. Wasze rocznice, miesięcznice, pierwsze wspólne kubelki z KFC, urodziny całej swojej rodziny, urodziny całej twojej rodziny* [Denn ein zuverlässiges Gedächtnis ist ihr zweites Speziesmerkmal. Sie behält in Erinnerung alles, was sie bemerkt hat. Sie erinnert sich an alle Daten. Eure Jahrestage, eure monatlichen Jahrestage, eure ersten gemeinsamen KFC-Eimer, Geburtstage ihrer ganzen Familie, Geburtstage deiner ganzen Familie].

Selten anzutreffen sind Maximen (*No i, jak mawiał klasyk, „nie lubię wielkich słów. A nie używając wielkich słów nie da się tego nazwać”* [Und, wie der Klassiker zu sagen pflegte: „Ich mag keine großen Worte. Und ohne große Worte zu benutzen, kann man das nicht nennen“) und Ellipsen (*Wlewaj w siebie wszystko, co nawinie ci się pod rękę. Ktoś obcy daje ci alkohol? Bierz. Alkohol jest drogi. Narkotyki też. Odmawianie darmowych byłoby nierozsądne* [Gieße alles in dich hinein, was dir in die Hände kommt. Gibt dir ein Fremder Alkohol? Nimm. Alkohol ist teuer. Drogen auch. Es wäre unvernünftig, etwas Kostenloses abzulehnen]). Es ist jedoch besonders überraschend, dass Interjektionen (*Pfff, brrr*) nur selten in den Einträgen gebraucht werden. Da sie spontan und momentan gebildet werden, werden sie oft als Mittel beschrieben, die sich besonders gut zum Emotionsausdruck eignen.⁸ Obwohl Weblogs konzeptionell mündlich gestaltet sind, sind sie mit einem face-to-face-Gespräch nicht

⁸ Ausführlicher zum Einsatz von Interjektionen in Texten und ihrer expressiven Funktion siehe Schwarz-Friesel (2007: 154–161) und Ortner (2014: 224–229).

gleichzusetzen. Im Internet gibt es nicht viele Gelegenheiten, Emotionen so spontan wie in einem dialogischen Gespräch zu äußern.

Der nächste Aspekt, der überraschen kann, ist die Tatsache, dass K. nur wenige Euphemismen gebraucht. Den gängigen Stereotypen nach ist die Sprache des weiblichen Geschlechts sehr dezent und angemessen und die Anwendung von euphemistischen Formen gehört auch dazu (vgl. Lozo 2010: 44–45). Die Einträge von K. widerlegen diese vorherrschende Meinung, weil die Autorin nicht nur Euphemismen vermeidet, sondern auch viele umgangssprachliche Fügungen (*splawić; obczaiłeś tyłek Jolki; Jurek całował się z tą laską; dajcie sobie w ryj; No chyba że koniecznie chcesz mieć czym się zrzygać na czyjś kreację* [abwimmeln; du hast dir den Hintern von Jolka angeguckt; Jurek hat sich mit dieser Schnecke geküsst; eins auf Maul kriegen; Es sei denn, du willst mit etwas auf die Kreation einer anderen Person kotzen']) einsetzt.

5. Fazit

Aus der qualitativen Auswertung der ausgewählten Weblogeinträge ist zu schlussfolgern, dass Emotionen in den analysierten Texten einer Bloggerin und eines Bloggers mit ähnlicher Frequenz auftreten. Die Frau entschließt sich jedoch gewöhnlich zum Ausdruck von positiven Emotionen, beim Mann sind häufiger negative Emotionen zu verzeichnen. Darüber hinaus muss unterstrichen werden, dass die Emotionen enthellenden Äußerungen der Bloggerin einer Dynamik unterliegen. Anfangs drückt sie Freude aus und sogleich verwandelt sich diese Emotion in Ärger. Das ist ein Indiz dafür, dass sich ihre Emotionen schnell anders entfalten können und auch nicht stabil sein müssen. Beim Blogger ist die Dynamik nur schwach ausgeprägt, weil seine Emotionen manchmal schwer unterscheidbar sind; es können beispielsweise sowohl Belustigung als auch Zorn gleichzeitig auftreten.

Darüber hinaus lässt sich feststellen, dass die Bandbreite der eingesetzten Emotionsausdrucksmittel auf der textuellen Ebene besonders reich ist. In Einträgen beider Geschlechter finden rhetorische Fragen, Schimpfwörter und Anaphern Anwendung. Kennzeichnend für die Bloggerin ist allerdings die Anwendung der Emphase, die es ihr ermöglicht, ihre Emotionen zu verstärken. Für die Posts des Mannes sind Schimpfwörter, umgangssprachliche Fügungen und die Ironie charakteristisch. Überraschend ist es, dass beide Geschlechter fast keine Interjektionen einsetzen.

Die Analyse umfangreicherer Textkorpora von weiteren Weblog-Autorinnen und -Autoren könnte einen neuen Blick auf die Geschlechtersprache und auf die Expressivität von Frauen und Männern im polnischen Online-Diskurs schaffen. Eine solche Analyse würde offen legen, ob die Unterschiede zwischen den Mitteln bzw. den Sprachvarianten, die von Frauen und Männern in der Weblog-Kommunikation gebraucht werden, tatsächlich nicht so groß sind, wie die gesellschaftlich vermittelte und verbreitete Meinung es uns glauben lässt.

Literaturverzeichnis

- AYASS, Ruth. *Kommunikation und Geschlecht. Eine Einführung*. Stuttgart: W. Kohlhammer, 2008. Print.
- BUSSMANN, Hadumod (Hrsg.). *Lexikon der Sprachwissenschaft*. 2., völlig neu bearbeitete Auflage. Stuttgart: Kröner, 1990. Print.
- CZACHUR, Waldemar. „Politiker-Weblogs als eine neue Hyper-Textsorte in der öffentlich-politischen Kommunikation“. *tekst i dyskurs – text und diskurs* 1 (2008): 127–144. Print.
- EICHINGER, Ludwig M. „Emotionen zeigen – Ihre Darstellung im Text und ihre Präsenz im Stil“. *Emotionalität im Text*. Hrsg. Lenka Vaňkova. Tübingen: Narr, 2014, 35–54. Print.
- FISCH, Martin und Christoph GSCHIEDLE. „Onliner 2006: Zwischen Breitband und Web 2.0-Ausstattung und Nutzungsinnovation. Ergebnisse der ARD/ZDF-Online-Studien 1997 bis 2006“. *Media Perspektiven* 8 (2006): 431–440. Print.
- GUMKOWSKA, Anna, Maciej MARYL und Piotr TOCZYSKI. „Blog to... blog. Blogi oczyma blogerów. Raport z badania jakościowego zrealizowanego przez IBL PAN i Gazeta.pl“. *Tekst w sieci* 1. Hrsg. Danuta Ulicka. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2009, 285–309. Print.
- GÜNTHNER, Susanne, Dagmar HÜPPER und Constanze SPIESS (Hrsg.). *Genderlinguistik. Sprachliche Konstruktionen von Geschlechtsidentität*. Berlin, New York: Walter de Gruyter, 2012. Print.
- HOPE, Ewa. „Blogi jako platforma komunikowania na przykładzie blogów uczelnianych“. *Studia Ekonomiczne. Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach* 157 (2013): 22–33. Print.
- JAHR, Silke. *Emotionen und Emotionsstrukturen in Sachtexten. Ein interdisziplinärer Ansatz zur qualitativen und quantitativen Beschreibung der Emotionalität von Texten*. Berlin: Walter de Gruyter, 2000. Print.
- KLEMM, Michael. „Bloggen, Twittern, Posten und Co. Grundzüge einer ‚Social-Media-Rhetorik‘“. *Rhetorik. Ein internationales Handbuch. Band 36: Rhetorik im digitalen Zeitalter*. Hrsg. Wolfgang Neuber, Peter L. Oesterreich, Gert Ueding und Francesca Vidal. Berlin, Boston: Walter de Gruyter, 2017, 5–30. Print.
- KORTENDIEK, Beate, Birgit RIEGRAF und Katja SABISCH (Hrsg.). *Handbuch Interdisziplinäre Geschlechterforschung*. Wiesbaden: Springer, 2019. Print.
- KOTIN, Michail L. „Emotive Prädikationen aus der Sicht der Kerngrammatik“. *Linguistische Treffen in Wrocław* 17 (I) (2020): 141–149. Print.
- KOTTHOFF, Helga und Damaris NÜBLING. *Genderlinguistik. Eine Einführung in Sprache, Gespräch und Geschlecht*. Tübingen: Narr Francke Attempto, 2018. Print.
- LOZO, Ljubica. „Emotionspsychologie. Emotionen der Geschlechter: Ein fühlbarer Unterschied?“. *Handbuch. Psychologie und Geschlechterforschung*. Hrsg. Gisela Steins. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010, 43–54. Print.
- MALÁ, Jiřina. „Verbalisierung von Emotionen in Online-Artikeln. Eine Textanalyse anhand von Info-Texten aus SPIEGELONLINE.de und iDNES.cz“. *Emotionalität in deutschen und tschechischen Medientexten*. Hrsg. Lenka Vaňková u. a. Ostrava: Universitas Ostraviensis, 2012, 157–176. Print.
- MILLER, Dorota. *Emotionalität und Wertung im Diskurs. Eine kontrastive Analyse deutscher und polnischer Presstexte zum EU-Beitritt Polens*. (= Studien zur Text- und Diskursforschung, Bd. 9). Frankfurt am Main: Peter Lang, 2014. Print.
- MOSS, Christoph und Jill-Catrin HEURICH. *Weblogs und Sprache: Untersuchung von linguistischen Charakteristika in Blog-Texten*. Wiesbaden: Springer, 2015. Print.

- ORTNER, Heike. *Text und Emotion. Theorie, Methode und Anwendungsbeispiele emotionslinguistischer Textanalyse*. Tübingen: Narr, 2014. Print.
- PEŁDZISZ, Joanna. „Diskursive Blog-Interaktion: massenmediale oder interpersonale Diskursrealisation?“. *tekst i dyskurs – text und diskurs* 6 (2013): 203–217. Print.
- PEŁDZISZ, Joanna. *Profil des Online-Diskurses in Blog-Interaktionen an der Schnittstelle zwischen theoretischem Konzept und empirischem Modell*. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2017. Print.
- SANDIG, Barbara. *Sprachpragmatische Grundlagen der Stilbeschreibung*. Berlin, New York: Walter de Gruyter, 1978. Print.
- SANDIG, Barbara. „Ausdrucksmöglichkeiten des Bewertens. Ein Beschreibungsrahmen im Zusammenhang eines fiktionalen Textes“. *Deutsche Sprache* 7 (1979): 137–159. Print.
- SANDIG, Barbara. *Textstilistik des Deutschen*. Berlin, New York: Walter de Gruyter, 2006. Print.
- SANIEWSKA, Diana. „Emocjonalizm jako dominanta kompozycyjna tekstu blogowego: uwagi socjolingwistyczne“. *Białostockie Archiwum Językowe* 17 (2017): 193–207. Print.
- SAUER, Moritz. *Weblogs, Podcasting & Online-Journalismus*. Beijing u. a.: O’Reilly, 2007. Print.
- SCHIEWER, Gesine Lenore. *Studienbuch Emotionsforschung. Theorie – Anwendungsfelder – Perspektiven*. Darmstadt: WBG (= Wissenschaftliche Buchgesellschaft), 2014. Print.
- SCHLOBINSKI, Peter und Torsten SIEVER. „Deutsche Weblogs“. *Sprachliche und textuelle Merkmale in Weblogs. Ein internationales Projekt* (= NET.WORX 46). Hrsg. Peter Schlobinski und Torsten Siever. 2005. www.mediensprache.net/network/networkx-46.pdf. 23.4.2021.
- SCHMIDT, Jan. „Geschlechterunterschiede in der deutschsprachigen Blogosphäre“. *Web 2.0 – Eine empirische Bestandsaufnahme*. Hrsg. Paul Alpar und Steffen Blaschke. Göttingen: Vieweg+Teubner, 2008, 75–86. Print.
- SCHWARZ-FRIESEL, Monika. *Sprache und Emotion*. Tübingen, Basel: Francke, 2007. Print.
- SZCZEPANIAK, Jacek. *Sprachspiel Emotion. Zum medialen und semiotischen Status von Emotionen*. Bydgoszcz: Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, 2015. Print.
- VANĀKOVA, Lenka u. a. (Hrsg.). *Emotionalität in deutschen und tschechischen Medientexten*. Ostrava: Universitas Ostraviensis, 2012. Print.
- VANĀKOVA, Lenka. „Einleitend: Emotionalität im Text“. *Emotionalität im Text*. Hrsg. Lenka Vaňkova. Tübingen: Stauffenburg, 2014, 11–18. Print.
- <https://mdcb.pl/>, 30.3.2021.

ZITIERNACHWEIS:

- JAKOSZ, Mariusz. „Emotionsausdrucksmittel auf der textuellen Ebene in ausgewählten polnischen Weblogeinträgen“, *Linguistische Treffen in Wrocław* 20, 2021 (II): 89–105. DOI: <https://doi.org/10.23817/lingtreff.20-5>.