

E-ISSN 2619-9890

ALMAN DİLİ VE EDEBİYATI DERGİSİ

STUDIEN ZUR DEUTSCHEN SPRACHE UND LITERATUR

Number Heft 47 Year Jahr 2022



İSTANBUL
UNIVERSITY
PRESS



Indexing and Abstracting / Indexiert in

SCOPUS

Web of Science - Emerging Sources Citation Index (ESCI)

TÜBİTAK-ULAKBİM TR Dizin

EBSCO Communication Source

EBSCO Central & Eastern European Academic Source

MLA International Bibliography

MIAR

SOBIAD

DOAJ

ProQuest Central

ProQuest Turkey Database

ProQuest Social Sciences Database

ProQuest Social Sciences Premium Collection

Erih Plus



OWNER / INHABER

Prof. Hayati DEVELİ

Istanbul University, Faculty of Letters, Istanbul, Türkiye
Universität Istanbul, Philosophische Fakultät, Türkei

RESPONSIBLE MANAGER / REDAKTIONSLEITER

Assist. Prof. Barış KONUKMAN

Istanbul University, Faculty of Letters, Department of German Language and Literature, Istanbul, Türkiye
Universität Istanbul, Philosophische Fakultät, Abteilung für deutsche Sprache und Literatur, Türkei

CORRESPONDENCE ADDRESS / KONTAKTADRESSE

Istanbul University, Faculty of Letters,
Department of German Language and Literature
34134, Beyazıt, Istanbul, Türkiye
Phone / Telefon: +90 (212) 455 57 00 / 15909
E-mail: sdsl@istanbul.edu.tr
<http://sdsl.istanbul.edu.tr>

PUBLISHER / VERLAG

Istanbul University Press

Istanbul University Central Campus,
34452 Beyazıt, Fatih / Istanbul, Türkiye
Phone / Telefon: +90 (212) 440 00 00

Authors bear responsibility for the content of their published articles.
Die Autoren tragen die Verantwortung für den Inhalt ihrer veröffentlichten Artikel.

The publication languages of the journal are German, Turkish, and English.
Die Publikationssprachen der Zeitschrift sind Deutsch, Englisch und Türkisch.

This is a scholarly, international, peer-reviewed and open-access journal published biannually in June and December.
Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi-Studien zur deutschen Sprache und Literatur ist eine wissenschaftliche, internationale, begutachtete, Open-Access-Zeitschrift, die zweimal jährlich im Juni und Dezember veröffentlicht wird.



EDITORIAL MANAGEMENT BOARD / REDAKTIONSRAT

Editors-in-Chief / Chefredakteure

Assist. Prof. İrem ATASOY – Istanbul University, Faculty of Letters, Department of German Language and Literature, Istanbul, Türkiye
– irem.atasoy@istanbul.edu.tr

Assist. Prof. Barış KONUKMAN – Istanbul University, Faculty of Letters, Department of German Language and Literature, Istanbul, Türkiye
– konukman@istanbul.edu.tr

Editorial Management Board Members / Leitende Fachredakteure

Prof. Mahmut KARAKUŞ – Istanbul University, Faculty of Letters, Department of German Language and Literature, Istanbul, Türkiye
– mahkarakus@istanbul.edu.tr

Prof. Ersel KAYAOĞLU – Istanbul University, Faculty of Letters, Department of German Language and Literature, Istanbul, Türkiye
– kayaoglu@istanbul.edu.tr

Assoc. Prof. Canan ŞAVKAY – Istanbul University, Faculty of Letters, Department of English Language and Literature, Istanbul, Türkiye
– savkay@istanbul.edu.tr

Assoc. Prof. Leman GÜRLEK – Istanbul University, Faculty of Letters, Department of Spanish Language and Literature, Istanbul, Türkiye
– egurlek@istanbul.edu.tr

Assist. Prof. Şebnem SUNAR – Istanbul University, Faculty of Letters, Department of German Language and Literature, Istanbul, Türkiye
– sunars@istanbul.edu.tr

Assist. Prof. Barış KONUKMAN – Istanbul University, Faculty of Letters, Department of German Language and Literature, Istanbul, Türkiye
– konukman@istanbul.edu.tr

Assist. Prof. İrem ATASOY – Istanbul University, Faculty of Letters, Department of German Language and Literature, Istanbul, Türkiye
– irem.atasoy@istanbul.edu.tr

Language Editors / Sprachredakteure

Elizabeth Mary EARL – Istanbul University, Department of Foreign Languages, Istanbul, Türkiye – elizabeth.earl@istanbul.edu.tr

Alan James NEWSON – Istanbul University, Department of Foreign Languages, Istanbul, Türkiye – alan.newson@istanbul.edu.tr



EDITORIAL ADVISORY BOARD / REDAKTIONSBEIRAT

- Prof. Dr. Ali Osman ÖZTÜRK** – Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Alman Dili Eğitimi Anabilim Dalı, Konya, Türkiye
– aozturk@erbakan.edu.tr
- Prof. Dr. Antonie HORNUNG** – Università degli Studi di Modena, Dipartimento di Studi Linguistici e Culturali, Modena, İtalia
– antonie.hornung@unimore.it
- Prof. Dr. Dursun ZENGİN** – Ankara Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi, Alman Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı, Ankara, Türkiye – dzengin@ankara.edu.tr
- Prof. Dr. Gisella FERRARESI** – Türk-Alman Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu, Almanca Birimi, İstanbul, Türkiye
– gisella.ferraresi@tau.edu.tr
- Prof. Dr. Metin TOPRAK** – Kocaeli Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Alman Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı, Kocaeli, Türkiye
– mtoprak@kocaeli.edu.tr
- Prof. Dr. Michael HOFMANN** – Universität Paderborn, Institut für Germanistik und Vergleichende Literaturwissenschaft, Paderborn, Deutschland – mhofmann@mail.upb.de
- Prof. Dr. Necdet NEYDİM** – İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Almanca Mütercim Tercümanlık Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye
– neydim@istanbul.edu.tr
- Prof. Dr. Nergis PAMUKOĞLU-DAŞ** – Ege Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Alman Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı, İzmir, Türkiye
– nergis.pamukoglu.das@ege.edu.tr
- Prof. Dr. Nilüfer KURUYAZICI** – İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Alman Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye
– nkuruyaz@gmail.com
- Prof. Dr. Nilüfer TAPAN** – İstanbul Üniversitesi (Cerrahpaşa), Eğitim Fakültesi, Alman Dili Eğitimi Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye
– nilufertapan@gmail.com
- Assoc. Prof. Paola PARTENZA** – Università degli Studi G.D'Annunzio, Dipartimento di Lingue, Letterature e Culture Moderne, Pescara, İtalia – paola.partenza@unich.it
- Prof. Dr. Ortrud GUTJAHR** – Universität Hamburg, Fakultät für Geisteswissenschaften, Fachbereich Sprache, Literatur, Medien, Hamburg, Deutschland – ortrud.gutjahr@uni-hamburg.de
- Prof. Dr. Sevinç HATİPOĞLU** – İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi, Alman Dili Eğitimi Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye – shatip@iuc.edu.tr
- Prof. Dr. Şeyda OZİL** – İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Alman Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye – seydaozil@turk.net
- Prof. Dr. Valeria CHERNYAVSKAYA** – Peter the Great St. Petersburg State Polytechnical University, Institute of Humanities, Department of Applied Linguistics, St. Petersburg, Russia – tcherniavskaia@rambler.ru
- Prof. Dr. Yasemin BALCI** – Marmara Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Alman Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye
– yasemin@marmara.edu.tr
- Prof. Dr. Yüksel EKİNCİ-KOCKS** – FH Bielefeld University of Applied Sciences, Fachbereich Sozialwesen, Lehrgebiet Erziehung und Bildung im Kindesalter - Bildungsbereich Sprache, Bielefeld, Deutschland – yueksel.ekinci1@fh-bielefeld.de
- Prof. Dr. Zehra GÜLMÜŞ** – Anadolu Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Almanca Mütercim Tercümanlık Anabilim Dalı, Eskişehir, Türkiye
– zgulmus@anadolu.edu.tr
- Prof. Dr. Khrystyna DYAKIV** – Ivan Franko National University of Lviv, Department of Intercultural Communication and Translation, Lviv, Ukraine – khrystyna.dyakiv@gmail.com
- Dr. Karla LUPŞAN** – Universitatea de Vest din Timișoara, Facultatea de Litere, Istorie și Teologie, Departamentul de limbi și literaturi moderne, Colectivul de limba și literatura germană, Timișoara România – karla.lupsan@litere.uvt.ro
- Dr. Withold BONNER** – Tampereen Yliopisto/University of Tampere, School of Language Translation and Literary Studies, Tampere, Finland – withold.bonner@staff.uta.fi



CONTENTS / INHALT

Research Articles

- Self-Control, Rationality, Ethics, and Mutual Respect: A Dominican Poet Addresses His Audience and Calls Them to Reason. Ulrich Bonerius's *The Gemstone* (1350)
Albrecht CLASSEN 1
- Ästhetische Verfahren der adressatenorientierten Figurenkonzeption am Beispiel des jugendliterarischen Werks von Dita Zipfel *Wie der Wahnsinn mir die Welt erklärte*
Aesthetics of Addressee-Oriented Character Conception in Literature for Young Adults: *Wie der Wahnsinn mir die Welt erklärte* by Dita Zipfel
Ksenia KUZMİNYKH27
- Die Balkan Objektverdoppelung und ihre mögliche Entsprechung im Deutschen
The Balkan clitic doubling and its possible Equivalent in German
Teuta ABRASHI53
- Adoleszenz – Name – Internet: wie nennen sich deutschsprachige Mädchen im Netz?
Adolescence – Name – Internet: How Do German-Speaking Girls Name Themselves on the Web?
Viktoria KAZIABA, Tatiana BURKOVA81
- Kann das doch weg?* Zum Umgang mit der deutschen Abtönungspartikel *doch* beim Übersetzen literarischer Texte ins Albanische
Kann das doch weg? Dealing with the German Modal Particle *doch* in Albanian Literary Texts' Translation
Blertë ISMAJLI, Vjosa HAMITI 109
- Almanca ve Türkçe Dergi Reklamlarında Yabancı Dil Kullanımı Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme
Foreign Language Use in German and Turkish Magazine Advertisements: A Comparative Analysis
İrem ATASOY 135
- Büchner'den Koltès'e Karşı-Kahraman: *Woyzeck* ve *Roberto Zucco*'ya Karşılaştırmalı Bir Bakış
The Anti-Hero on Büchner to Koltès: A Comparative Look at *Woyzeck* and *Roberto Zucco*
Melike Saba AKIM 165
- Die Einführung von Gamification im DaF Unterricht an der Obafemi Awolowo Universität, Ile-Ife, Nigeria
The Introduction of Gamification in the Teaching of German as a Foreign Language at Obafemi Awolowo University, Ile-Ife, Nigeria
Olajumoke OYEDELE, Moses AYANKUNLE 189



Self-Control, Rationality, Ethics, and Mutual Respect: A Dominican Poet Addresses His Audience and Calls Them to Reason. Ulrich Bonerius's *The Gemstone* (1350)

Albrecht CLASSEN¹ 



¹Dr., University of Arizona, Department of German Studies, Tuscon, Arizona, USA

ORCID: A.C. 0000-0002-3878-319X

Corresponding author:

Albrecht CLASSEN,
University of Arizona, Department of German Studies, Tuscon, Arizona, USA
E-mail: aclassen@arizona.edu

Submitted: 21.12.2021

Accepted: 24.01.2022

Citation: Classen, A. (2022). Self-control, rationality, ethics, and mutual respect: a dominican poet addresses his audience and calls them to reason. Ulrich Bonerius's *The Gemstone* (1350). *Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi - Studien zur deutschen Sprache und Literatur*, 47, 1-25.
<https://doi.org/10.26650/sdsl2021-1039647>

ABSTRACT (ENGLISH)

Fable literature from Greek antiquity (Aesop) to today, from East and West, has proven to be of universal relevance and timeless meaning, even if modern generations seem to ignore increasingly that genre as something old-fashioned. Nevertheless, the timeless value of fables finds particularly powerful expression in the collection of fables, *Der Edelstein*, by the Dominican Swiss-German poet Ulrich Bonerius (ca. 1350). Whereas many historians have commonly tried to identify the Middle Ages as a world or culture all on its own, determined by an alien mentality, maybe even inaccessible for us in hermeneutic terms (Jauss), these fables allow us to comprehend fourteenth-century people and their concerns and ideas much more intimately than previously assumed because they commonly address universal issues people have always faced in their interaction with society. The article offers first a critical assessment of mostly erroneous assumptions about the Middle Ages and then illustrates the universal concerns shared by that past culture and us today by way of a close examination of a selection of fables by Bonerius. We discover here remarkable examples of ethical, moral, but especially rational concepts about good and respectable life. Little wonder that the *Edelstein* exerted such a long-term appeal far into the early sixteenth century, and that I was then rediscovered and greatly appreciated by late eighteenth-century scholars and writers. Bonerius offers many fables in which he formulates many observations and comments that reveal a rational universality in their content.

Keywords: Fables, Ulrich Bonerius, wisdom, rationality, relevance of the Middle Ages for us



Introduction

This paper brings into focus one of the most popular late medieval fable authors, Ulrich Bonerius, whose teachings about and messages concerning human shortcomings and failures, values and ideals prove to be of timeless relevance. While it is a common trend to regard the Middle Ages as an alien world far apart from us today in the twenty-first century, verse narratives such as Bonerius's *Der Edelstein* (ca. 1350) prove to be of timeless importance and relevance. Indeed, a critical examination of his fables will easily illustrate that fundamental issues in medieval times (vices and virtues) continue to be with us also in the present age, at least globally speaking.

Of course, the messages by this Swiss-German Dominican author are certainly embedded in their own medieval context and require, if we want to understand them critically as literary mirrors of his own time in cultural-historical terms, a bit of translation and interpretation. If we might ever have faced the question – who would not have been challenged in that by his/her students and administrators? – why we need to study medieval literature, we would be well advised to point to Bonerius's fables in their timeless value for people throughout the world. The present purpose is not to glorify this poet for his literary accomplishments, though *The Gemstone* certainly proves to be an extraordinary collection of fables highly esteemed at its time. Instead, the question is aimed at the fundamental issue of how we are to evaluate his texts as reflections of an emerging discourse on rationality and then especially wisdom, certainly being critical stepping stones from the late Middle Ages to our own modern age.

The Issue with the Past – Really?

At the risk of preaching to the converted, let me begin with some general anthropological and epistemological comments concerning the often erroneous approach to the past. Contrary to popular assumptions, the Middle Ages were not a world or a culture determined purely by fantasy, scholastic thinking, religious fear-mongering, stereotyping, prejudice, hatred, strong Christian faith radically repressing all minority groups, and the like. Such issues in human behavior can be found among peoples throughout history and all over the world. Many of the common notions concerning the flat-earth, the chastity belt, or the *lex prima noctis* have already been effectively dismissed as fake, or plainly wrong, having been the result of post-medieval perceptions driven by the desire to denigrate the past world and to paint the own as truly modern,

sophisticated, and sustained by rationality (Classen, *The Medieval Chastity Belt*, 2007); Harris and Grigsby, ed., 2010; Schleicher, 2014). There has been a tendency, however, by many people outside of academia to draw from medieval iconography, topoi, motifs, or themes to embellish their own rhetorical strategies, which thus intensifies, unfortunately, the misconception about the medieval era even further - a major hermeneutic fallacy (Marshall and Cusack, ed., 2017; Young, ed., 2015; Pagès and Kinane, 2015).

Of course, if we were to select a particularly negative lens and looked only at the negative sides, then medieval society – but how would we even identify this global notion considering the enormous diversity of the political, linguistic, economic, and also religious landscape – was certainly deeply intolerant and violently mistreated so-called pagans, heretics, minorities, women, and homosexuals (Smelyansky, ed., 2020); for the very opposite approach, (see Classen, ed., 2018; paperback, 2021). This has often led to the confused opinion that we are dealing with the so-called ‘dark ages,’ or a world ruled by barbarity, by an infantile mentality, and by a lack of rationality, in poignant contrast to our modern world as it had emerged since the age of Enlightenment (Kümper, 2010; Althoff, 2021, pp. 47-63). Possibly, if we consider the countless examples in medieval literature and art confirming the ‘actual’ existence of dragons, dwarfs, mythical creatures, giants, hybrid monsters, etc., all the result of a highly vivid imagination (Classen, ed., 2020), then this impression might be correct. But would we then be able to claim the opposite for our own world in which, let’s face it honestly, countless video games, movies, books, graphic novels, operas, card games, etc. are all predicated on fantasy, not to speak of ever-mushrooming conspiracy theories, fake news, and deliberately launched ideological propaganda? Much scholarship has already addressed these epistemological contradictions, but it is always valuable to remind ourselves of the subjectivity in the global evaluation of an entire age in its intellectual and cultural developments, which might be, all by itself, an impossibility in the first place (Arnold, 2021; orig. 2008).

However, we can certainly observe profound and constant changes within western medieval society, which allow us to distinguish in rough terms between the early, the high, and the late Middle Ages, which were then followed by the Renaissance, an equally problematic though hermeneutically valuable term. It would be unnecessary at this point to engage with the very old and intensive debate concerning those concepts of periodization. More interesting proves to be the realization that in the long twelfth and thirteenth centuries major innovations took place, initiated by an extensive translation effort both in Salerno near Naples and in Toledo, Spain, where some of the long-lost

ancient texts by Aristotle and Galen, among others, were finally translated from Arabic to Hebrew, and then into Latin, which ultimately made them available to some extent also in various vernaculars (Beer, ed., 2019; Milliaressi and Berner, ed., 2021).

Medieval European medicine experienced a profound innovation, having learned crucial lessons from their Arab neighbors and hence from the classical Greek sources (Schmitt, 2013). The twelfth and thirteenth centuries also witnessed, as we know only too well, the rise of the Gothic style, as triumphantly demonstrated by the many majestic cathedrals. Moreover, courtly culture developed strongly, primarily accompanied by courtly love poetry, romances, and verse narratives, new and elegant music, stained glass windows, a whole canopy of other art works, and much of that driven by the new focus on the courtly lady whom the poets wooed and glorified. Recent scholars have also underscored the new development of emotions, the sense of the individual, the emergence of closer family ties, the introduction of Roman Law, novel forms of spirituality, especially mysticism, mechanical arts, and new approaches to death (Jaeger, 1985; Constable, 1996; Fichtenau, 1998; orig. 1992; Dinzelbacher, 2010; Dinzelbacher, 2019). The thirteen and fourteenth centuries then witnessed tremendous technological and economic innovations and transformation, as perhaps best illustrated by the Cistercians and their intensive development of new methods in agriculture and manufacture (Becker and Burckhardt, ed., 2021). As recent research has also illustrated, the development of modern science, including astronomy, emerged already in the middle of the thirteenth century at the royal court of King Alfonso X of Spain and in Italy, as powerfully documented by Dante Alighieri with his far-reaching reception of Platonic ideas of the cosmos especially in his *Convivio* (ca. 1300), very parallel to the innovative approaches later pursued by the German astronomer Johannes Kepler (1571-1630) (Meurers, 1963; Fuchs 1975; Rimpau 2021). None of those developments would have been possible without a strong rationality in place as the driving force at many strata of society already since the late twelfth century, as propagated by the French philosopher Peter Abelard (d. 1142).

The Medieval Paradigm Shift

Altogether, to review our current state of the arts in intellectual history, we can be certain that cultural and social life changed considerably during that transformative period of the high to the late Middle Ages. Historians of medieval philosophy have discussed those aspects already for a long time, including the phenomenon of emerging

criticism of the king as a tyrant (John of Salisbury) and the question regarding the essence of God as recorded in the biblical text and the alleged correctness of the Scriptures (Peter Abelard, d. 1142). Globally speaking, then, inspired by new Aristotelian teachings, the world of late medieval European intellectual life witnessed profound transformations (Bosley and Tweedale, ed., 2006; Marenbon, 2007). The abstract notions as discussed at the various universities of Paris, Oxford, Bologna, or Salamanca soon found deep reflections if not practical applications also in more mundane texts, commonly identified as didactic narratives, such as the anonymous pseudo-Aristotelian *Secret of Secrets*, the works by Thomasin von Zirclaere, Hugo von Trimberg (Classen, "Thomasin von Zerclaere's *Der Wælsche Gast*," 2008), the *Gesta romanorum*, Thomas of Cantimpré, or the anonymous *Ovide moralisée* (Feros Ruys, ed., 2008).

In fact, despite numerous major differences between the high/late Middle Ages and us today, we can easily recognize, when studying specific narrative documents, striking parallels in terms of worldview, rationality, interhuman interaction, communication, desires, emotions, and the critical study of the human body. If we are bent on identifying the very opposite, e.g., irrationality, fanaticism, ignorance, mystifying the human body, we can certainly discover horrible scenarios as well. Peter Dinzelbacher, for instance, has focused on medieval alterity and has offered a more differentiating perspective, alerting us to the alien in medieval mentalities, leaving behind a rather misleading notion of an alien mentality of the Middle Ages (Dinzelbacher, 2020, pp. 21-22). Actually, our current world witnesses the same dialectics, with science moving forward at a dizzying pace, while increasingly growing groups of people voicing strong opposition and resorting to irrational superstitions and concepts of faith. Nevertheless, we have always to be sensitive to the selection criteria in our study of the past and need to be alert as to our modern interests and own experiences which filter our perspective in negative and positive terms.

Human failures in the social context, personal weaknesses, problems, and conflicts might have changed in appearance and intensity, but in essence they have, unfortunately, remained the same until today, which thus allows us to carry out fundamental investigations regarding communication problems in the past as model cases for us today (Classen, *Verzweiflung und Hoffnung*, 2002). For instance, and this quite ironically, despite many negative perspectives regarding the Catholic Church in the pre-Reformation era, the teachings of the Seven Deadly Sins have proven to be precise and correct, also in our modern times insofar as that list has indeed identified some of the worst problems in all of human existence (Langum, 2016; Newhauser, ed., 2007; Classen, "The Amazon

Rainforest," 2020). For instance, greed, envy, anger, sloth, etc. are very common problems in all of human relationships, past and present, and if we want to comprehend their properties and functions as vices, it proves to be productive to reflect on medieval narratives where those issues are negotiated, illustrated, criticized, and discussed about (Prinz, 2021).

Medieval Fable Literature

The purpose of this paper is not, however, to examine once again the foundation of all of Medieval Studies in their relevance for us today, as important as this issue always proves to be (Jones, Lostick, and Oschema, ed., 2020). Instead, I want to address the genre of the high and late medieval fable as it was best represented by the Anglo-Norman poet Marie de France, the thirteenth-century poet Der Stricker, and the Swiss-German Ulrich Bonerius (middle of the fourteenth century), a genre of universal significance, popular in East and West throughout times, having appealed to young and old in countless different cultures across the world (Rubin, 1993; Blackham, 1965; Dicke and Grubmüller, 1987). The latter, above all, will allow us to gain deeper insights into the everyday conversations as we can imagine them having taken place in late medieval urban center.

For pragmatic reasons, though, I will leave the fables by Marie aside (Marie de France, *Fables*, 1994) because the poet belonged to the royal Anglo-Norman family, as far as we can tell, and composed her texts primarily as an intellectual exercise and out of a desire to express herself in literary terms (Bloch, 2003, pp. 111-74). We notice considerable criticism against a slew of social ills in her work as well, but her collection addressed primarily a courtly audience and was an intellectual endeavor, addressing often rather extreme political concerns such as treason (no. 23), trust (no. 25), wickedness (no. 29), outward deception (no. 41), ignorance (no. 43), etc. Bonerius, on the other hand, created his fables in a rather simplistic style in order to appeal to the broader urban population and to reform them in many different ways. In his own words, the fable "enriches the minds of many people / and fills them with virtues and happiness. / A good fable comes along clothed in honor; / a good fable disciplines an uncouth man, / a good fable can tame women, / a good fable decorates young and old" (pp. 32-37). There are, of course, a good number of fables shared between her and Bonerius, among other medieval didactic authors, but there is, nevertheless, a clearly different impetus, purpose, and intention on his part, probably simply aiming at a lower register of his mostly urban audience.

After all, Bonerius, called Boner in the German context, was a fourteenth-century Dominican priest living and working in Bern, Switzerland, and hence was an experienced confessor who obviously knew enough about people's ordinary lives and their common shortcomings to employ in a very pragmatic sense the genre of the fable for his didactic purposes and literary reflections on everyday problems and conflicts. While it is obvious that he drew, just as his predecessor Marie, from the Aesopian tradition (via Avianus and Romulus; also known as Anonymous Neveleti; cf. Wright, 2001, pp. 107-44), he also included a number of narratives based on his own creativity and which are not fables in the narrow sense of the word. Moreover, we can focus primarily on Bonerius's final comments in his epimythia for the identification of this poet's opinions, which reveal maybe the biggest differences to the Anglo-Norman poet's narratives.

These fables prove to be extremely valuable for literary historians not only because they relate general teachings about morality, virtues, and vices, but because they also shed excellent light on a broad spectrum of ordinary situations which people in a late medieval urban setting would have experienced on a regular level. While Arnold Esch has perused especially penitentiary documents in the Vatican archives to discover reflections of "Lebenswelten" (Esch, 2014), the fables mirror, on a microscopic level, ordinary conditions people suffered from. Fables normally rely on animals as representatives of human attitudes, ideas, values, and concepts, and thus they convey a clear message as to norms, ideals, and critical conditions. Bonerius, as a Dominican priest, was undoubtedly very familiar with the common issues in human life, either through his personal observations or through listening to countless confessions given to him in the privacy of the church (Boner, ed. and trans. Stange, 2016; Boner, *The Fables of Ulrich Bonerius*, trans. Classen, 2020). In order to understand fully the genre of the fable, especially in the Middle Ages, and the enormous influence which Bonerius's narratives exerted on the fable tradition since the eighteenth century (such as on Gotthold Ephraim Lessing), could fill pages, and we could also discuss the continuation of fable writing since the late fifteenth and sixteenth centuries, when Bonerius's fame faded considerably. This, however, has to be the task of future research (for previous studies, see Grubmüller, 1977; Dithmar, 1997).

Ulrich Bonerius – A Fable Author in the Late Middle Ages

As to the background and literary-historical framework, I refer the reader to the comments by the German editor and translator, Manfred Stange, and to the introduction to the recent English translation. Here, I will primarily focus on the texts themselves and

examine some of them as to their relevance as literary mirrors of everyday situations in people's lives which a rather rationally thinking poet evaluates critically and through which he endeavors to provide global teaching to his audiences. As is to be expected with the genre of fables, and what we will observe particularly poignantly in the case of Bonerius's text, the emphasis rests on virtues, ethical thinking, morality, but also political values, that is, a broad discourse regarding the fundamental values serving as the glue holding human society together, both then as well as today (Bennett, 1993; Bejczy, 2011).

As Bonerius emphasizes in his prologue, "This little book is properly entitled /as *The Gemstone* because it contains / fables with a variety of wise statements about life, / and it produces also good spirits, / such as the thorn does to the rose" (64-68). Examining the fables proper, we can easily recognize a whole slew of fundamental issues which often are closely associated with the Seven Deadly Sins, but then also with many other basic human foibles and weaknesses: sloth (no. 2), slander (no. 3), unjust violence (no. 5), lack of loyalty and deception (no. 6), false witnesses (no. 7), evil company (no. 8), excessive greed (no. 9), thanklessness (no. 11), mockery (no. 14), and so forth.

There are exactly one hundred narratives, most of which fall into the category of the fable, but some of them are regular verse narratives without the inclusion of any speaking or acting animals (Classen, "Ulrich Bonerius - A Swiss-German Boccaccio?," 2021). Irrespective of that small difference in the genre, all texts composed by Bonerius address human issues, both on a political and on a private level. If we compared them with the fables as developed by Marie de France, who drew from virtually the same classical tradition, we would discover many significant parallels in motifs, themes, and subject matters (Classen. "Two Great Fable Authors from the Middle Ages," forthcoming). The genre lends itself exceedingly well for the treatment of the failures, problems, conflicts, and strife in human life.

Considering Bonerius's considerable popularity with his tales, we can focus on his work exclusively in order to pursue our goal to detect the role of rationality and reason as pursued already by medieval poets. I do not intend to level differences between the pre-modern world and us today, but there are undoubtedly throughout times fundamental concepts that have hardly ever changed in dramatic terms (Kahlos, Koskinen, and Palmén, ed., 2019). Virtue, law, ethics, duty, obligations, responsibilities, and honor have never lost their validity, whether people observe or accept them or not, especially since they are embedded in reason and rationality, and hence have always proven to be critically

important categories of all of human life. In fact, we might be well justified to trace the origin of modernity already in the high Middle Ages when the individual emerged, hence new rational thinking and life concepts developed (Koch and Nederman, ed., 2018; cf. also Fajardo-Acosta, 2010, 218-21). Andreas Hellerstedt points out, “habitus [as conceived of by Pierre Bourdieu and specified as virtue] is the nexus through which structures are perpetuated or change. It explains human action without reducing it to a simplistic maximization of interest, economic advantage” (Hellerstedt, 2018, 17). We can observe this strong emphasis on ethics in conjunction with reason also in virtually all of Bonerius’s fables and similar narratives where rather simplistic narrative plots easily open up to profound messages about fundamental issues of life. The large number of manuscript copies (thirty-six) and the existence of two incunabula containing Bonerius’s collection confirm that he had obviously managed to hit the nerve of his readers/listeners who must have regarded these fables as wake-up calls to change their lives and to pursue higher ideals in their ordinary existence.

Although the poet was a Dominican priest, he mostly refrained from religious teachings and addressed, instead, very ordinary, common situations and conditions in all kinds of social settings outside of the Church. Nevertheless, it would be erroneous to assume that his fables are completely void of spiritual values. As we will observe, the messages formulated by Bonerius are of a universal kind, easily understandable, applicable to all people throughout time, and hardly ever limited by something like typically medieval notions or values with which we today, for instance, might no longer be able to identify.

Metaphors Drawn from Nature for Ethical Instructions

By way of drawing from images, sceneries, animals, plants and trees, reptiles, and birds, the narrator succeeds in addressing issues that are, unfortunately, virtually innate in human existence, whether we call them vices, virtues, habits, attitudes, or behavior patterns. In “Of a Tree on a Mountain” (no. 4), for instance, we are informed of a fundamental pattern for all of human life which we have to embrace if we want to achieve our goals and gain the desired rewards. This tree, of which this narrative relates, carries the best possible fruit, yet no one can reach them unless they are willing “first to accept[] the bitterness / of the roots, which are truly bitter, / hard and sour, without any color” (pp. 12-14). Bonerius probably was inspired by the classical proverb, “Per aspera ad astra,” probably first coined by Seneca (d. 65 C.E.) in his *Hercules furens* (Tosi, 1991, S. 749-50), which urges the individual

to accept the challenges in life, as rough as they might be, not as hurdles, but as opportunities to reach for the highest possible goal. The poet does not refer to any specific religious teachings; instead, he emphasizes the high value of virtue (p. 24).

Bonerius might have had the lessons in mind which Boethius (d. ca. 524) had formulated in his *De consolatione philosophiae* when he warns those who think “that they can enjoy, without experiencing suffering, / worldly pleasures, praise, and esteem / throughout their lives” (pp. 32-34). But this poet is not so much concerned with highly esoteric and elusive concepts, as we find them formulated in the Roman philosopher’s famous tract. Instead, he identifies the sweet fruit generally as “knowledge and wisdom” (38), which cannot be achieved without having gone through suffering and sorrow (39). Revealing his essentially didactic interests, his motivations as a teacher particularly for the youth, Bonerius appeals to young people with this narrative, urging them to guard themselves against a wasteful youth during which they would not “strive for honor, knowledge, or virtues” (p. 44). Sloth and lack of motivation would prevent the individual to strive for the highest goal, to exercise him/herself with all force to struggle and to make his/her way through the roots of bitterness to the fruit of sweetness. Anyone who gives in to the seductive force of luxury, foolishness, and vanity (p. 49) would fail to pursue the desired path. When old age would have set in, regrets would be too late, and even shedding tears about the own irresponsibility and laziness in youth would not have any power to provide remedies.

The metaphor of the tree as a mirror of human life obviously intrigued Bonerius considerably since he resorted to it several times. In “Of a Fir Tree and a Thorn Bush” (no. 86), for instance, we hear of an exchange between both the tree and the bush, with the former displaying considerable arrogance over the humble neighbor below it. The tree prides itself with its outstanding beauty, as people have given much praise to it, whereas the bush is generally disregarded or even detested because of its thorns.

Hardly has their conversation ended, however, when a man arrives with an ax and cuts down the tree, which invites the bush to question all of the tree’s previous claims, emphasizing: “Your beauty has hurt you, / Your fame has put you into a checkmate” (pp. 29-30). This then allows the narrator to address the universal problem of self-conceit and pride, which eventually led the fir tree to its demise - a direct analogy to the same issues in human life. Bonerius addresses this poignantly, and voices thereby a timeless message: “No one should overly praise / one’s own body: it is filled with weaknesses / and makes

the person remain in misery" (pp. 35-37), certainly a direct allusion to the most authoritative and popular text ever produced in the high Middle Ages, the *De miseria condicione humane* by Lotario dei Segni, the later Pope Innocent III, from ca. 1200 (Lotario dei Segni, 1978; for the 1855 edition by Eduard Weber, see <https://archive.org/details/decontemptumund00achtgoog>).

Only ca. fifty years after Bonerius, Johannes von Tepl was to rely on it heavily for the development of the arguments presented by the allegorical figure of Death in his *The Plowman from Bohemia* (ca. 1400; cf. Classen, "Engagement with Death Through Literature," 2021). The verse: "While he is still living, he is already dead" (p. 38), could have been directly lifted from that famous treatise with its vehement condemnation of the physical part of all of human life. At the same time, we clearly notice resonances of Boethius's *De consolatione philosophiae* (ca. 524), which was perhaps even more famous and influential than Innocent's treatise. There, the philosopher had warned, through the allegorical figure of Philosophy, of trusting the viability and endurance of power and fame, as Bonerius also points out (p. 42), and of ignoring the contingency of all human existence: "the presence is inconstant" (46; Classen, "Boethius and No End in Sight," 2018; see also Marenbon, 2004; id., ed., *Boethius*, 2009).

In his epimythium, Bonerius urges his audience not to rely on physical strength or bodily beauty because "Whether you are strong, noble, or rich, / in face of death everyone is the same" (pp. 55-56). This was to become the major tenor in all of late medieval literature and art, particularly because the fallout of the Black Death, which did not simply come to an end in 1351 or so, but returned in repeated waves over the next two hundred years (Classen, ed. *Death in the Middle Ages and Early Modern Times*, 2016). But we can give Bonerius credit for his extraordinarily effective imagery with the cut-down fir tree and the thorn bush (holly?) because most people both then and today would face no difficulties associating this image with personal experiences, both in nature and in their private lives.

In his narrative "of an Oak Tree and a Reed" (no. 83), we encounter another attempt to reflect upon the essentials of human life by way of resorting to images drawn from nature. In this case, we hear about a mighty oak tree standing on the top of a mountain impressing everyone with its enormous strength. Yet, one day, a strong storm overcomes the oak, uproots it, and makes it tumble down the hill, ending up in a swamp where many reeds are growing. Once again, the poet projects a very ordinary situation in nature most of the people in his audience would have been able to grasp immediately.

The mighty one is suddenly facing his downfall; all of his strength did not help the oak tree to resist an even stronger force, which proves to be a mundane but intriguing message reflecting a certain political position which Bonerius certainly espoused. In a good number of his fables he expressed, actually quite similarly as Marie de France, explicit criticism of tyrannical rulers and thereby warned contemporary rulers about the instability of their position (nos. 15, 24, 25, 58; cf. Turchetti, 2013; Classen, "The People Rise Up," 2008; Albert and Becker, ed., 2020).

We would, however, over-interpret Bonerius if we claimed him as a political critic bent on changing the power structure prevalent at his time. His approach to the commonweal is determined by a much more individualistic perception, as this 'fable' also illustrates. The oak tree has been defeated, after a stronger force had robbed it of all of its strength. In its conversation with the reed, the oak expresses its confusion as to how this might have been possible, wondering out aloud about the reed's survival in face of that blistering storm, here called Aquilo, that is, Boreas (p. 14). The narrative gains its relevance precisely at this point because the reed provides the crucial teaching. It explains that it knew its own limits and understood that it would not have been able to resist that storm (pp. 30-31).

In other words, for the reed, there exists a hierarchy in strength, and the reed has to submit to all those forces greater than itself. Humbleness, critical self-assessment, submission under a power far mightier than itself, and its ability to bend down almost to the ground made it possible for the reed to survive the attack. Insofar as the oak tree had aggressively fought against the wind, disregarding its superiority, it had denied physical reality and was hence uprooted and thrown down the hill to its own death. The reed can precisely analyze the cause for the oak tree's downfall, which hence becomes applicable to life at large both in the world of war and in the world of urban existence: "Your strength and your pride were too great, / and, therefore, you have lost the fight. / If you had been able to bend down, / you would have remained standing as I do" (pp. 41-44).

Only if the individual recognizes the greater structure of all life, would s/he be able to come to terms with it in practical terms. No one is safe from external forces, and those who assume that they cannot be attacked by any enemy would be the first to face defeat, from outside or from inside. Bonerius then concludes, which proves to be a universal lesson certainly valid until today: "He who cannot give in sometimes, / does not seem to me to be a wise person" (pp. 49-50). In order to underscore the meaning of this message, the narrator resorts to two proverbs which bring the realization by the oak tree to a point,

such as: “the more strength you have, the worse the fall” (p. 54). Of course, Bonerius then abstains from explaining the lesson any further; he does not offer an interpretation of the symbolic meaning of the oak tree and the reed, but the narrative illustrates the essential point clearly enough. The mighty and rich in this world are not exempt from external dangers, and the more they puff themselves up with pride about their independence, extreme influence, and power, the more likely it would be for them to suffer a bad downfall, suddenly beaten by an unexpected force.

By the same token, the reed was capable of bending down; it understood that it would never have a chance against such a strong wind, and since the storm hit primarily the top of the mountain, the reed down in the swamp was basically safe and only had to accept and submit under the storm, letting it pass in order to be well and alive. The reed emphasizes to the oak tree: “I am small, weak, and supple, / and understand of myself / that I cannot resist / the one who is stronger than I am . . .” (pp. 28-31). The oak tree was blinded by its own strength and believed that it would be able to last forever, which became the critical cause of its own failure. In essence, from an ethical point of view, which Bonerius consistently tried to convey to his audience, the oak tree, and hence the mighty people here in this world, are lacking in humility and a critical understanding of their self, which tempts them to throw themselves into conflicts and wars, some of which threaten to destroy them, after all. The reed understood how to evaluate the chances of winning in face of a superior opponent, and since its only defense proves to be its ability to be extremely flexible, it succeeded in sustaining the onslaught by the storm.

For further confirmation of our observations, we can also turn to the fable “Of a fox and an eagle” (no. 16) where a tree matters once again, though not as centrally as in the previous cases. The subtitle of the fable clearly conveys the message of this tale: “On deception and smartness,” which indicates, once again, the overarching interest pursued by the poet for him it was of extreme importance to operate rationally and smartly in this world, instead of simply giving upon in the case of danger. What we can observe here is not the destruction of the arrogant tree, but the function of a tree for the powerful one, here the eagle with its young ones, as a kind of fortress, which it has to abandon at the end because of the fox’s intelligent handling of the problem.

The eagle had snatched all the young foxes as feed for its own young ones placed in a nest high up a tree. The female fox expresses greatest worry, reflecting basic maternal instincts and love for her children, which in itself serves here well as further evidence that

the modern notion of childhood being regarded as an irrelevant age for medieval people until the children had grown up would have to be dismissed as one further mythical notion (Classen, ed. *Childhood in the Middle Ages and the Renaissance*, 2005). The fox does everything in her power to rescue her little ones and demonstrates extraordinary skill and intelligence to achieve its goal. Since the eagle at first does not care about any pleadings, the fox finally assembles straw around the tree and sets fire to the trunk. The smoke eventually forces the eagle to abandon its prey, though it remains unclear how this is happening. But it is a fable, so we do not need to concern ourselves with such details. More importantly, as the narrator emphasizes, “Only the courageous one survives!” (p. 28), who then adds the significant lesson: “Intelligence is better than brute force” (p. 37), which I would like to quote in the original also because of its importance: “Wîsheit ist bezzer denne gewalt.” If people resort to violence without observing wisdom in the first place, they can count on running into “many struggles” (p. 40). But Bonerius does not argue as a pacifist, does not appeal to his audience to abstain from defending themselves with all their available strength if necessary. He only points out that “He who combines force with wisdom will succeed” (p. 41), which is then combined with the additional observation: “He who is happy to do something good will find a good solution” (p. 42).

We could thus place Bonerius into the category of those who defended just wars (in the tradition of St. Augustine et al.; cf. Russell, 1975), such as in the case of protecting oneself from external, hostile attacks, as we learned from the fox mother. She knew that there would not have been any way for her to climb the tree to rescue her little ones from the eagle’s nest, but she recognized quickly a smart strategy to overcome her opponent after all. This finds its expression in yet another apothegm of universal value: “Force without intelligence does not last long, / just like snow exposed to the heat of the sun” (pp. 43-45).

Intriguingly, all this carries also a political meaning for Bonerius and his urban or rural audience, depending on whom he might have targeted specifically. As he concludes, there have been often some cases in which a “low-class person hurts the high-ranking one” (p. 45), and if a peasant knows how to employ intelligence, he might be able to put even a king into checkmate (p. 46). Injustice, however, imposed on individuals by means of force would never achieve its goal (p. 47). By the same token, as Bonerius concludes at the end, “With the help of smartness, power will be overcome, / just as fire melts the ice” (pp. 48-49). None of that would allow us to recognize in this fable author a social revolutionary. He does not pursue a political agenda to undermine traditional feudal

society. We would not be able to call him a defender of democracy, certainly a very anachronistic concept within a medieval framework. However, the poet argued in favor of rational, intelligent operations in all aspects of human life; he warned those in power that the use of force would not create any right, and that no social rank would justify any type of force exerted against the people at large. In fact, we could identify this fable as a major forward-looking literary message calling for rationality and intelligence to be the leading factors in human life, whereas traditional authority or military power would not be able to hold on to their privileges.

We could not claim, of course, that Bonerius pursued radically innovative ideas. On the contrary, as we have already seen, he drew from an ancient literary tradition; and we can find strong parallels in the works by Marie de France and also the thirteenth-century Middle High German poet The Stricker (fl. ca. 1220-1240; Der Stricker, 1992; Classen, "The Stricker," 2021), apart from many other poets who composed fables in the Middle Ages (cf. his contemporary, Don Juan Manuel, with his *Conde Lucanor*, 1335; Burgoyne, 2018; for a convenient and extensive introduction, see https://en.wikipedia.org/wiki/Tales_of_Count_Lucanor). Nevertheless, through his selection of motifs and narrative objects or animals, and through his personal comments with which he concludes all of his tales, Bonerius reveals his great interest in addressing common problems in all of human interactions, which continue to trouble us until today.

When we consider the well-known fable "Of a Dog and a Thief" (no. 27), which was also developed by Marie de France (no. 20), we can clearly recognize Bonerius strategies to utilize the traditional motif and to expand it for deeper ethical and philosophical reflections. A dog refuses to accept the thief's bribe, insisting that it would be much better for him to protect his master's property than to take the gift since he would thus commit a form of treason (Marie). Bonerius, by contrast, has the dog elaborate extensively the 'economic' aspects, that is, weighing and balancing the food promised to it for the rest of its life in return for guard service versus the little extra food given to it by the thief (pp. 23-26).

This then provides the poet with the opportunity to examine the complex conditions of gift-giving, which has also been discussed by many sociologists such as famously by Marcel Mauss (Mauss, 1966 [orig. 1925]); and Lévy-Strauss, 1969 [orig. 1949]), and which has been an issue of greatest significance throughout the entire Middle Ages and far beyond, and so also until today. Gift-giving mirrors the social power structures, family

bonds, friendship, love relationships, and spiritual connections (Althoff, 1997, 215-28; Godelier, 1999; Davies, 2010; Grünbart, ed., 2011. Kjaer, 2019). In Bonerius's epimythium, we are warned about the hidden agendas associated with gifts which are given to a person with a secret intention (pp. 37-38). He does not advise to reject all gifts since they would regularly be of great profit for the receiver. However, he alerts his audience to consider "who offered it and why he gave it to you" (p. 41), as the example of the dog and the thief illustrated. Undoubtedly, the poet expressed great suspicion about gifts which could easily pursue no other purpose but the bribe the other side. The dog realized that the little gift of food would never be tantamount to all the food and protection it would receive from its master for the rest of its life in return for its loyal service.

The theme of gift-giving is resumed also in the narrative "Of an Individual Who was an Expert of the Black Books" (no. 94), and there as well we are quickly informed about the dubious nature of gifts, though here in a different context. A master of necromancy – perhaps an indirect allusion to Bonerius as a learned cleric – tests one of his friends and inquires with him whether he would remember him and grant him gifts if he were suddenly crowned as a king and would possess many riches. The friend assures him that he could certainly rely on him; he only would have to ask to receive any gift he might want from him: "You would be lord and master / of everything as God would advise me" (pp. 18-19).

However, the opposite then proves to be the case because when the necromancer magically creates the illusion that the friend is made into the king of Cyprus, the latter does not remember any of his previous promises and denies the request for a gift, and in fact proves to be harsh and lacking in gracefulness (pp. 40-44). The master then makes the illusion disappear again, which leaves his friend behind in a state of despair and frustration (p. 58). We might feel pity for this poor man who was elevated to such a high status at a moment's notice, and then lost it all again. Moreover, we could not even blame him fully for rejecting the master's request because he truly did not recognize him in his state of delusion.

The necromancer's purpose, however, in all of his operation, did not really aim at testing his friend's loyalty because he awakens him with the explicit intention of restoring their friendship (p. 53). We need to understand that the master/necromancer is simply a representative of the poet himself who intends to teach his friend, i.e., the audience, a fundamental lesson about the true nature of this world. First, "The world knows no

constancy" (p. 71). Second, once we have experienced joy, we have to accept suffering (p. 72), and third, wealth quickly disappears (p. 73). Fourth, fame within society proves to be a dangerous threat to one's own virtues: "It makes men women and men to fools" (p. 76). Finally, those who enjoy power and fame tend to forget about their friends and thus lose the most valuable social connections. This then leads to a brief discussion of the true value of friendship (Classen, ed. *Friendship in the Middle Ages and Early Modern Age*, 2010). Trust and loyalty are, according to Bonerius, the foundation of friendship, but the workings of the world tend to lead the individual astray who is seduced by power and fame. Altogether, the epimythium thus concludes with the curt but highly poignant observation: "Believe me, that's exactly the way how the world performs; / it gives high praise and pays badly" (pp. 88-89). We clearly perceive the Dominican priest speaking here, but the narrative itself proves to be deeply philosophical as well, mirroring in many ways the ancient teachings by Boethius and others.

Finally, when we turn to "Of a King and a Barber" (no. 100), the last narrative in *The Gemstone*, hence the ultimate keystone, so to speak, in Bonerius's architectural design, we gain deep insight into his musings about the relationship between the individual and death, which triggers deep thoughts about the meaning of human existence, and this through a medieval lens which amazingly fractures into a picture we can fully appreciate today as well. The subtitle indicates explicitly what the poet had in mind: "On considering the end," but this is not a morbid narrative aimed at rejecting the value of human life and give full credit to death as the master of all existence, as Death claims in Johannes von Tepl' *Der Ackermann aus Böhmen* (ca. 1400). (Kiening 1998; Classen, "Mental and Physical Health," 2014, pp. 1-154).

Surprisingly, the poet first projects the scenario of a market where merchants offer their wares, which might be considered a metaphor of this world, with all the giving and taking among people. Next, we hear of a well-educated and highly-ranked priest – again, maybe a stand-in for Bonerius himself – who also joins this market, but he offers only wisdom (p. 16). The news of this unusual offer reach the king's ear, and he is most eager to purchase some of the priest's 'wares,' although his servants have to pay a high price for them, which deeply irritates them (pp. 41-44). After all, the priest only writes down a few lines, admonishing the king to keep in mind "the end of your deeds and remember / what will happen with yourself in the future" (pp. 36-37). Although the servants regard this as a joke and feel that they have been fooled, the king happily accepts the words of wisdom and has them inscribed on the door to his private chamber.

Only then do we learn that there is a faction at the court that intends to carry out a coup d'état by having the king assassinated. For that purpose, they bribe the barber who is later called in to shave the king. However, in the very moment when the barber reads those words, he pales, begins to tremble, and loses his self-control (pp. 73-74). Alerted to a danger to his life, the king has him apprehended and beaten until he reveals the secret intentions he had pursued, which had deeply frightened him. We are not informed about the miserable barber's destiny, but the traitors at court have to flee, while the king survives due to the words by the philosopher inscribed on the door. As the narrator then concludes: "He who can consider the outcome / of his actions is a wise person. / He who wants to keep the end in mind, / will not regret earlier deeds" (pp. 89-93).

This text specifically targets all people who might think about committing a sin (pp. 95-96), and Bonerius admonishes his readers/listeners to keep in mind that the struggle through life is only temporary, whereas the end of human existence matters centrally: "A good end never causes harm" (p. 97). Finally, the poet resorts to the metaphor of the captain who guides his ship well and can thus steer it to safe waters (pp. 99-100). This message is then carried over to the epilogue in which Bonerius urges his audience always to pay close attention to the deeper meaning of each fable (pp. 5-9). The ultimate purpose of the literary enterprise thus consists of acquiring wisdom, a message which resonated, of course, throughout the entire Middle Ages, from St. Augustine and Boethius to Thomas Aquinas and Nicholas of Cusa (see, for instance, the contributions to English, ed., 1995; Classen, *Wisdom from the European Middle Ages*, 2022).

Conclusion

This now allows us to reassess the relevance and meaning of Bonerius's fables altogether. His *Edelstein* has consistently been received with considerable respect, and this not only in the fifteenth and sixteenth centuries – though his popularity then quickly dissipated due to the great competition by other fable authors – but also from the late eighteenth century onward. We can thus easily identify him as one of the most significant fourteenth-century Middle High German poets (Classen, "Zeitlose Lebenslehren aus dem Spätmittelalter," 2021).

Some of the reasons for this high respect rest in the poet's strategic approach to the genre of the fable, using it as a literary medium to illuminate situations, attitudes, ideas, forms of behavior, and social, political, spiritual, and economic conditions in everyday life

(Classen, "Einblicke in den Alltag des 14. Jahrhunderts"). He was not a philosopher in the narrow sense of the word, but he also refrained surprisingly from offering religious teachings or dogmatic lessons, whereas his main concern rested on offering pragmatic and especially ethical advice. In all of his texts, he emphasized that people ought to pursue a rational, reasonable, but also spiritual path informed by knowledge and especially wisdom. As he formulates it in his epilogue: "A thin peel covers it [the treasure of deep wisdom, 14], / and the kernel consists of great sweetness. / A small garden often yields / the fruit from which you will gain solace" (pp. 16-18).

Ironically, Bonerius also criticizes some of his colleagues who deliver highly sophisticated sermons and yet do not understand what they are really saying (pp. 25-26). His own account consists, as he admits himself, only of simple words (pp. 9-13), but he claims to have conveyed clear messages about fundamental concerns in human life. As in the case of many other collections of fables, the *Gemstone* contains a plethora of valuable gems about virtues and vices, about foolishness and smartness, and the poet never seems to hesitate to address the issues head-on irrespective of whom he might target on whatever social level. People should act with foresight (no. 23), they should look for their own inner freedom and guard themselves from political and economic subjugation (no. 25). Excessive fear (no. 29) and evil advice (no. 30) should be avoided, whereas reasonable confidence would be important to achieve one's goals (no. 32). Interestingly, Bonerius also shares with his audience advice about legal issues, such as forced oaths which would have no standing in a court (no. 35), and he peaks out against the use of cuss-words (no. 41). The well-known and timeless fable of the ant and the locus (no. 42) reminds the audience about the need to pursue rationality and foresight to be ready for problems in life, while "Of a Mouse and Its Children" (no. 43) warns about the danger resulting from hypocrites. And the equally popular "Of a Man and His Son and a Donkey" (no. 52) concludes with the universally valid admonishment: "However much a person does good deeds, / the world will not regard it more than half good. / With open eyes many people are blind / whose hearts are filled with so much poison / that, whatever they hear or see, / they say the worst about it" (pp. 95-100).

Indeed, wherever we turn in Bonerius's *Edelstein*, we come across pearls of wisdom, always sustained by the poet's pragmatic assessment of concrete situations, actions, and conversations among people or animals. Although here we deal with the work of a fourteenth-century poet, the modern reader can easily follow and appreciate Bonerius's statements, comments, and advice as applicable irrespective of their dating. Little wonder

that the rediscovery of his work in the late eighteenth century triggered such a philological hype since these fables apparently speak so much about human truth, both in the late Middle Ages and today.

In fact, once we have understood the poet's specific messages contained particularly at the end of each fable, we recognize in Bonerius a valid conversation partner who obviously had a deep grasp of people's moral and ethical shortcomings, irrational and foolish behavior, and the potentials of applying rational and ethically upright strategies and concepts to improve one's life. If we did not know that the *Edelstein* had been composed around 1350, we could be easily confused and regard it as a piece of modern didactic literature. This collection defies by all means any stereotypical notions which we might have about the high and late Middle Ages. Of course, this phenomenon has something to do with the very properties of the genre of fables which explains their timeless popularity especially for young readers. However, Bonerius's unique contribution consisted of his commentaries with which he filled the epimythium of each fable. There we can consistently recognize the clear message concerning a wide range of human issues both in the Middle Ages and today. Ultimately, neither vices nor virtues have experienced much of a historical transformation. A lie remains a lie, hypocrisy will always be identified as such, and slander or the quest for wisdom are certainly universal phenomena.

This is not to say at all that we could thus level all differences between the pre-modern world and us today. But the analysis of Bonerius's fables has illustrated that they contain so many universal insights that we today still can easily identify with most of their teachings. In fact, Bonerius's *Edelstein* represents, though composed almost seven hundred 700 years ago, a major hermeneutic bridge connecting both cultural periods. Not much seems to have changed in the human character ever since, irrespective of the Enlightenment and the impact of modernity. We have realized, however, above all, that certain late medieval literary sources such as fables prove to be significant documents revealing a high degree of concern with a rational coming to terms with this world and with the quest for wisdom also in pragmatic, ordinary terms. Bonerius does not pursue any particularly unique ideas or concepts characteristic for his time period only.

Epistemologically speaking, there are hardly any significant barriers between his worldview and our basic notion about human interaction, sociability, virtues, and vices. His fables commonly drive home basic points we could easily agree with irrespective of our cultural framework or mentality.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author has no conflict of interest to declare.

Grant Support: The author declared that this study has received no financial support.

References

- Albert, M., & Becker, U. (Eds.) (2020). *Die Figur des Herrschers in der Exempelliteratur – Transkulturelle Perspektiven. Studien zu Macht und Herrschaft*, 8. Göttingen: V&R unipress/Bonn University Press.
- Althoff, G. (1997). *Spielregeln der Politik im Mittelalter: Kommunikation in Frieden und Fehde*. Darmstadt: Primus Verlag.
- Althoff, G. (2011). "Finsteres Mittelalter? Zur Dekonstruktion eines Klischees." *Farbe im Mittelalter: Materialität – Medialität – Semantik. Akten des 13. Symposiums des Mediävistenverbandes vom 1. bis 5. März 2009 in Bamberg*, ed. Ingrid Bennewitz and Andrea Schindler. Berlin: Akademie Verlag, 47–63.
- Arnold, J. H. (2021) (orig. 2008). *What is Medieval History?*. 2nd ed., rev. and updated. What is History? Series. Cambridge: Polity Press.
- Becker, J., & Burckhardt J. (Eds.) (2021). *Kreative Impulse und Innovationsleistungen religiöser Gemeinschaften im mittelalterlichen. Klöster als Innovationslabore*. Studien und Texte 9. Regensburg: Verlag Schnell & Steiner.
- Beer, J. (Ed.) (2019). *A Companion to Medieval Translation*. Leeds: ARC Humanities Press.
- Bejczy, I. P. (2011). *The Cardinal Virtues in the Middle Ages: A Study in Moral Thought from the Fourth to the Fourteenth Century*. Brill's Studies in Intellectual History, 202. Leiden and Boston: Brill.
- Bennett, W. J. (Ed.) (1993). *The Book of Virtues: A Treasury of Great Moral Stories*. New York: Simon & Schuster.
- Blackham, H. J. (1965). *The Fable as Literature*. London and Dover, NH: Athlone Press.
- Bloch, R. H. (2003). *The Anonymous Marie de France*. Chicago and London: The University of Chicago.
- Boner, U. (2016). *Der Edelstein: Eine mittelalterliche Fabelsammlung*. Zweisprachige Ausgabe Mittelhochdeutsch – Neuhochdeutsch. Herausgegeben, übersetzt, mit Anmerkungen, farbigen Abbildungen, einem Nachwort, Literaturverzeichnis, Register und Fabel-Verzeichnis versehen von Manfred Stange. Oberstadt-Weiher, Heidelberg, and Neustadt a. d. W., and Basel: verlag regionalkultur.
- Boner, U. (2020). *The Fables of Ulrich Bonerius (ca. 1350): Masterwork of Late Medieval Didactic Literature*, trans. Albrecht Classen. Newcastle-upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Bosley, R. N., & Tweedale, M. M. (Eds.) (2006). *Basic Issues in Medieval Philosophy: Selected Readings Presenting the Interactive Discourses Among the Major Figures*. Peterborough, Ont.: Broadview Readings in Philosophy.
- Burgoyne, J. (2018). *Reading the Exemplum Right: Fixing the Meaning of El Conde Lucanor*. North Carolina Studies in the Romance Languages and Literatures, 289. Chapel Hill, NC: University of North Carolina at Chapel Hill Department of Romance Studies.
- Classen, A. (2002). *Verzweiflung und Hoffnung. Die Suche nach der kommunikativen Gemeinschaft in der deutschen Literatur des Mittelalters*. Beihefte zur Mediaevistik, 1 (Frankfurt a. M., Berlin, et al.: Peter Lang.

- Classen, A. (Ed.). (2005). *Childhood in the Middle Ages and the Renaissance: The Results of a Paradigm Shift in the History of Mentality*. Berlin and New York: Walter de Gruyter.
- Classen, A. (2007). *The Medieval Chastity Belt: A Myth-Making Process*. The New Middle Ages Houndmills, Basingstoke, Hampshire, England, and New York: Palgrave Macmillan.
- Classen, A. (2008). "Thomasin von Zerclaere's *Der Wælsche Gast* and Hugo von Trimberg's *Renner*. Two Middle High German Didacticians Focus on the Gender Relationship," *What Nature Does Not Teach: Didactic Literature in the Medieval and Early-Modern Periods*, ed. Juanita Ferros Ruys. *Disputatio*, 15. Turnhout: Brepols, 205–29.
- Classen, A. (2008). "The People Rise Up against the Tyrants in the Courtly World: John of Salisbury's *Policraticus*, the *Fables* by Marie de France and the Anonymous *Mai und Beafloer*," *Neohelicon* 35.1: 17–29.
- Classen, A. (2014). "Mental and Physical Health, Spirituality and Religion in the Middle Ages and Early Modern Age: Medieval Answers for Our Future? With Special Emphasis on Spiritual Healing Through Narratives of Mourning: Johannes of Tepl and Christine de Pizan," *Mental Health, Spirituality, and Religion in the Middle Ages and Early Modern Age*, ed. Albrecht Classen. *Fundamentals of Medieval and Early Modern Culture*, 15. Berlin and Boston: Walter de Gruyter, 1–154.
- Classen, A. (Ed.) (2016). *Death in the Middle Ages and Early Modern Times: The Material and Spiritual Conditions of the Culture of Death*. *Fundamentals of Medieval and Early Modern Culture*, 16. Berlin and Boston: Walter de Gruyter.
- Classen, A. (Ed.) (2018). *Toleration and Tolerance in Medieval and Early Modern European Literature*. *Routledge Studies in Medieval Literature and Culture*, 8 New York and London: Routledge.
- Classen, A. (2018). "Boethius and No End in Sight: The Impact of *De consolatione philosophiae* on Early Modern German Literature from the Fifteenth Through the Seventeenth Century: Andreas Gryphius and Johann Scheffler (Angelus Silesius)," *Daphnis* 46: 448–66; online at: doi 10.1163/18796583-04601010.
- Classen, A. (2020). "The Amazon Rainforest of Pre-Modern Literature: Ethics, Values, and Ideals from the Past for our Future. With a Focus on Aristotle and Heinrich Kaufringer," *Humanities Open Access* 9(1). 4, published on Dec. 24, 2019, online at: file:///C:/Users/aclassen/Downloads/humanities-09-00004.pdf.
- Classen, A. (Ed.) (2020). *Imagination and Fantasy in the Middle Ages and Early Modern Times: Projections, Dreams, Monsters, and Illusions*, ed. Albrecht Classen. *Fundamentals of Medieval and Early Modern Culture*, 24. Berlin and Boston: Walter de Gruyter.
- Classen, A. (2021). "Engagement with Death Through Literature: Johannes von Tepl's *Plowman* (ca. 1400) and Werner Bergengruen's *Death in Reval* (1941). Or: The Relevance of the Humanities, once again!," *Journal of Humanities, Arts and Social Science* 5.1: 125–36. DOI: 10.26855/jhass.
- Classen, Albrecht. (Forthcoming). "Zeitlose Lebenslehren aus dem Spätmittelalter: die Fabeln des Ulrich Bonerius, *Der Edelstein* (ca. 1350), ein literarisches Juwel aus der Vergangenheit für uns heute. Oder: Warum ist das Mittelalter relevant für uns heute: ethische, moralische und pragmatische Reflektionen," forthcoming in *Vergangenheit – Gegenwart – Zukunft. Mediävistische Perspektiven im 21. Jahrhundert: Festschrift Ingrid Bennewitz*, ed. Andrea Schindler.

- Classen, A. (Forthcoming). "Ulrich Bonerius – A Swiss-German Boccaccio? Fourteenth-Century Literary Synergies." *Neuphilologische Mitteilungen*.
- Classen, A. (Forthcoming). "The Stricker (first half of the 13th century): An Entertaining Moralistic and Didactic Poet." *Literary Encyclopedia*, online.
- Classen, A. (Forthcoming). "Einblicke in den Alltag des 14. Jahrhunderts. Die Fabeln des Ulrich Bonerius: *Der Edelstein*." *Études Germaniques*.
- Classen, A. (Forthcoming). "Two Great Fable Authors from the Middle Ages – Marie de France and Ulrich Bonerius. New Perspectives on the Reception of an Ancient Literary Genre." *Medievalia et Humanistica*.
- Constable, G. (1996). *The Reformation of the Twelfth Century*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Davies, W. (2010). *The Languages of Gift in the Early Middle Ages*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Der Stricker. (1992). *Erzählungen, Fabeln, Reden. Mittelhochdeutsch / Neuhochdeutsch*, ed., trans., and commentary by Otfried Ehrismann. Stuttgart: Philipp Reclam jun.
- Dicke, G. & Grubmüller, K. (1987). *Die Fabeln des Mittelalters und der frühen Neuzeit: ein Katalog der deutschen Versionen und ihrer lateinischen Entsprechungen*. Münstersche Mittelalter-Schriften, 60. Munich: Wilhelm Fink.
- Dinzelbacher, P. (2010). *Lebenswelten des Mittelalters 1000–1500*. Bachmanns Basiswissen, 1. Badenweiler: Wissenschaftlicher Verlag Bachmann.
- Dinzelbacher, P. (2019). *Structures and Origins of the Twelfth-Century Renaissance*. Monographien zur Geschichte des Mittelalters, 63. Stuttgart: Anton Hiersemann.
- Dinzelbacher, P. (2020). *Das fremde Mittelalter: Gottesurteil und Tierprozess*. 2nd extensively rev. ed. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 21–22.
- Dithmar, R. (1997) (orig. 1988). *Die Fabel: Geschichte, Struktur, Didaktik*. Uni-Taschenbücher, 73. Paderborn and Munich: Ferdinand Schöningh.
- English, E.D. (Ed.) (1995). *Reading and Wisdom: The De doctrina Christiana of Augustine in the Middle Ages*. Notre Dame Conferences in Medieval Studies, 6. Notre Dame, IN: Notre Dame University Press.
- Esch, A. (2014). *Die Lebenswelten des europäischen Spätmittelalters: Kleine Schicksale selbst erzählt in Schreiben an den Papst*. Munich: C. H. Beck.
- Fajardo-Acosta, F. (2010). *Courtly Seductions, Modern Subjections: Troubadour Literature and the Medieval Construction of the Modern World*. Medieval and Renaissance Texts and Studies, 376. Tempe, AZ: Arizona Center for Medieval and Renaissance Studies.
- Feros Ruys, J. (Ed.) (2008). *What Nature Does not Teach: Didactic Literature in the Medieval and Early-Modern Period*. Disputatio, 15. Turnhout: Brepols.
- Fichtenau, H. (1998) (orig. 1992). *Heretics and Scholars in the High Middle Ages 1000–1200*. Trans. Denise A. Kaiser. University Park, PA: The Pennsylvania State University Press.
- Godelier, M. (1999). *Das Rätsel der Gabe*. C.-H.-Beck-Kulturwissenschaft. Munich: C. H. Beck.

- Grubmüller, K. (1977). *Meister Esopus: Untersuchungen zur Geschichte und Funktion der Fabel im Mittelalter*. Münchener Texte und Untersuchungen zur deutschen Literatur des Mittelalters, 56. Zürich and Munich: Artemis.
- Grünbart, M. (Ed.) (2011). *Geschenke erhalten die Freundschaft: Gabentausch und Netzwerkpflege im europäischen Mittelalter. Akten des internationalen Kolloquiums Münster, 19. – 20. November 2009*. Byzantinistische Studien und Texte, 1. Berlin: LIT.
- Harris, S., & Bryon, L. G. (Ed.) (2010). *Misconceptions About the Middle Ages*. Routledge Studies in Medieval Religion and Culture, 7. New York and London: Routledge.
- Hellerstedt, A. (2018). "Introduction." Id., ed. *Virtue Ethics and Education from Late Antiquity to the Eighteenth Century*. Knowledge Communities. Amsterdam: Amsterdam University Press, 9–36.
- Jaeger, C. S. (1985). *The Origins of Courtliness: Civilizing Trends and the Formation of Courty Ideals 939–1210*. The Middle Ages Series. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.
- Jones, C., & Lostick, C., & Oschema, K. (2020). *Making the Medieval Relevant: How Medieval Studies Contribute to Improving Our Understanding of the Present*. Das Mittelalter. Perspektiven mediävistischer Forschung, 6. Berlin and Boston: Walter de Gruyter.
- Kahlos, M., Koskinen, H. J., & Palmén, R. (Ed.) (2019). *Recognition and Religion: Contemporary and Historical Perspectives*. Routledge New Critical Thinking in Religion, Theology and Biblical Studies. London and New York: Routledge.
- Kiening, C. (1998). *Schwierige Modernität: Der 'Ackermann' des Johannes von Tepl und die Ambiguität historischen Wandels*. Münchener Texte und Untersuchungen zur deutschen Literatur des Mittelalters, 113. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Kjaer, L. (2019). *The Medieval Gift and the Classical Tradition: Ideals and the Practice of Generosity in Medieval England, 1100–1300*. Cambridge Studies in Medieval Life and Thought. Fourth series, 114. Cambridge: Cambridge University Press.
- Koch, B., & Nederman, C.J. (Ed.) (2018). *Inventing Modernity in Medieval European Thought ca. 1100–ca. 1550*. Studies in Medieval and Early Modern Culture, 63. Kalamazoo, MI: Medieval Institute Publications.
- Kümper, H. (2010). "The Term 'Middle Ages,'" *Handbook of Medieval Studies: Term – Methods – Trends*, ed. Albrecht Classen. Vol. 2. Berlin and New York: Walter de Gruyter, 1310–19.
- Langum, V. (2016). *Medicine and the Seven Deadly Sins in Late Medieval Literature and Culture*. The New Middle Ages. New York: Palgrave Macmillan, 2016.
- Lévy-Strauss, C. (1969) (orig. 1949). *Elementary Structures of Kinship*, trans. H. Bell, J. R. von Sturmer, and ed. R. Needham. Social Theory. Alexandria, VA, and Boston: Alexander Street Press.
- Lotario dei Segni. (1978). *De Miseria Conditionis Humane: Book of the Misery of the Human Condition*, ed. Robert E. Lewis. The Chaucer Library. Athens, GA: University of Georgia Press, 1978.
- Marenbon, J., (Ed.) (2009). *The Cambridge Companion to Boethius*. Cambridge University Press.

- Marenbon, J. (2007). *Medieval Philosophy: An Historical and Philosophical Introduction*. Medieval Philosophy. London and New York: Routledge.
- Marenbon, J. (2004). *Boethius*. Oxford University Press.
- Marie de France. (1994). *Fables*, ed. and trans. Harriet Spiegel. Medieval Academy Reprints for Teaching. Toronto, Buffalo, and London: University of Toronto Press.
- Marshall, S. C., & Cusack, C. M. (Ed.) (2017). *The Medieval Presence in the Modernist Aesthetic: Unattended Moments*. Leiden and Boston: Brill.
- Mauss, M. (1966) (orig. 1925). *The Gift*, trans. Ian Cunnison. London: Cohen & West; online available at: <https://archive.org/details/giftformsfunctio00maus/page/n9/mode/2up>.
- Milliaressi, T., & Berner, C. (Ed.) (2021). *Traduire les sciences humaines*. Translatio. Série Problématiques de traduction, 8. Paris: Classiques Garnier.
- Newhauser, R. (Ed.) (2007). *The Seven Deadly Sins: From Communities to Individuals*. Studies in Medieval and Reformation Traditions, 123. Leiden and Boston: Brill.
- Pagès, M., & Kinane, K. (Ed.) (2015). *The Middle Ages on Television: Critical Essays*. Jefferson, NC: McFarland.
- Prinz, K. (2021). *Helden und Verbrecher: Herausforderungen der wert- und normbezogenen Erzähltextanalyse*. Allgemeine Literaturwissenschaft – Wuppertaler Schriften, 23. Berlin: Erich Schmidt.
- Rubin, D. L., & Sells, A. L. (1993). "Fable," *The New Princeton Encyclopedia of Poetry and Poetics*, ed. Alex Preminger and T. V. F. Brogan. Princeton, NJ: Princeton University Press, 400–01.
- Russel, F. H. (1975). *The Just War in the Middle Ages*. Studies in Medieval Life and Thought: Third Series, 8. Cambridge: Cambridge University Press.
- Schleicher, F. (2014). *Cosmographia Christiana: Kosmologie und Geographie im frühen Christentum*. Paderborn: Ferdinand Schöningh.
- Schmitt, Wolfram. 2013. *Medizinische Lebenskunst: Gesundheitslehre und Gesundheitsregiment im Mittelalter*. Medizingeschichte, 5. Berlin: LIT Verlag.
- Smelyansky, E. (Ed.) (2020). *The Intolerant Middle Ages: A Reader*. Readings in Medieval Civilizations and Cultures, XXIII (Toronto, Buffalo, and London: University of Toronto Press.
- Tosi, R. (1991). *Dizionario delle sentenze latine e greche*. Milan: Rizzoli.
- Turchetti, M. (2013). *Tyrannie et tyrannicide de l'Antiquité à nos jours*. Bibliothèque de la Renaissance, 11. Paris: Classiques Garnier.
- Wright, A. E. (2001). 'Hie lert uns der meister': *Latin Commentary and the German Fable 1350–1500*. Medieval and Renaissance Texts and Studies, 218. Tempe, AZ: Arizona Center for Medieval and Renaissance Studies.
- Young, H. (Ed.) (2015). *The Middle Ages in Popular Culture: Medievalism and Genre*. Cambria Studies in Classicism, Orientalism, and Medievalism. Amherst, NY: Cambria Press.



Ästhetische Verfahren der adressatenorientierten Figurenkonzeption am Beispiel des jugendliterarischen Werks von Dita Zipfel *Wie der Wahnsinn mir die Welt erklärte*

Aesthetics of Addressee-Oriented Character Conception in Literature for Young Adults: *Wie der Wahnsinn mir die Welt erklärte* by Dita Zipfel

Ksenia KUZMİNYKH¹ 



¹Dr., Georg-August-Universität Seminar für Slavische Philologie Humboldtallee 19 Göttingen, Deutschland

ORCID: K.K. 0000-0003-0744-4010

Corresponding author:

Ksenia KUZMİNYKH,
Georg-August-Universität Seminar für Slavische Philologie Humboldtallee 19 37073 Göttingen, Deutschland
E-mail: ksenia.kuzmynykh@uni-goettingen.de

Submitted: 12.08.2021

Accepted: 07.02.2022

Citation: Kuzmynykh, K. (2022). Ästhetische verfahren der adressatenorientierten figurenkonzeption am Beispiel des jugendliterarischen werks von Dita Zipfel *Wie der Wahnsinn mir die Welt erklärte*. *Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi - Studien zur deutschen Sprache und Literatur*, 47, 27-52. <https://doi.org/10.26650/sdsl2021-982077>

ABSTRACT (DEUTSCH)

Im Zentrum des Diskussionsbeitrags steht die literaturwissenschaftliche Analyse des jugendliterarischen Werks von Dita Zipfel *Wie der Wahnsinn mir die Welt erklärte*. Es bewegt sich im Spannungsverhältnis zwischen struktureller Einfachheit und Komplexität, zwischen diegetischer Unzuverlässigkeit und ästhetischer Mehrdeutigkeit sowie mehrfacher Adressatenorientierung. Es werden philosophische Hintergründe und ihre Rolle für die Entwicklung und Strukturierung der Handlung fokussiert. Ein besonderes Augenmerk wird auf intertextuelle Allusionen gelegt. Darüber hinaus beschäftigt sich der Beitrag mit der Analyse des komplexen Themas Emotionen der Figuren. Dabei ist davon auszugehen, dass Emotionen als intersubjektive, kulturell und sprachlich kodierte Textphänomene wissenschaftlich fundiert auf diversen Ebenen erforschbar sind. Die Manifestationsformen, die Genese, die Entstehungssituationen und Entwicklungsverläufe gestalten sich sowohl als eine Thematisierung als auch als eine Präsentation bzw. Inszenierung im Erzähldiskurs. Sie können implizit oder explizit erfolgen. Einen weiteren Schwerpunkt erfahren mentale Ereignisse der Figuren. Hierbei handelt es sich um einen besonderen Typus der Handlung, um die Veränderung des Bewusstseinszustands der Figuren. Es wird gezeigt, mit welchen Strukturen auf der Ebene des *discours* das Bewusstsein und Emotionen der Figuren dargestellt und welche Umschläge der Bewusstseinsaktivität auf der Ebene *histoire* erzählt werden sowie welche Rolle dabei die bedeutungsgebenden narrativen Instanzen Erzähler und Figuren tragen. Einen letzten Schwerpunkt des Beitrags bilden die Theorien des Komischen und ihre Ausdifferenzierung im jugendliterarischen Werk.

Schlüsselwörter: Philosophische Dimension, Emotionen, mentale Ereignisse, Theorien des Komischen, Jugendliteratur

ABSTRACT (ENGLISH)

At the centre of this article lies Dita Zipfel's psychological, character oriented novel for young adults *Wie der Wahnsinn mir die Welt erklärte*. It focuses on philosophical



backgrounds, structural complexity, diegetic unreliability, aesthetic ambiguity, and multiple addressee orientation. Special attention is paid to intertextual allusions and philosophical pre-texts. Using theories from cognitive psychology, the article examines the special status of figures as mental models. Furthermore, it deals with the analysis of the complex topic of emotions of the main characters. Emotions are intersubjective, culturally, and linguistically coded text phenomena. The forms of manifestation and the genesis of emotions take the form of both thematization and presentation in narrative discourse. They can be implicit or explicit. Another concentration is on the mental events of the characters. Mental events are a special type of action, a change in the state of consciousness of narrated individuals. This study seeks to delineate criteria and conditions for mental events and emotions and develops techniques for depicting the consciousness and emotions of narrated figures. These cultural coded phenomena in the minds of narrated individuals are essential features of narrated works for adults. The article investigates how changes in consciousness are depicted in works for children and young adults. A final emphasis of the study is on the theories of the comic differentiation in Zipfel's psychological novel for young adults and their artistic and cultural significance.

Keywords: Philosophical dimension, emotions, mental events, theories of the comic, literature for young adults

EXTENDED ABSTRACT

Lucie Schmurrer and Herr Klinge are extravagant characters in Dita Zipfel's psychological, character oriented novel for young adults *Wie der Wahnsinn mir die Welt erklärte*. They are agents performing actions in the story. The young girl and the old man could not be more opposite. Nevertheless, they become best friends. They are central in the narrative, and they motivate the reader to read on. Furthermore, children and young adults read fiction because they are interested in human nature and human relationships as revealed through fictive characters. Nevertheless, characters and characterization are such obvious parts of fiction that they are very seldom discussed in critical works or in textbooks on children's literature.

The focus of this article is the analysis of the addressee-oriented conception of the characters as well as the components belonging to the conception of characters. One of the most profound problems in dealing with literary characters is their ontological status. The two extremes are the mimetic and the semiotic approaches. Mimesis means imitation, so from this approach literary characters imitate real people. The reader can ascribe them a background and psychological features that may not have any support in the text. With a semiotic approach, characters are merely signifiers: they do not have to be coherent and believable; they do not have to behave logically. Both formalist and structuralist characters are role figures in the plot. For Aristoteles characters are subordinate to the plot, and their function in literary work is merely to perform actions. He distinguishes between agent (prattion) and psychological figure / personality (ethos), maintaining that agents are indispensable in a literary work, while psychological

characters are optional. The only psychological traits allowed are noble or base. No other human features are essential for the plot. His theory has been used as the underlying principle for traditional children's fiction in which characters' actions are more important than their psychological features. All structural models describe characters in relation to plot and only superficially as to how they relate to each other. They do not allow a deeper analysis of the character's traits and still less any 'inner world'. Such models can be successfully applied to plot-oriented children's stories. The functional or actantial models are less adequate to describe the characters in psychological and character oriented novels with ethical dimension.

Using theories from the cognitive sciences, the article examines the special status of figures as mental models. Characters as mental models present complexity inherent in human beings in real life and they show psychological development. The conception of characters as a mental model includes complex components like emotions and changes in the minds of narrated individuals. Emotions are intersubjective, culturally, and linguistically coded text phenomena. The forms of manifestation, the genesis of emotions, and the courses of development take the form of both thematization and presentation in narrative discourse. They can be implicit or explicit. This study seeks to delineate criteria and conditions for mental events and emotions and develops a typology of techniques for depicting the consciousness and emotions of narrated figures. These cultural coded phenomena in the minds of narrated individuals are an essential feature of narrated works for adults. The article investigates how changes in consciousness are depicted in works for children and young adults. The emphasis is placed on intertextual allusions to international character-oriented novels for children and young adults (Carroll, Lindgren, Freytag, McManus, Rowling, Sabitova etc.), philosophical pre-texts (Platon, Aristoteles, Heraclid, Hegel, Jean Paul, Nietzsche, Pierce, Foucault, Wittgenstein, Heidegger, Russel, Kripke, Douglas) and psychoanalytical theories (Freud, Jung) and their role in the development and structuring of the plot. The philosophical dimension shapes the intellectual climate of Zipfel's psychological, character oriented novel for young adults and contributes to the aesthetic conception of the characters.

A final focus of the study is on theories of the comic (Bachtin, Horn, Jurzik, Boreev), their differentiation in Zipfel's psychological novel for young adults, and their artistic and cultural significance.

1. Einleitung: Hypothesen und Forschungsfragen

Lucie Schmurrer und Herr Klinge – die zwei Hauptfiguren Figuren in Dita Zipfels Werk *Wie der Wahnsinn mir die Welt erklärte* (2020) können gegensätzlicher nicht sein. Das betrifft alle denkbaren Aspekte: Alter, Aussehen, Lebensphilosophie, mentale und emotionale Verfassung, Ziele, Wohnsituation, Verhaltensmuster usw. Dennoch werden sie beste Freunde. Die Figurenkonstellation zwischen alt und jung ist seit der Entstehung der Kinder- und Jugendliteratur ein beliebtes Narrativ. Es stellt sich jedoch die Frage nach der Besonderheit der adressatenorientierten Figurenkonzeption sowie nach den zu dem mentalen Modell ‚Figur‘ gehörenden Komponenten. Der Fokus dieses Aufsatzes wird auf diverse Mechanismen und Darstellungsformen der mentalen und emotionalen Veränderungen von Figuren gerichtet. Diese werden aus vergleichender Perspektive untersucht. Es wird gezeigt, mit welchen Strukturen bzw. Techniken auf der Ebene des ‚discours‘ das Bewusstsein und die Emotionen der Figuren dargestellt und welche Umschläge der Bewusstseinsaktivität auf der Ebene ‚histoire‘ erzählt werden sowie welche Rolle dabei die bedeutungsgebenden narrativen Instanzen Erzähler und Figuren einnehmen.

Ein besonderer Wert wird bei der Analyse auf die intertextuellen Allusionen gelegt, die eine äußerst wirksame Strategie darstellen, Veränderungen in der inneren Welt der Figuren anzuzeigen. Darüber hinaus wird die philosophische Dimension, die das intellektuelle Klima des Werkes prägt und die zur ästhetischen Figurenkonzeption beiträgt, offengelegt. Die Theorien des Komischen in ihren differenzierten Ausprägungen erhalten eine besondere Akzentuierung.

2. Theoretisches Fundament: Figuren, Emotionen, mentale Ereignisse

Im Anschluss an die kognitionswissenschaftliche Narratologie wird in diesem Beitrag unter Figur ein mentales Modell eines Menschen oder einer im Äußeren menschenähnlichen und im Inneren den jeweiligen kulturellen Konzeptionen von typischen menschlichen mentalen Zuständen konforme Gestalt in der Diegese verstanden (Jannidis, 2004, S. 204). Das mentale Modell wird vom Leser inkremental im Fortgang des Textes entweder während der Rezeption als eine „online“ Inferenz oder am Ende eines abgeschlossenen Inferenzprozesses als eine „offline“ Inferenz aufgebaut (Kintsch, 1998). Hierfür kombiniert der Leser Informationen aus dem *discours* mit seinem Weltwissen inklusive alltagspsychologischer Erklärungsmuster. Für die Konzeption der Figur als einer mentalen Repräsentation sind folgende Aspekte ausschlaggebend:

Figureninformationen, Figurencharakterisierung, Motivierung und empathische Beziehung des Lesers zu der Figur.

Figureninformationen werden einer Figur zugeschrieben und werden im ‚discours‘ zu figurenbezogenen Tatsachen (Jannidis, 2004, S. 241). Figureninformationen umfassen vier skalare Dimensionen: Zuverlässigkeit, Relevanz, Modus der Bindung, Offensichtlichkeit.

Die Figurencharakterisierung kann direkt und indirekt erfolgen. Für die indirekte Charakterisierung sind drei Formen des einschlägigen Wissens zu unterscheiden: Figurenmodelle, figurale Schemata und situative Schemata (Margolin, 2010). Figurenmodelle sind ausgebildete mentale Modelle von Personen oder Figuren. Bei figuralen Schemata handelt es sich um figuren- oder personenbezogene Regelmäßigkeitsannahmen, die historisch oder kulturell variieren. Sie spielen eine entscheidende Rolle bei der Bildung von Inferenzen. Die im Text vorausgesetzten oder formulierten figuralen Schemata oder Figurenmodelle ergeben zusammen eine „textinterne Anthropologie“ (Titzmann, 1993, S. 184). Allerdings sollte die Systematik dieser Wissensblöcke nicht unterschätzt werden. Die Motivierung kann kausal, final und kompositorisch sein (Martinez/Scheffel, 2020). Dieser Aspekt tangiert die Funktion der Figur für die Handlung.

Für die im Text angelegte Beziehung des empirischen Lesers zur Figur ist die, im kognitionspsychologischen Diskurs aufgestellte, konsensfähige Annahme ausschlaggebend, dass Menschen Gefühle und „fremde Erfahrungswelten“ (Plé, 2003, S. 227) nachvollziehen und sich „in die Sinnbezüge des Anderen“ (Leskovec, 2011, S. 87) einarbeiten können, d. h. empathisch auf andere Personen reagieren (Nikolajeva, 2005). Dieser Nachvollzug ist kein kognitiver, sondern ein emotionaler Prozess (Jannidis, 2004, S. 231). Für die Evokation der Empathie sind unterschiedliche Mechanismen und Signale von Bedeutung, nämlich Ausdruck, Situation, Wertung und Größe. Der Ausdruck bezieht sich auf die gestische und mimetische Darstellung sowie auf die Expressivität der Sprache, zu der alle Formen des sprachlichen Ausdrucks gehören, die symptomhaft alle Formen emotionaler Zustände kommunizieren (Jannidis, 2004, S. 234). Die sinnlich wahrnehmbare Situation wird durch die Mittel der internen Fokalisierung auf eine Figur bezogen. Auch mentale Prozesse, Gedanken und Emotionen erhellen die Situation.

Die Wertung bezieht sich auf die Wert- und Normsysteme und beleuchtet ethisch-moralische Implikationen. Die Größe rekurriert auf die von Aristoteles vorgeschlagene Trichotomie und beschreibt die Relation zwischen der Figur und dem Leser. Er unterteilt Figuren in drei Klassen: Solche, die besser als der Leser sind, solche, die ihm gleichrangig sind, und solche, die schlechter sind.

Den Figuren als mentalen Modellen können emotionale und mentale Zustände attestiert werden. Der Begriff Emotion lässt sich unter unterschiedlichen Perspektiven bestimmen. Im Rahmen dieses Beitrags wird in Anlehnung an Simone Winko Emotion als ein mentales Phänomen aufgefasst, das emergente Eigenschaften des physischen Gesamtsystems darstellt, auf einer physiologischen Grundlage beruht und soziokulturell etabliert und sprachlich kodiert ist (Winko, 2003, S. 109). Emotionen haben einen Auslöser und richten sich auf ein Objekt. Sie zeichnen sich durch eine temporäre Beschränkung und variierende Intensität aus. Einige Emotionen sind elementarer als andere. Die sprachlichen Möglichkeiten, Emotionen zu gestalten, lassen sich nach ihrer Präsenz an der Textoberfläche differenzieren. Die explizite Thematisierung von Emotionen erfolgt mittels deskriptiver Emotionswörter sowie mittels konventionalisierter Formeln. Die Indizierung von Emotionen wird mittels des gesamten Spektrums der stilistischen Mittel meistens implizit verwirklicht. Dem Kontext kommt dabei eine disambiguierende Bedeutung zu. Diese Mittel werden darüber hinaus verwendet, um die expliziten Emotionen zu verstärken, zu kommentieren, zu korrigieren oder ihnen zu widersprechen. Ferner dienen sie als Ausdruck individuell nuancierter emotionaler Erfahrung. Emotionen lassen sich nach einem hermeneutischen Verfahren typologisieren (Winko, 2003, S. 144). Es können unterschiedliche Typen der impliziten Emotionsdarstellung differenziert werden: Katachresen, originelle Metaphern und Situationen, Variationen des emotionalen Ausdrucksverhaltens sowie des emotionstypischen, kulturell etablierten Erfahrungsbereichs und schließlich Naturbeschreibungen, Jahreszeitentopoi und chronobiologische Zyklusdarstellungen.

In der Diegese können Emotionen auf der Ebene der ‚*histoire*‘ dominante Elemente der Handlung bilden. Sie können Aktionen von Figuren fundieren, auslösen oder auch verhindern. Darüber hinaus können Emotionen die Schilderung einer Situation, einer Landschaft und eine bestimmte gegenständliche oder Figurenkonstellation motivieren und prägen.

Unter mentalen Ereignissen sind Zustandsveränderungen im Bewusstsein der Figuren aufzufassen, die Kriterien der Faktizität und Resultativität erfüllen (Schmid, 2019). Sie

können entweder explizit, markiert oder kaschiert, als Gegenstand der Darstellung, angezeigt werden, oder implizit, als ein zu rekonstruierender Motivierungsfaktor, indiziert werden. Dieser begründet das verbale, mentale sowie das faktische Handeln der Figuren. Die Formen der Bewusstseinsdarstellung umfassen den mimetischen Figurentext (direkte Rede), den narratorialen bzw. diegetischen Text (indirekte Rede) sowie die erlebte Rede. Diese Kategorien bilden ein Fundament für die literaturwissenschaftliche Analyse.

3. Ästhetik der Figurenkonzeption

„Bah! Ein Mädchen!“ (Zipfel, 2020, S. 5) – diese Aussage interpretiert die autodiegetische Erzählerin Lucie Schmurrer als einen Affront. Die kurze Anfangsszene, die in einem unmittelbaren dramatischen Modus gestaltet ist, entwickelt sich zu einem Disput und charakterisiert die Figuren Lucies und Herrn Klinges indirekt. Lucies innere Welt lässt sich zunächst nur erahnen, bis im Fortgang der Narration Introspektion, innere Monologe, *„stream of consciousness“* und im unmittelbaren dramatischen Modus gestaltete Konflikte folgen (Zipfel, 2020, S. 133, 173, 183). Ihre Figur hat ein gesundes Selbstwertgefühl und zeichnet sich durch Zielstrebigkeit, Souveränität und Toleranz aus. Sie setzt sich gegen die Diskriminierung ihrer Person und anderer hilfsbedürftiger Menschen der narrativen Welt resolut zur Wehr und beweist Mut und Stärke. Es geht Lucie nicht um die naive Übernahme fremder Perspektiven, sondern um eine emotionale Annäherung und Erarbeitung der Sinnbezüge Anderer, auch in solchen Situationen, in denen es um Phänomene geht, die das Verstehen in Frage stellen. Hierzu gehören Phänomene wie Wahnsinn und Tod. Lucies Beharrlichkeit ist kausal motiviert. Sie avanciert – wie ihre literarischen Vorgängerinnen – zu einer mythischen und archetypischen Gestalt, der in ihrer Übermenschlichkeit zutiefst humanistische Eigenschaften inhärent sind. Die Empathie für die zwölfjährige Außenseiterin wird situationsvermittelt hervorgerufen. Wie diese weltbekannten Figuren ist sie äußerlich nicht schön.

Es wäre jedoch falsch anzunehmen, dass Lucie ein trotziger Wildfang oder ein freches Mädchen sei, dessen rebellische Züge während ihrer Sozialisation und Enkulturation abgeschliffen werden müssen. Dies würde allusiv das langlebige literarische Gestaltungsprinzip der traditionellen Mädchenbuchserien in Erinnerung rufen (Rhoden, 1888, Ury, 1920, Trott, 1949). Es findet keine weibliche Modellierung statt, wie diese von Ilse Trotskopf, Nesthäkchen oder Pucki erfahren wurde. Am Ende wartet auf Lucie trotzdem ein glücklicher Ausgang, der zwar nicht eine Heirat bereithält, dafür aber einen loyalen Freund Leon und die Erfüllung des gesetzten Ziels. Diese geht mit der Freiheit und mit dem in Gang

gesetzten Ablösungsprozess von der Mutter, von ihrem neuen Lebensgefährten und dem geliebten Bruder, mit dem die Figur Lucies eine fast symbiotische Verbindung zeit ihrer Kindheit pflegte, einher. Die Sehnsucht nach dem ‚Märchenprinzen‘ wird zwar fortgeschrieben und facettenreich an der Figur der Mutter demonstriert, aber sie erfährt eine ironisierende Modifikation. Einerseits erweist sich die Suche nicht als eine Dominante im Leben der emanzipierten Tochter, andererseits wird der Fokus auf die Gleichstellung der jüngeren männlichen und weiblichen Figuren gelegt. Die Parität von Lucie und Leo wird durch gemeinsame Interessen, intellektuelle Entwicklung und Bildung sowie durch Gedanken und Überzeugungen der Jugendlichen markiert. Die Similarität wird sogar in den Namen der Figuren – Luchs – Leo – expliziert (Zipfel, 2020, S. 193).

Das in den 1970er-Jahren von der autonomen Frauenbewegung geforderte veränderte Geschlechtsverständnis wird auktorial affirmiert (Zipfel, 2020, S. 199). Die Modifikation des Frauenbildes lässt sich in den Figuren Lucie, ihrer Mutter, ihrer ehemaligen Lebensabschnittsgefährtin Bernhardine Jakupak sowie in der Figur des neuen Freundes der Mutter Michaels wiederfinden. Solche eher negativ konnotierten Eigenschaften wie Passivität, Furcht, Schwäche, die in der Sozialisationstheorie Frauen attestiert werden (Haverkamp, 2011), werden bei der Konzeption der weiblichen Figuren bewusst unterlassen. Die positiven femininen Merkmale wie Empathie und Fürsorge werden dagegen stärker herausgearbeitet und akzentuiert. Einen vermeintlichen Kontrast dazu bildet die Figur Michaels, die figural von der autodiegetischen Erzählerin Lucie perspektiviert wird. Vor dem Hintergrund von Lucies subversiver Eifersucht sowie ihrer unstillbaren Sehnsucht nach der ehemaligen Lebensgefährtin der Mutter erfolgt die Darstellung der Figur Michaels nicht zuverlässig und hyperbolisch. Dies spiegelt sich in der Visualisierung wider. Eine Zeit lang fungiert die Ablehnung gegenüber Michael als das einzig verbliebene Verbindungsglied in der Schwester-Bruder-Beziehung. Beide distanzieren sich sukzessive voneinander (Zipfel, 2020, S. 54, 70, 79, 87, 170, 182). Die Ikonografie der Figur eröffnet einen weiteren Deutungsraum: Michael mit einem Apfel als Verführer (Zipfel, 2020, S. 32, 72, 116), der eine kontrafraktale Allusion an die biblische Szene versinnbildlicht und kataphorisch die Schwangerschaft von Lucies Mutter vorwegnimmt (Zipfel, 2020, S. 173).

Die Figur Lucie ist mit parallel empfundenen und miteinander widerstreitenden Gefühlen konstruiert: Sie spürt ein elementares, tiefes kindliches Bedürfnis, geliebt und beschützt zu werden (Zipfel, 2020, S. 147). Daraus resultiert ihre eifersüchtige Bemühung um ihre Mutter. Die Informationsvergabe erfolgt inkongruent. Die offensichtliche

Inakzeptanz des neuen, aus Lucies Sicht skurrilen und unpassenden Freundes der Mutter ist nur für Lucie, für ihren Bruder und für die Leser offensichtlich (Zipfel, 2020, S. 53). Weder die Figur der Mutter noch ihr Freund haben Einblick in die innere Welt der Figur. Lucie beginnt jedoch, in Opposition zu anderen emanzipierten und daher als böse geltenden Mädchenfiguren (Möhrmann, 2012), keine Rebellion. Es kommt zu keiner Eskalation in der primären Wirklichkeit der Diegese. Lucie entscheidet sich für einen anderen Weg, der ihre Reife und zugleich ihre tiefe Menschenkenntnis sowie ihre ausgeprägte Mentalisierungsfähigkeit indiziert (Zipfel, 2020, S. 10, 13, 41, 49, 60, 79, 81, 82, 92, 105, 106, 116, 117, 154). Diese Eigenschaften korrelieren mit dem kindlichen Streben nach Individuation, nach Selbstbestimmung und nach der Befreiung aus dem Korsett der bevormundenden Subordination. Die Ambiguität kindlicher Gefühle findet in der Figur Lucie ihren vielseitigen Ausdruck. Darüber hinaus wird diese Ambiguität aus dem geschützten Raum der Familie auf die Gesellschaft übertragen. Lucie ist in der Schule eine verfemte Außenseiterin. Ihr Selbstbewusstsein und ihre mentale Autarkie sind Derivate aus dieser sozialen Position. Sie ist aber auch als eine Superheldin mit geringer Vulnerabilität auf der Suche nach Anerkennung in der Gruppe der gleichaltrigen Personen der narrativen Welt konstruiert. Dadurch wird die Ambivalenz der Figur aktualisiert.

Die situationsvermittelte Empathie für die Figur des pubertierenden Mädchens wird mittels der Episode im Supermarkt aufrechterhalten (Zipfel, 2020, S. 49). Lucie wird vor ein moralisches Dilemma gestellt. Die Verbalinjurien und das Hohngelächter, die ihrem älteren Arbeitgeber Herrn Klinge gelten, berühren sie zutiefst, so dass sie couragiert handelt und dem alten Mann zu Hilfe eilt. Sie durchschaut die Konsequenzen ihrer Handlung, nämlich ihre erneute metaphorische Ächtung. Lucies Emotionen werden sowohl thematisiert als auch indiziert. Ihre Tat offenbart ihre Sensibilität und ihre ausgeprägte Fähigkeit zur Perspektivenübernahme. Diese Informationen können zuverlässig mit der Figur Lucie verknüpft werden. Noch stärker als die Ablehnung ihrer eigenen Person tangiert sie der Schmerz, der zunächst dem schutzlosen alten Herrn und anschließend ihrem Bruder Jannis seitens der mobbenden Schulgemeinschaft zugefügt wird (Zipfel, 2020, S. 152).

Bei der Konzeption von Jannis Figur liegt eine Unterdeterminierung vor, die bereits mit der Wahl seines Namens signalisiert wird. Dieser ruft allusiv den römischen, doppelgesichtigen Gott Janus in den Sinn. So ist auch Jannis ambivalent konzipiert – er begeistert sich für Meerjungfrauen (Zipfel, 2020, S. 87), ist zeichnerisch begabt und interessiert sich wie Billy Elliot für Ballett (Burgess, 2001). Diese Hobbys indizieren seine

Nonkonformität, die seitens der Peer Group als Anlass für diskreditierende Schikanen genutzt wird, und die er, im Gegensatz zu seinem englischen Vorgänger, nicht verteidigt. Ganz im Gegenteil: Der Pubertierende sucht sie zu verbergen, schämt sich für die sexuelle Orientierung seiner Mutter und klagt sie dafür an (Zipfel, 2020, S. 169). Im Gegensatz zu seiner Schwester, die den rettenden Halm von der onomastisch bärenstarken Bernhardine aufgreift, ist er stärker auf Anerkennung angewiesen. Die Figur Bernhardine Jakupak verwendet für die Beschreibung der Schule die Metapher des Zoos (Zipfel, 2020, S. 77), in der wegen jeder Kleinigkeit die gemeinen, von der eigenen Hybris geblendeten, Schülerinnen und Schüler in ihrem Streben nach Macht (Nietzsche, 1996, Adler, 1994) den anderen, weniger arrivierten Kindern und Jugendlichen das Leben unerträglich machen. An dieser Stelle lässt sich eine subtil formulierte Überlebensstrategie und eine Parallele zur deutschen und internationalen Mobbingliteratur erkennen (Freytag, 2020, Höfler, 2015, 2018, McManus 2017, 2020, Asher, 2013, Želesnikov, 2017, Šolochova, 2020, Micheeva, 2012, Gabathuler, 2012).

Die Figur Lucie überschreitet die Grenzen der realistischen Mädchenkindheit nicht, wie das bspw. Pippi Langstrumpf und Alice tun. Der Grad an Unsinn und an absurden Ideen, die eine allerdings erwachsene Person der narrativen Welt an Lucie heranträgt, ist groß: Die Figur des alten Herrn Klinge transzendiert die Immanenz. Indem er sich gegen die sozialen Konventionen in seinen fantastisch anmutenden Aktionen widersetzt, ruft er allusiv die Figur des alten Herrn aus Peter Bichsels Kurzgeschichte *Der Tisch ist ein Tisch* in Erinnerung (Bichsel, 2010). Geht es Bichsel wie zuvor Boccaccio (1964) um die Referenz auf die epistemologische Krise, setzt sich die Figur des überstarken Herrn Klinge gegen die routinierte Fantasielosigkeit und gegen das explizite Befolgen der inkorporierten Instruktionen des linguistischen Sozialverhaltens ein (Zipfel, 2020, S. 16, 20, 36, 38, 62–64). Er wehrt sich gegen den Konventionalismus und die Arbitrarität der sprachlichen Zeichen und somit grundsätzlich gegen das nominalistische Sprachbild (Zipfel, 2020, S. 24, 35). Mit dieser Einstellung weist er eine Similarität zu Heraklit auf, der Sitte und Brauch zu Dämonen des Menschen erklärte (Heraclitus, 2007) und erfindet sein eigenes Sprachspiel (Wittgenstein, 1977).

In seinem avancierten Sprachgebrauch tendiert er zum naturalistischen Sprachbild, wie es Philosophen von Heraklit bis Heidegger konzipiert haben. Der Querulant gebraucht seine neu erfundenen Ad-hoc-Bildungen (Zipfel, 2020, S. 36, 52) jedoch in einem Sinnzusammenhang (Wittgenstein, 1977). Er ist wie Carrolls Humpty Dumpty (Carroll, 2005) oder Lindgrens Karlsson (Lindgren, 2000), die sich von einem intentionalen

Fehlschluss leiten lassen. Es geht ihnen bei der Frage nach der Bedeutung von lexikalischen Einheiten um Macht – „The question is“, said Humpty Dumpty, „which is to be master — that’s all.“ (Carroll, 2005, S. 152)/ „Es fragt sich nur“ – sagte Goggelmoggel, „wer der Stärkere ist, weiter nichts“ (Carroll, 2020, S. 88). Allerdings verkennen diese Figuren, die sich als selbstverständliche Benennungs- und Bedeutungsexperten stilisieren, den sozialen Charakter der Sprache sowie die Tatsache, dass sie sich durch ihre Okkasionalismen aus einer etablierten Gesellschaft ausschließen. Durch die Individualisierung der Sprache werden neue kognitive Räume eröffnet, in denen das radikale Fremde erfahrbar wird. Mit Hilfe von genannten literarischen Verfahren versucht der Text die Fremdheit kommunizierbar und damit erfahrbar zu machen. Radikale Fremdheit ist Zipfels Text als Erfahrung des Ich-Verlusts eingeschrieben. Der Text inszeniert diese Zerstörung des Subjekts, indem er den sprachlichen Zerfall der Figur nachvollzieht.

Der soziale Ausschluss von Herrn Klinge erfolgt nicht nur aufgrund seines Sprachgebrauchs, sondern wegen des Ur-Chaos, der seine Figur umgibt. Dabei wird auf die von Douglas formulierte Vorstellung – „Dirt is matter out of place“ – Bezug genommen (Douglas, 1966, S. 44). Die Unordnung wird, wie bei Lindgrens Pippi, auf die Spitze getrieben (Zipfel, 2020, S. 7, 17, 19).

Herr Klinge weigert sich, Lucie bei ihrem Namen zu nennen. Dieser Akt wird von beiden Figuren aus unterschiedlichen Perspektiven gedeutet: Seitens Klinge lässt sich die Ablehnung der tradierten Kürzel- (Russel, 1905) und Ur-Theorien (Kripke, 1980) und der durch diese Theorien angeordneten, linguistischen Konventionalität aufspüren (Zipfel, 2020, S. 24, 34, 45). Lucie interpretiert seine Weigerung und ihre kontinuierliche Beschreibung als „Mädchen“ im Rahmen der feministischen Kritik (Zipfel, 2020, S. 20). Die Macht der individuellen Namensgebung transzendiert die triviale Entscheidung für einen praktischen Namen mit leicht benutzbarem phonetischem Ausdruck. Der Prozess der Namenswahl spiegelt den Kampf zwischen Patriarchat und Matriarchat wider. Es geht schließlich darum, dem kindlichen Wesen den elterlichen Willen aufzuzwingen, um dadurch onomasiologisch das spätere Leben des Kindes zu präformieren. Die individuelle Namenswahl setzt diese Fremdbestimmung außer Kraft (Zipfel, 2020, S. 188). Ein überzeugendes Exempel für den Bruch mit der Tradition findet sich in *Ronja Räubertochter* (Lindgren 1981). Die Figur des Herrn Klinge plädiert für die absolute Befreiung von den Fesseln der Fremdbestimmung und argumentiert mit Kant.

Ferner wird seitens der Figuren auf das trichotomische Zeichenmodell von C. S. Pierce (Pierce, 1931–1935) rekurriert (Zipfel, 2020, S. 152). Besonders authentisch wirken ikonische und symbolische Zeichen in ihrer Verwendung in der medial vermittelten Kommunikation in den sozialen Umgebungen.

Klinges Kritik richtet sich gegen die kleinliche Vernunft ohne Erfahrung, d. h. gegen den auswendig gelernten Zugriff auf die Formen der Vernunft, kombiniert mit dem mangelnden Gegengewicht in Fantasie, Einfühlungsvermögen und Leidenschaft, also gegen das erfahrungslose Wissen und leere Manieren. Allerdings sind seine Angriffe weniger scharf als die von seinen literarischen Vorgängerinnen (Carroll, 2005, Lindgren, 2008). Mit Kant führt er Zerrbilder der gesunden Vernunft vor und legt diese in ihrer wahren Gültigkeit frei: als naives Vertrauen in das Gute im Menschen und als gesunde Skepsis gegenüber verdummender Gedankentyrannie und blindem, destruktivem Unverständnis. Er plädiert für die Persönlichkeits- und Herzensbildung, für die Sokratische *docta ignorantia* und die daraus resultierende Selbstbesinnung, -erkenntnis und -veredelung, d.h. die Fähigkeit, niedere Motive und boshafte Taten in ihren Konsequenzen zu durchschauen. Wie Sokrates lässt er Lucie oft in einer Aporie zurück (Zipfel, 2020, S. 45). Seine Logik ist keine fehlende Logik, wie es Lucie in einer Gleichung notiert (Zipfel, 2020, S. 111). Es liegt eine hermeneutische Differenz vor. Er argumentiert vernünftig, wenn auch auf eine Art des Nonsens und perfektioniert das Widerspruchsprinzip der Erkenntnistheorie (Aristoteles, 1989).

Seine Metamorphose in einen Phönix (Zipfel, 2020, S. 179) nimmt indirekt Bezug auf Thomas von Aquin und seine Transsubstantiationslehre. Der Glaube ermöglicht eine Verwandlung und schenkt Gewissheit, die der sinnlichen und intellektuellen Erfahrung widerspricht. Die Metamorphose steht ferner in einer intertextuellen Beziehung zu der *Verwandlung* von Gregor Samsa (Kafka, 2003). Das Motiv der Verwandlung fungiert dabei als ein Kontrast zwischen Gregor Samsa und seiner Familie und als ein Versuch den Parasiten zu entkommen. Auch Herrn Klinges imaginäre Verwandlung sowie sein Eskapismus und die damit einhergehende Selbstisolation lesen sich als eine Parallele zu Samsas Flucht in die Welt der Gedanken. Beide Figuren entziehen sich auf diese Weise dem Einfluss der Masse auf ihre Persönlichkeit. Die zeitliche Perspektive einer Achronologie des Lebens dieser imaginären, glückbringenden Figur (Zipfel, 2020, S. 107) erinnert an J. P. Hebels Kalendergeschichte *Unverhofftes Wiedersehen* (Hebel, 1978) und E. T. A. Hoffmanns *Die Bergwerke von Falun* (Hoffmann, 2001).

Die Rekurrenz auf das Weltwissen rückt das Erzählte in den Bereich des Unwahrscheinlichen, das jedoch in seiner fiktiven Logik funktioniert. Auf diese besondere Art der Logik wird in der Diegese mehrfach hingewiesen (Zipfel, 2020, S. 65, 107). Die Verweisstruktur sowie das, den Konfiguranten angebotene und von ihnen akzeptierte, Schema des Wunders akzentuieren die humanistische Implikation des Erzählten und lesen sich als ein Plädoyer für Toleranz. Die Leser wissen um die Unmöglichkeit der Verwandlung in ein Fabelwesen. Darüber hinaus würde sie, als moderne Menschen, eine solche Erklärung nicht befriedigen.

In der Ausformung der Fantasie des Erwachsenen wird auktorial (Schmid, 2019) auf die kindliche Fantasietätigkeit regrediert (Zipfel, 2020, S. 179). Das Faktum, dass sich die erwachsene Figur dem mentalen Eskapismus hingibt, dass diese die Omnipotenz des rauschhaften Spiels verkörpert, wie sie tendenziell jedes spielende und fantasierende Kind erlebt, als auch ihre bizarren Ideen rufen die Vorstellung des *mundus inversus* im Erzählkosmos des Gargantua hervor (Rabelais, 1911).

Eine Similarität findet sich in der Reaktion der Gesellschaft auf die Fantasterei, mit der viele literarische Figuren, bspw. Pippi und Till Eulenspiegel, konfrontiert werden. Eine starke Kontrastierung resultiert aus der Art der Fantasien. Pippi verweigert die Anerkennung des Realitätsprinzips durch individuelle Fantasietätigkeit, die die Welt nach kindlichen Wünschen verklärt und formt. Herrn Klings Visionen sind fern von einem, Euphorie verheißenden, Esprit. Im Gegenteil lässt sich der von ihm initiierte Prozess der Entgrenzung sowie einer vehementen Ablehnung der tradierten Wirklichkeitswahrnehmung als pathologisch beschreiben (Zipfel, 2020, S. 55, 138, 179). Seine innere Welt ist von einer paranoiden Angst, die aus Trugwahrnehmungen und Verfolgungswahn resultiert, geprägt (Zipfel, 2020, S. 17, 39, 50, 56, 105). Diese bedingen seine herausragende Kondition und physische Stärke. Die gravierende Fehleinschätzung der Wirklichkeit bewirkt jedoch seine Isolation.

Man kann in seiner Indifferenz gegenüber den sozialen Wert- und Normvorstellungen sowie gegenüber den adäquaten Verhaltensmustern (Zipfel, 2020, S. 5, 6, 14, 120), in der Verwirrtheit (Zipfel, 2020, S. 106), Orientierungslosigkeit (Zipfel, 2020, S. 49–50) und übersteigerten Nervosität einen Indikator einer schizophrenen Psychose (Zipfel, 2020, S. 23, 73) oder einer unaufhaltsam voranschreitenden Demenz (Zipfel, 2020, S. 55, 180) sehen. Die Illustrationen, die komplementär die Narration begleiten, augmentieren diesen Eindruck (Zipfel, 2020, S. 14, 26). Die „explanatorische Lesart“ (Wünsch, 1991, S. 50)

kann durch die Hypothese erweitert werden, dass die Absurdität des Verhaltens die tiefere Absurdität der gesellschaftlichen Konventionen offenlegt. Mit der „Ghul-Jagd“ auf dem Friedhof löst sich auf der Ebene der ‚*histoire*‘ die garantierte Verbindung zur realen Welt auf. Das Geschehen wird, in Klinges Vorstellung, in einen gefährlichen Fantasieraum ausgelagert. Die Unterbrechung durch Leo zwingt die Figur des Herrn Klinge zu einer adäquaten Reaktion. Er plausibilisiert sein groteskes Gebärden, indem er, gleich seinem Idol, dem Freiherrn von Münchhausen (Bürger, 2012), durch die Suspendierung der Kausalität eine scheinlogische Erklärung anbietet (Zipfel, 2020, S. 123). Als ein Virtuose steht er in der Tradition von *Till Eulenspiegel* (Bote, 2015), Schelmuffsky (Reuters, 1986) und Don Quijote (Cervantes, 2010). Das Clowneske kommt in der Situationskomik zum Vorschein und wird durch die Diffamierung seines eigenen Namens und dessen seiner Begleiterin verstärkt (Zipfel, 2020, S. 123).

Das geistige Chaos der Figur des alten Mannes, aber auch Lucies Spontaneität spiegeln sich in der Makrostruktur des Werks wider. Die Chronologie wird zugunsten einer analeptischen Anordnung der Ereignisse aufgegeben (Zipfel, 2020, S. 8). Lucie versucht, auf mehreren Ebenen die Kontingenz zu bewältigen: Als autodiegetische Erzählerin erzielt sie für den implizierten Leser eine kohärente, sinnstiftende Linearität. Ihre Gedanken werden in einem Fließdiagramm mit den Angaben von potenziellen Wahrscheinlichkeitsgraden visualisiert (Zipfel, 2020, S. 67). Als Klinges Assistentin bemüht sie sich, in sein Leben die verlorengegangene Transparenz und Klarheit hineinzubringen, allerdings sind ihre Versuche zum Scheitern verurteilt. Sein selbstbestimmtes und souveränes Auftreten und sein Grobianismus schüchtern die Figur Lucies zwar ein, lassen sie aber nicht zurückschrecken.

Herr Klinge verwendet als Schimpfwörter Bezeichnungen aus dem Bereich der Entomologie (Zipfel, S. 20, 39, 40, 105, 165), die die Spitzigkeit seiner Zorntriaten reduzieren. Die Schärfe und der Scharfsinn scheinen in seinem Namen durch. Wenn Lucie seiner Hilfe bedarf, gewährt er ihr diese umgehend. Mit dieser altruistischen Einstellung wird Empathie für die Figur des alten Mannes erzeugt. Lucies traurige Reflexion nach dem Verschwinden seiner Figur verstärkt die Empathie für die Figur des Herrn Klinge. Diese narrative Wendung charakterisiert beide Figuren. Klinge erscheint als ein großzügiger, freiheitsliebender, jedoch einsamer Mann (Zipfel, 2020, S. 181). Man kann ihm in der Tradition von Freud und Jung typische Reaktionsmuster attestieren: Er überkompensiert seine Isolation und Verletzlichkeit mittels eines anderen Extrems, also mittels solcher entgegengesetzten Eigenschaften wie Härte, Zähigkeit und Gefühllosigkeit (Freud, 1996, Jung, 1972). Die

übernatürlichen Seiten seiner Figur beschränken sich auf seine körperliche Kraft. Die impliziten psychologischen Aspekte bleiben im Rahmen des Realismus. Er leidet unter tragischer Vernachlässigung. Das Tragikomische an seiner Figur wird als eine Synthese aus Grotteske und überschäumendem Humor dargestellt.

Er wehrt sich wie Pippi Langstrumpf (Lindgren, 2008) gegen die totalitäre Kontrolle, Zwangsmaßnahmen und vorgenommene Disziplinierung seitens der Gesellschaft (Foucault, 2017). Klinge fürchtet, sich in ein System von Zwang und Beraubung, Verboten und Verpflichtungen, in einen „erschöpfenden Disziplinierungsapparat, der sämtliche Aspekte des Individuums erfasst“ (Foucault, 2017, S. 301), gesteckt, unterdrückt und eingepfercht zu werden (Foucault, 2017, S. 318). Etwas anderes kann er nicht erwarten, solange er als ein Eigenbrötler außerhalb der Gesellschaft lebt. Die öffentliche Meinung erscheint in Gestalt von dubiosen Personen – zumindest erscheinen diese in Lucies Wahrnehmung und Erzählung als solche (Zipfel, 2020, S. 139).

Lucie entwickelt sich dank dieses Ereignisses. Ihre philosophischen Reflexionen über Menschen in ihrer Umgebung, vor allem ihre Gedanken über den Kern, der von der unnützen Schale freigelegt werden sollte, der in einer intertextuellen Relation zum Weizenkorn steht (Johannes 12, 23–26), sind ein Zeugnis des in Gang gesetzten und voranschreitenden, psychischen und mentalen, Umgestaltungsprozesses zu interpretieren (Zipfel, 2020, S. 190). Im Gegensatz zu ihren literarischen Vorgängerinnen, die von der Metamorphose von einem Kind zu einer Frau verunsichert werden (Alice von Carroll, 2005), oder diese mittels Zauberpillen aufhalten (Pippi von Lindgren, 2008), oder sterben müssen (Mignon von Goethe, 2008), ist die aufgeklärte Lucie über die bevorstehenden Veränderungen informiert. Sie überschreitet die Pubertätsgrenze. Indem sie mit ihrem Wissen über psychische und physische Veränderungen brilliert, erweitert sie mittels einer indirekten Unterweisung den implikativen Wissenshorizont des Lesers im Hinblick auf unterschiedliche, die weibliche Pubertät, betreffende Themen (Zipfel, 2020, S. 43, 86, 126, 190). Dadurch wird die Nähe der Figur Lucie zu den implizierten Leserinnen signalisiert.

4. Emotionsdarstellung

Das Spektrum der Emotionsdarstellungen umfasst elementare und komplexe Emotionen. Sie werden sowohl explizit thematisiert als auch implizit indiziert und charakterisieren die Figuren indirekt.

Neben Katachresen werden neue originelle Situationen kreiert. Besonders hoch ist der Anteil an Geruchsmetaphern für die Darstellung der inneren Welt. Die Figur der autodiegetischen Erzählerin changiert zwischen angenehmen Düften und unausstehlichen Gerüchen. Die ersten werden für die Evokation der Empathie für die Figuren eingesetzt und fungieren zugleich als ein Indikator der affirmierenden Einstellung der Figur zum beschriebenen Gegenstand oder zu einer anderen Person der narrativen Welt. Die zuletzt genannten stehen in einer assoziativen Verbindung zu unangenehmen Entwicklungen, wie bspw. das von Lucie erpresste Geld (Zipfel, 2020, S. 43). Die Explikation des Gestanks, der von den Scheinen ausgeht, ist eine Allusion an *Das Parfüm* (Süskind, 1990). Bei der Darstellung des Kontrastpaares Marvin – Leo erfüllen die olfaktorischen Kontrast-Metaphern ebenfalls eine vorausweisende Funktion, wodurch die Duft-Psychologie in die Narration eingeflochten wird (Zipfel, 2020, S. 129, 130, 132, 134, 153, 156). Klinge kann dagegen nicht riechen. Das Aroma vom frischgebackenen „Rosti des Lebens/Strebens“ wird mittels Visualisierung – „goldbraun“ – sowie mittels Konsistenzangaben – „saftig“ – dargestellt (Zipfel, 2020, S. 36).

Die Aversion und Sympathie gegenüber den Figuren werden auch mit Hilfe von Geräuschen zum Ausdruck gebracht (bspw. wird das schrille Lachen von Marvin mit dem melodischen von Leo kontrastiert) (Zipfel, 2020, S. 150). Durch die Darstellung des äußeren Erscheinungsbildes von Leo wird die expandierende Äquivalenz zu Mucks verwirklicht (Höfler, 2015). Leo wird sich als ein loyaler Freund für Lucie erweisen, aber im Gegensatz zu Mucks ist er nicht bedroht und wird daher seine neue Freundin nicht verlassen.

Die Figurencharakterisierung wird u. a. mit Hilfe von intertextuellen Bezugnahmen verwirklicht. So wird die Figur des Herrn Klinge mit den, sich um Harry Potter liebevoll kümmernden, Figuren Hagrid und Dumbledore aus dem gleichnamigen Werk von Rowling (2000) verglichen (Zipfel, 2020, S. 83). Lucie selbst sieht sich in ihrer Fantasie als Miraculix (Zipfel, 2020, S. 66, 178).

Leitmotivisch lässt sich die Allusion an den belgischen Surrealismus, wie er von René Magritte entwickelt wurde, verfolgen (Zipfel, 2020, S. 57). Es geht dabei um die Erschütterung der tradierten Erfahrungs-, Denk- und Sehgewohnheiten und um die Symbiose der Wirklichkeit mit Träumen sowie um die Verfremdung des Vertrauten. Damit wird implizit auf die literarische Tradition der Nonsense-Literatur verwiesen. Die Ereignisse auf der Ebene der ‚histoire‘ stehen in dieser Tradition – ein Hund auf der

Anzeige, der ein Lockvogel ist, ein alter Mann, der ein Phönix ist, ein Bruder, der trotz origineller Interessen nicht homosexuell zu sein scheint, ein neuer Freund der Mutter, der doch kein Weichei ist, der beliebte Marvin, der nur ein verblendeter Narziss ist, sein vermeintlicher Freund Leo, der doch kein loyaler Apologet ist, Jessica – „Girl Number One“ –, die jedoch durch Stupidität, Arroganz und Neid auffällt, und eine Außenseiterin, die ein goldenes Herz hat und die strahlt und leuchtet, und das nicht, nur weil ihr Name im Lateinischen Lux – das Licht – bedeutet. Dies betrifft unter anderem den Aspekt der Religion (Zipfel, 2020, S. 69). Formuliert als eine rhetorische Frage soll es den Leser in der Tradition der Agnostiker und Atheisten zum Nachdenken über die aufoktroyierte Fremdbestimmung anregen.

5. Darstellung mentaler Ereignisse

Ein weiterer wichtiger Prätext, der die Narration dominiert und für die Darstellung des mentalen Ereignisses effizient eingesetzt wird, ist Platons *Höhlengleichnis* (Platon, 1990). Es entfaltet die Geschichte in Form eines Dialogs zwischen Sokrates und Glaukon und zeigt, dass der Bildungs- bzw. Erkenntnisprozess anstrengend ist, Widerstand hervorruft sowie Renitenz und Resistenz als Dispositionen hat. Sobald er einmal erfolgreich durchlaufen wurde, ist er irreversibel und von der Person nicht zu trennen. Die Figur Lucie lässt sich auf den Prozess ein, indem sie das Beharren auf dem Gegebenen und Bekannten im Gegensatz zu anderen, geistig stagnierenden, Figuren wie Marvin oder Jessica aufgibt. Sie gelangt zu neuen mentalen Erkenntnissen, die sie grundlegend verändern und auf ihren weiteren Bildungs- bzw. Erkenntnisweg kataphorisch hinweisen (Zipfel, 2020, S. 77). Durch die literarische Vermittlung einer Geschichte in Form eines *quest-narratives* (Frank, 2013, S. 123), in der illustrativ ein Bildungsprozess dargestellt wird, soll ein ähnlicher Prozess bei den Lesern initiiert werden (Karg/Kuzminykh, 2014, S. 8). Über die Einsicht in den Erkenntnis- und Bildungsprozess einer empathischen Figur soll der Modell-Leser Erkenntnis und Bildung erlangen. Zumindest lässt sich sowohl das Gleichnis von Platon als auch die Erzählung von Zipfel als ein Bildungs- bzw. Erkenntnisprozess interpretieren.

Das Bewusstsein der Figur Lucie kommt in ihren Visionen zum Vorschein. Der Einstieg in diese Sequenzen ist unmarkiert. Lucie stellt sich dabei bildhaft die Auseinandersetzungen mit der Figur Michaels vor, die in einem unmittelbaren dramatischen Modus erfolgen. In diesen Momenten verzichtet sie auf die internalisierte Etikette. Lucies Wut auf den neuen Mitbewohner Michael wird mittels Ellipsen, Anaphern, Sarkasmus und Ironie, Metaphern aus dem animalischen Bereich, die der Figur des neuen

Freundes der Mutter gelten, Redundanzen von Negationspartikeln, abwertender Epitheta sowie mittels rhetorischer Fragen und Onomatopöie (Zipfel, 2020, S. 31) indiziert. Die Figur Lucie antizipiert gedanklich die Reaktion ihrer imaginären Rede auf die Figur Michaels. Ihre resolute Härte und Stärke stehen in einem eklatanten Kontrast zu Michaels mentaler Schwäche und metaphorischer Rückgratlosigkeit. Das Mädchen imaginiert die Dankbarkeit ihrer Mutter, die, um einen stärkeren Effekt zu indizieren, typografisch hervorgehoben wird. Das dankbare Flüstern der Mutter kommt besonders laut vor (Zipfel, 2020, S. 32). Lucie schätzt jedoch, dem kategorischen Imperativ von Kant folgend, die potenziellen Konsequenzen ihrer verbalen Attacke auf Michael ein und unterlässt die radikale Konfrontation.

Der Ausstieg aus der Sequenz erfolgt markiert, indem die Figur berührt und angeredet wird. Sie selbst beschreibt das Ende der Vision mit einem akustischen Geräusch (Zipfel, 2020, S. 32, 184). Der zweite imaginäre Streit erfolgt nach einem ähnlichen Muster. Der Einstieg ist unmarkiert und wird von einer Alltagssituation ausgelöst. Erneut steht das, in Lucies Augen inakzeptable, Verhalten von Michael im Fokus, erneut wird es mit einem Hund verglichen. Allerdings wird dieser Vergleich mit einem diffamierenden Epitheton kombiniert (Zipfel, 2020, S. 183). Durch die Wahl der subjektiven, autodiegetischen Erzählinstanz mit einer hohen Dominanz innerer Monologe der Figur Lucie gibt es für den Leser keine Möglichkeit, das Erzählte zu objektivieren. Die Einschätzung der ehemaligen Freunde der Mutter, die durch die Figur Lucie (Zipfel, 2020, S. 52) erfolgt, sowie die Aussage der Mutter in der direkten Rede (Zipfel, 2020, S. 147) können diesen Eindruck nicht korrigieren. Das figurale Schema bleibt nicht zuverlässig.

Diese Introspektive in die Figur der pubertierenden jungen Frau zeigt authentisch ihre Schwierigkeiten mit den wechselnden Freunden, aber auch ihre Bedürfnisse nach Geborgenheit, Stabilität einer familialen Umgebung und Liebe, gemäß der oben angesprochenen Ambivalenz der Gefühle.

6. Komik

Komik verdient in Dita Zipfels Werk besondere Aufmerksamkeit. Als Modi des Komischen können die Komisierung der Narration, die Komisierung durch die Narration sowie die Symbiose aus diesen beiden Elementen differenziert werden. Die Komisierung der Narration geht mit einer Norm- und Regelabweichung, mit einem überraschenden Wechsel der Zustände, des Kontextes oder einer zuwiderlaufenden Kombination von

Handlungsmomenten einher. Zu dem Verfahren, Komisches zu erzeugen, gehören Situations-, Typen-, und Unwahrscheinlichkeitskomik, Komik des Grotesken, der überraschenden Kontextverschränkung. Als ein Beispiel für die karnevaleske Situationskomik mit Elementen des Grotesken und des Unwahrscheinlichen lässt sich die Episode mit dem Smoothie zu Beginn der Narration anführen (Zipfel, 2020, S. 6). Der komische Effekt wird durch die Verwendung einer onomatopoetischen Wendung, eines Vergleichs mit der hervorschnellenden Zunge eines Frosches und einer Illustration verstärkt. Die Situation tritt sowohl für die Figur Lucies als auch für den Leser überraschend ein. Der Figur des alten Mannes werden vor dem Hintergrund des Alltagswissens keine Superkräfte zugeschrieben. Der Text potenziert die Richtigkeit dieser Figurenzuschreibung durch die Tatsache, dass der alte Mann auf der Suche nach jemandem ist, der seinen Hund ausführt (Zipfel, 2020, S. 8). Das Gefälle zwischen der Erwartung eines, in seinen Bewegungen eingeschränkten, Greises und der geschilderten Entwicklung in der Pointe ist groß und erzeugt Komik. Die wesentliche Disposition der Komisierung der Narration, die darin besteht, dass der Rezipient lediglich als ein Beobachter fungieren soll, bei dem kein Gefühl der Betroffenheit, der Bedrohung oder der Angst vor dem Ausgelachtwerden entsteht, wird ebenfalls erfüllt. Ein ähnliches Verfahren wird bei der Beschreibung von Lucies Plänen eingesetzt. Die sich steigernde Aufzählung der Tätigkeiten, die auf den potenziellen Umgang mit dem Hund abzielen, erzeugt Komik. Zugleich indiziert diese hyperbolisierende Auflistung ihre Entschlossenheit, ihr gesetztes Ziel zu erreichen (Zipfel, 2020, S. 9).

Die Komik des Grotesken findet sich in der Episode mit dem Verkleiden für die ‚Ghul-Jagd‘. Das kuriose Bild von Lucie, die eine überdimensional große Lederjacke trägt, eine Schubkarre, in der sich ein bunter Motorradhelm und eine, ohrenbetäubende Geräusche hervorbringende, „Boombox“ befinden, vor sich herschiebt sowie mit einem Teelöffel ausgestattet ist, (Zipfel, 2020, S. 119) versetzt den Rezipienten in eine heitere Stimmung. Das Tanzen auf dem Friedhof als rauschhaftes Erlebnis der Befreiung von jeglichen ethisch-moralischen Konventionen ruft dagegen Befremden hervor und dient als Indiz der Verwirrtheit des Initiators der zweifelhaften Aktion, Herrn Klinges. Die Ausgelassenheit und Lebensfreude des alten Mannes werden mit dem Tod kontrastiert. Die rhetorischen Fragen der Figur Lucie verstärken die Unangemessenheit des Abenteuers. Aber dies ist für die Figurencharakteristik von Klinge und für die Fortführung der Ereignisse auf der Ebene der ‚histoire‘ notwendig. Herr Klinge erzeugt trotz aller Merkwürdigkeiten, die als Konstituenten bei der Konstruktion seiner Figur auftreten, keine Typenkomik.

Auch sein Verhalten im Supermarkt, in dem er erneut verkleidet auftritt und an „den Leuten schüttelt, die irritiert versuchen, ihre Zucchini in den Wagen zu legen“ (Zipfel, 2020, S. 49), evoziert keine Belustigung. Diese Episode offenbart Herrn Klinge und – generalisierend – alle Personen außerhalb der Diegese mit ähnlichen Symptomen als schutz- und hilfsbedürftige Menschen. Das Lachen von Jessica und von ihren Anhängerinnen und das Aufnehmen des Geschehens mit dem anschließenden Verbreiten über soziale Medien wird subversiv einer scharfen Kritik unterzogen und charakterisiert diese Figuren als herzlos, dumm und arrogant. Durch die vehemente Herabsetzung ihres Verhaltens wird die Wertung und die geringe Größe dieser negativen Figuren etabliert (Aristoteles, 1989, 2019). Zugleich wird Distanz zu diesen Figuren und ähnlichen Verhaltensmustern konstruiert. Vor diesem Hintergrund erhält der Mut der auktorial affirmierten Figur Lucie eine besondere Pointiertheit. Die Mechanismen des Mobbings als destruktiver Nihilismus werden offengelegt. Eine Parallelisierung der weiblichen Narzisstin findet sich in der männlichen Figur Marvins. Auch sein schadenfrohes Lachen über Lucies Bruder in Tutu sorgt weder bei den Figuren noch bei den Rezipienten für Erheiterung. Ganz im Gegenteil wird diese bewusst ridikülisierende und diffamierende Haltung in aller Form diskreditiert. Der Machtmensch kann nur durch eine größere Gegenmacht entmachtet werden. Marvin wird mit seiner eigenen Waffe geschlagen (Platon, 1985).

Bei der Komisierung durch Narration liegt der Hauptakzent auf der Wiedergabe eines Sachverhalts, der im Extremfall nicht komisch zu sein braucht, aber durch die Narration, durch die Strukturierung der Handlung und durch originelle Kontextverschränkungen komisch wirkt. In diesen Bereich fallen: eine spezifische Erzählhaltung mit einem komischen Erzählton, der darauf abzielt, bei den Lesern eine fröhliche Grundstimmung zu erzeugen oder zu verstärken, Humor aus Sympathie, ironisch-satirische Komik mit einer subtilen Rezeptionslenkung, aber auch die Deformations-, Katastrophenkomik und sogar der schwarze Humor (Boreev, 1970, Horn, 1988, Jurzik, 1985).

Die ironisch-satirische Komik findet sich durchgehend bei der Beschreibung der Figur Michaels aus Lucies emotional negativ gefärbter Perspektive. Als ein Exempel dafür ist die Bloßstellung der Absurdität seiner Behauptungen in Bezug auf bestimmte naturwissenschaftliche Phänomene wie die, von den Haushaltsgeräten ausgehende, Strahlung zu nennen. Erst Lucies Kommentare erzeugen den komischen Effekt.

Das Komische als Kontextüberlagerung bzw. als eine überraschende semantische Verschränkung manifestiert sich in Lucies Reaktion auf das überraschende Erscheinen

von Leo während der skurrilen „Ghul-Jagd“ auf dem Friedhof. Sie wünscht sich zwar, in den Boden zu versinken, aber nicht auf dem Friedhof (Zipfel, 2020, S. 122). Der Kontrast der visuellen Vorstellungen, die sich durch die Entmetaphorisierung der festen Redewendung und ihrer Verwendung in direktem Sinn einstellen, erzeugt Komik (Zipfel, 2020, S. 123). In dieser Aussage wird das verbale Spiel mit der Konvention, die mit der Überschreitung der metaphorischen Grenze korreliert, deutlich. Die Gelassenheit der Figur Leo lässt sich durch die Tätigkeit seiner Eltern erklären (Zipfel, 2020, S. 157).

Bei der Komisierung durch die Kombination der beiden Verfahren entsteht ein ästhetischer Bedeutungsüberschuss, dem das Spielerische sowie das Überraschende oder das Widersprüchliche inhärent ist (Hegel, 2007, Jean Paul 1990). Durch diese Lust an Zuspitzung und Überzeichnung kommt es zu einem neuen, unerwarteten, subversiven und/oder komischen Sinneffekt oder alternativ zu einer Kontextverschiebung bzw. -überlagerung. Als ein gelungenes Beispiel für die Komisierung durch die Kombination der beiden ästhetischen Verfahren lässt sich die erste Begegnung zwischen den Figuren Klings und Lucies betrachten. Klings originelles Äußeres – „ein dünner, sehr gerader, alter grüner Mann ohne Schuhe“ (Zipfel, 2020, S. 6) –, das einerseits durch die Anspielung an den *Grünen Heinrich* (Keller, 1926) eine tragische Entwicklung antizipieren lässt, andererseits durch die sehr gerade Haltung, schnelle Reaktion und Präzision in den Bewegungen an die speziellen Einsatzkräfte der Militärs erinnert, verbindet sich mit der seltsam anmutenden Figurenrede, die primär auf eine erheiternde Komisierung abzielt. Die „zusammengenommenen ungefähr fünfzig Taschen, die alle irgendwie gefüllt aussehen“ rufen eine Parallele zu der Figur des weiblichen Clowns Eva im Werk von Dina Sabitova hervor (Kuzminykh, 2021, Kuzminykh, 2020). Dabei geht diese intertextuelle Relation über das äußere Erscheinungsbild und das normenherausfordernde Verhalten hinaus. Beide erwachsenen Figuren, die literarisch mit Pippi Langstrumpf verwandt sind, übernehmen eine fürsorgliche Rolle. Klings Generosität und seine Wissbegierde rufen Empathie für seine Figur hervor.

Ein weiteres Beispiel für die Symbiose der ästhetischen Verfahren lässt sich in der Episode, in der die Ingredienzen für den Smoothie aufgespürt werden, identifizieren. Hier scheinen die Elemente der Typen- und der Situationskomik und die der Komisierung durch die Narration durch: Die Figur Klings wird darin nicht als verwirrt, verängstigt und desorientiert dargestellt. Diese Eigenschaften würden die Komik unterminieren und Mitgefühl oder Sorge um die Figur erzielen, wie dies im Fortgang der Narration geschieht und für die Evokation der Spannung notwendig ist. In dem Ratespiel erscheint die Figur

Klinges übertrieben schelmenhaft mit einer unbezwingbaren Lust an Verfremdung. Die direkte Rede der Figur ist geprägt durch den mündlichen Sprachgestus und eine vermehrte Verwendung von Fantasiewörtern aus dem Bereich der Onomatopöie und von Hyperbeln. Die lautmalerische Komponente in einer überspitzten Ausführung potenziert den Effekt des Komischen (Zipfel, 2020, S. 36). Diese Konstituenten konzeptioneller Mündlichkeit sowie die Spontaneität verleihen den Aussagen komische Schlagkraft. Es kommt insgesamt zu vielfältigen grotesken Kombinationen, die alle durch die phonetische Äquivalenz, den komischen Erzählton sowie durch die maximale Abweichung vom Regelkonsens funktionieren. Das inadäquate Verhalten, die Lust am Spiel mit Lauten und Wörtern und eine nahezu narzisstische Selbstverliebtheit und -überschätzung erzeugen Komik.

Die Diskrepanz zwischen der Eigencharakterisierung als eine phänomenale evolutionären Entwicklung und der ernüchternden Realität, in der Herr Klinge seine, wegen des Alters nachlassenden olfaktorischen und gustatorischen Fähigkeiten zu maskieren versucht und Lucie mittels ‚Hypnose‘ die Zutaten des ihn inspiriert habenden Getränks entlockt, wirken belustigend. Auch vor dem Hintergrund der kindlichen Lebenserfahrung wird deutlich, dass in dieser Szene eine manipulative Technik vorliegt. Indem die Rezipienten die Tricks durchschauen, entsteht in ihnen ein Gefühl der Überlegenheit.

Der Versuch, die Theorie der Überlegenheit textimmanent anzuwenden (Bachtin, 1985), ist zum Scheitern verurteilt, weil zugleich Anerkennung von Lucies Fähigkeiten signalisiert wird. Die vermeintliche Hybris der Figur Klinges wird minimiert und mit seiner Wertschätzung von Lucie kontrastiert. Er disqualifiziert das Mädchen nicht als eine unwürdige Person in der narrativen Welt, um die Deformation- oder Katastrophenkomik zu evozieren. Diese Antinomie begünstigt die innerlich empfunden Heiterkeit seitens der Rezipienten.

7. Schluss

Das Ziel des Diskussionsbeitrags bestand in der Analyse der adressatengerechten Figurenkonzeption. Dabei sollten die innere Welt der Figuren sowie ihre Emotionen und Bewusstseinszustände besondere Aufmerksamkeit erfahren. Die Figur wurde als ein mentales Modell eines Menschen oder einer im Äußeren menschenähnlichen und im Inneren den jeweiligen kulturellen Konzeptionen von typischen menschlichen mentalen

Zuständen konforme Gestalt in der Diegese aufgefasst. Für die Konzeption einer mentalen Repräsentation einer Figur sind folgende Aspekte entscheidend: Figureninformationen, Figurencharakterisierung, Motivierung und empathische Beziehung des Lesers zur Figur. Figuren als mentalen Modellen können emotionale und mentale Zustände attestiert werden. Emotionen sind intersubjektive, kulturell bedingte und sprachlich kodierte Erscheinungen, die explizit mittels deskriptiver Emotionswörter thematisiert werden, und implizit mittels des gesamten Spektrums der stilistisch-rhetorischen Mittel indiziert werden. Für die Darstellung der emotionalen Welt der Figuren wurden Katachresen und originelle Metaphern aus dem olfaktorischen, gustatorischen und akustischen Bereich verwendet. Das Werk lässt zahlreiche intertextuelle Bezüge aufspüren und greift philosophische Fragen auf, mit denen die Figurenkonzeption bereichert wird.

Begutachtung: Extern begutachtet.

Interessenkonflikt: Es besteht kein Interessenkonflikt.

Finanzielle Förderung: Dieser Beitrag wurde von keiner Institution finanziell unterstützt.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author has no conflict of interest to declare.

Grant Support: The author declared that this study has received no financial support.

Literaturverzeichnis

Primärliteratur

- Asher, J. (2011). *Thirteen Reasons Why: a novel*. London: Razorbill.
- Bichsel, P. (2010). *Geschichten*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Boccaccio, G. (1964). *Das Decamerone*. München: Winkler-Verlag.
- Bote, H. (2015). *Till Eulenspiegel*. Berlin: Hofenberg.
- Bürger, A. G. (2012). *Baron von Münchhausen*. Nordhausen: Traugott Bautz.
- Burgess, M. (2001). *Billy Elliot*. London: Farshore.
- De Velasco, S. (2020). *Kein Teil der Welt*. Köln: KiWi.
- Carrol, L. (2020). *Alice hinter den Spiegeln*. Frankfurt a. M.: Insel.
- Carroll, L. (2005). *Lewis Carroll The Complete Works*: London: CRW.
- Cervantes Saavedra, M. (2019). *Don Quijote*. Köln: Anaconda Verlag.
- Freytag, A. (2020). *Das Gegenteil von Hasen*. München: Heine.
- Gabathuler, A. (2012). *Matchbox Boy*. Stuttgart: Thienemann.

- Goethe, J. W. (2008). *Wilhelm Meisters Lehrjahre*. Stuttgart: Reclam.
- Hebel, J. P. (1978). *Poetische Werke*. München: Winkler.
- Hoffmann, E. T. A. (2001). *Die Serapionsbrüder*. Frankfurt a. M.: Deutscher Klassiker Verlag.
- Höfler, S. (2015). *Mein Sommer mit Mucks*. Weinheim: Belz.
- Höfler, S. (2018). *Tanz der Tiefseequalle*. Weinheim: Gulliver.
- Evangelium nach Johannes 12, 23-26.
- Kafka, F. (2003). *Die Verwandlung*. Basel: Stroemfeld.
- Kreller, S. (2019). *Elektrische Fische*. München: Carlsen.
- Keller, G. (1926). *Der grüne Heinrich: Roman*. Zürich: Rentsch.
- Lindgren, A. (2008). *Pippi Langstrumpf*. Hamburg: Dressler.
- Lindgren, A. (2000). *Karlsson vom Dach*, Hamburg: Oetinger.
- Lindgren, A. (1981). *Ronja Räubertochter*, Hamburg: Oetinger.
- McManus, K. (2017). *One of us is lying*. London: Penguin.
- McManus, K. (2020). *One of us is next*. London: Penguin.
- Micheeva, T. (2012). *Ne predavaj menja*. Moskva: Akvilegija.
- Platon (1990). *Politeia*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Platon (1985). *Parmenides*. Zürich: Diogenes.
- Reuter, C. (1986). *Schelmuffskys wahrhaftige curiöse und sehr gefährliche Reisebeschreibung zu Wasser und Lande*. Stuttgart: Reclam.
- Rabelais, Fr. (1911). *Gargantua und Pantagruel*. München: Müller.
- Rhoden, E. (1888). *Der Troitzkopf: eine Pensionsgeschichte für erwachsene Mädchen*. München: Weise.
- Rowling, J. K. (2000). *Harry Potter and the Philosopher's Stone*. London: Bloomsbury.
- Sabitova, D. (2007). *Zyrk v škatulke*. Moskva: Akvilegija.
- Süskind, P. (1990). *Das Parfüm*. Zürich: Diogenes.
- Trott, M. (1949). *Pucki*. Fränkisch-Crumbach: Titania.
- Šolochova, E. (2020). *Niže besdny, više oblakov*. Moskva: Akvilegija.
- Ury, E. (1920). *Nesthäkchen: eine Reihe Erzählungen*. Berlin: Meidinger's Jugendschriften.
- Želesnikov, V. (2017). *Čučelo*. Moskva: AST.
- Zipfel, D. (2020). *Wie der Wahnsinn mir die Welt erklärte*. München: Hanser.

Sekundärliteratur

- Adler, A. (1994). *Praxis und Theorie der Individualpsychologie*. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Alfels, H. (1995). *Literatur und Gefühl*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Aristoteles. (1989). *Metaphysik*: Leipzig: Meiner.
- Aristoteles. (2019). *Nikomachische Ethik*. Berlin: de Gruyter.
- Bachtin, M. (1985). *Literatur und Karneval*: Frankfurt a. M.: Fischer Wissenschaft.

- Boreev, J. (1970). *Komičeskoe*. Moskva: Vysšaja škola.
- Chatman, S. (1978). *Story and Discours. Narrative Structure in Fiction and Film*. New York: Cornell University Press.
- Douglas, M. (1966). *Purity and Danger*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Douglas, M. (1974). *Ritual, Tabu und Körpersymbolik*. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Foucault, M. (2017). *Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Frank, A. (2013). *The Wounded Storyteller. Body, Illness, and Ethics*. Chicago: Univ. of Chicago Press.
- Freud, S. (1996). *Psychopathologie des Alltagslebens*. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Haverkamp, R. (2011). *Frauenvollzug in Deutschland. Eine empirische Untersuchung vor dem Hintergrund der Europäischen Strafvollzugsgrundsätze*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Heidegger, M. (1994). *Gesamtausgabe*. Frankfurt a. M.: Klostermann.
- Hegel, G. W. F. (2007). *Vorlesungen über die Ästhetik*. Werke in 20 Bänden und Register, Bd. 13. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Heraclitus Ephesius (2007). *Fragmente: griechisch und deutsch*. Stuttgart: Artemis und Winkler.
- Hielscher, M. (1996). *Emotion und Textverstehen. Eine Untersuchung zum Stimmungskongruenzeffekt*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Horn, A. (1988). *Das Komische im Spiegel der Literatur. Versuch einer systematischen Einführung*. Würzburg: Königshausen u. Neumann.
- Jung, C. G. (1972). *Four archetypes: mother, rebirth, spirit, trickster*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Jurzik, R. (1985). *Der Stoff des Lachens. Studien über Komik*. Frankfurt a. M.: Campus-Verlag.
- Hülshoff, T. (1994). *Emotionen*. Stuttgart: UTB.
- Jannidis, F. (2004). *Figur und Person: Beitrag zu einer historischen Narratologie*. Berlin: de Gruyter.
- Karg, I., & Kuzminykh, K. (2014). *Sprache und Literatur als Bildungskomponenten. Diskurs, Historie, Empirie*. Frankfurt a. M.: Peter Lang.
- Kintsch, W. (1998). *Comprehension: A Paradigm for Cognition*. Oxford: Oxford University Press.
- Kuzminykh, K. (2020). Detskaja i junošeskaja literatura v 21. veke. Tradicii i tendenzii. In Faustov, A & Freise, M. (Hrsg.), *Universalii mirovoi literatury 2019*, (S. 525-544). Voronezh: izdatel'skij dom VGU.
- Kuzminykh, K. (2021). Spitzbuben, Streber und Bösewichte: Elemente des Komischen in der russischen Kinder- und Jugendliteratur im 21. Jahrhundert. In Weigl, A. (Hrsg.), *Junge Slavistik im Dialog X. Beiträge zur internationalen Slavistischen Konferenz*, (S. 155-169). Hamburg: Verlag Dr. Kovač.
- Kripke, S. (1980). *Naming and Necessity*. Harvard: Harvard University Press.
- Leskovec, A. (2011). *Einführung in die interkulturelle Literaturwissenschaft*. Opladen: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Margolin, U. (2010). From Predicates to People like Us: Kinds of Readerly Engagement with Literary Characters. In Eder, J. (Hrsg.), *Characters in fictional worlds*, (S. 400-415). Berlin: de Gruyter.
- Martínez, M., & Scheffel, M. (2020). *Einführung in die Erzähltheorie*. München: Beck.
- Möhrmann, R. (2012). *Rebellisch - verzweifelt - infam: das böse Mädchen als ästhetische Figur*. Bielefeld: Aisthesis.

- Nikolajeva, M. (2005). *Aesthetic approaches to children's literature: an introduction*. Lanham: Scarecrow Press.
- Nietzsche, F. (1996). *Der Wille zur Macht*. Stuttgart: Kröner.
- Oatley, K. (1994). A taxonomy of the emotions of literary response and theory of identification in fictional narratives. *Poetics* 23, 53-74.
- Paul, J. (1990). *Vorschule der Ästhetik*. Leipzig: Meiningen.
- Palmer, A. (2007). Universal Minds. *Semiotica* 165, 205-225.
- Peirce, C. S. (1931-1935). *The collected papers of Charles Sanders Peirce*. Harvard: Harvard University Press.
- Plé, B. (2003). Empathie. In Wierlacher, A. (Hrsg.), *Handbuch interkulturelle Germanistik*, (S. 227-234). Stuttgart: Metzler.
- Russell, B. (1905). On Denoting. *Mind* 14, 479-493.
- Ryan, M.-L. (2009). Narration in Various Media. In Huhn, P. (Hrsg.), *Handbook of Narratology*, (S. 468-488). Berlin: de Gruyter.
- Schmidt-Atzert, L. (1996). *Lehrbuch der Emotionspsychologie*. München: Kohlhammer.
- Schmid, W. (2019). *Mentale Ereignisse*. Berlin: de Gruyter.
- Titzmann, M. (1993). *Strukturelle Textanalyse*: Stuttgart: UTB.
- Vogel, S. (1996). *Emotionspsychologie. Grundriss einer exakten Wissenschaft der Gefühle*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Winko, S. (2003). *Kodierte Gefühle*. Berlin: Erich Schmidt.
- Wittgenstein, L. (1977). *Philosophische Untersuchungen*: Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Wünsch, M. (1991). *Die Fantastische Literatur der Frühen Moderne*. München: Fink.
- Zunshine, L. (2006). *Why We Read Fiction*. Ohio: Ohio State University Press.



Die Balkan Objektverdoppelung und ihre mögliche Entsprechung im Deutschen

The Balkan clitic doubling and its possible Equivalent in German

Teuta ABRASHI¹ 



¹Assoc. Prof. Dr., University of Prishtina
"Hasan Prishtina" Philological Faculty/
Department of German Language and
Literature, Prishtina, Kosovo

ORCID: T.A. 0000-0002-7235-5025

Corresponding author:

Teuta ABRASHI,
University of Prishtina "Hasan Prishtina"
Philological Faculty/Department of German
Language and Literature, Prishtina, Kosovo
E-mail: teuta.abrashi@uni-pr.edu

Submitted: 20.09.2021

Accepted: 09.02.2022

Citation: Abrashi, T. (2022). Die Balkan Objektverdoppelung und ihre mögliche Entsprechung im Deutschen. *Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi - Studien zur deutschen Sprache und Literatur*, 47, 53-79.
<https://doi.org/10.26650/sdsl2021-997682>

ABSTRACT (DEUTSCH)

Eine Besonderheit aller indoeuropäischen Balkansprachen ist die Objektverdoppelung. Da die deutsche Sprache keine Objektverdoppelung verwendet, ist es das Ziel dieses Artikels das mögliche Äquivalent im Deutschen zu untersuchen. Nach einer Literaturrecherche stellte sich heraus, dass zwei Bewerber zu berücksichtigen sind: das Pronomen *es* und *Scrambling*. Es gibt zwei Gründe, warum das Pronomen ausgewählt wurde: (i) es wird vermutet, dass eine Art der Konstruktionsverdoppelung bei Verwendung des Pronomens es als Korrelat vorliegt, und (ii) die Objektverdoppelungsklitika führen einige Funktionen aus, wie es auch das expletive Pronomen *es* verrichtet. Man wurde auf *Scrambling* aufmerksam, weil einige Linguisten vermuten, dass sowohl Objektverdoppelung als auch *Scrambling* von den gleichen informationsstrukturellen Mechanismen geleitet werden. Die Untersuchung hat gezeigt, dass die Objektverdoppelung in den Balkansprachen und die Konstruktionsverdoppelung mit dem Korrelat-Pronomen *es* im Deutschen nur peripher oder vielmehr nur unter wenigen spezifischen Verwendungszwecken als äquivalent zueinander behandelt werden können. Im Gegensatz zu einigen Linguisten stellte sich beim *Scrambling* heraus, dass die Objektverdoppelung und *Scrambling* über keine gemeinsamen Merkmale verfügen und nicht immer von den gleichen Sprachmechanismen geleitet werden. In diesem Zusammenhang kann *Scrambling* (im Vergleich zur Objektverdoppelung) auch diejenige Nominalphrasen bzw. Objekte durchführen, die eine existenzielle Nominalphrase (also ohne Artikel) zulassen. Außerdem gibt es Hinweise darauf, dass *Scrambling* nicht immer (wie es von einigen Linguisten behauptet wird) ein [-Fokus] zuweist und nicht immer von informationsstrukturellen Mechanismen geleitet wird, wie es bei der Objektverdoppelung der Fall ist.

Schlüsselwörter: Syntax, Objektverdopplung, Balkansprachen, Informationsstruktur, *Scrambling*

ABSTRACT (ENGLISH)

One peculiarity of all Indo-European Balkan (Slavic and non-Slavic) languages is object reduplication or clitic doubling. Since the German language does not use reduplication of objects, the aim of this article is to examine the possible equivalent in German to Balkan clitic doubling. After researching the literature, two applicants could be considered as potential equivalents: the pronoun *es* and *scrambling*.



There are two reasons the pronoun *es* is under consideration: (i) the pronoun *es* participate in a kind of a duplication construction when used in so called correlate function, and (ii) reduplicated object clitics perform some functions as the expletive pronoun *es* does. Scrambling came to the attention because some linguists suppose that both object duplication and scrambling are driven by the same information structure mechanisms. This article shows that object reduplication clitics and the correlated pronoun *es* can be treated as an equivalent to each other but only peripherally, in a few specific uses. While regarding scrambling, in contrast to some linguists, it turned out that object duplication and scrambling have no common features and are not always driven by the same language mechanisms. Scrambling, compared to object reduplication clitics, is allowed even if the object is an existential noun phrase (without an article). Furthermore, there are indications, that scrambling does not always assign the feature [-focus] as claimed and is not always driven by information structure mechanisms as object duplication does.

Keywords: Syntax, clitic doubling, Balkan languages, information structure, scrambling

EXTENDED ABSTRACT

One peculiarity of all Indo-European Balkan languages is object reduplication or clitic doubling; however, the conditions under which it occurs and its usage differs according to language-specific factors. One of the most confusing aspects of usage is the fact that the grammatical, semantic, and pragmatic interpretation of the clitic doubling in a Balkan language is subject to various idiosyncratic constraints that make it difficult, if not impossible, to define its function consistently (for all Balkan languages). This is not the case even within related languages. In Macedonian, for instance, object doubling is nearly fully grammaticalized. It functions merely as case markings or to indicate direct and indirect objects. In Bulgarian however, clitic doubling depends primarily on discourse factors. Interestingly, the linguistic research of this morphological appearance in Balkan languages shows a geographical particularity as well. Object doubling is more grammaticalized in western than in eastern Balkan countries with the following scheme: Macedonian > Albanian > Romanian > Greek > Bulgarian. While on the left (western Balkan) side (of the scheme) are the languages with predominantly grammatical reduplication, on the right (eastern Balkan) side are the languages with free, mainly pragmatic object reduplication. In other words, the dialects vary with almost complete dependence on discourse factors in the east and with relatively complete grammaticalization dialects in the west.

Since the German language does not use reduplication of objects, the aim of this article is to examine possible equivalent in German to Balkan clitic doubling. Consequently, to find (or check) a possible equivalent in German, I selected one Balkan language so that the research methods used in this language can be implemented as a model method in other Balkan languages. In this article, the Albanian (Balkan) language was chosen because it is the language that best expresses both grammatical and

discourse-specific features, with a grammaticalized clitic doubling of the indirect object, and a discourse-dependent direct object clitic doubling.

After researching the literature, two applicants can be considered as potential equivalents: the pronoun *es* and scrambling. There are two reasons the pronoun *es* is under consideration: (i) the pronoun *es* participate in a kind of a duplication construction when used in the so called correlate function, and (ii) reduplicated object clitics perform some functions as the expletive pronoun *es* does. Scrambling came into attention because some linguists suppose that both object duplication and scrambling are driven by the same information structure mechanisms. Due to the seemingly free sequence of arguments in the middle of sentences, the German language is classified as a language with a relatively free-word order. In fact, the sequence of arguments in the midfield is not so free. This sequence is controlled by various factors. Although according to some linguists, how these factors interact and how the sequence regularities determine the midfield has only partially been clarified. The *communis opinio* is that it is regulated mainly through discourse-dependent factors. This article shows that object reduplication clitics and the correlated pronoun *es* can be treated as an equivalent to each other but only peripherally, in a few specific uses. Besides other differences, they diverge in their tendency to perform different specific grammatical functions. While regarding scrambling, in contrast to some linguists, it turned out that object duplication and scrambling have not so common features as initially thought. Consequently, they are not always driven by the same language mechanisms to object reduplication clitics. Scrambling is allowed even if the object is an existential noun phrase (without an article). Furthermore, there are indications, that scrambling does not always assign the feature [-focus] as claimed in some research and it is not always driven by information structure mechanisms as object duplication does.

O. Einleitung

Wenn man Deutsch als Fremdsprache in einer Region unterrichtet, in der eine spezifische Sprachbesonderheit vorliegt, ist es verständlich, mit der Frage der Studierenden konfrontiert zu werden, ob es ein deutsches Sprachäquivalent gibt. In diesem Fall versucht man intuitiv, das mögliche Äquivalent in der deutscher Sprache zu finden.

Weil die Objektverdopplung eine solche Besonderheit aller indoeuropäischen Balkan-Sprachen ist (Friedmann, 2008, S. 36), ist deshalb das Ziel dieses Beitrags, das mögliche

Äquivalent im Deutschen zu untersuchen. Nach einer Recherche in der sprachwissenschaftlichen Literatur zu diesem Thema stellte sich heraus, dass ich insbesondere zwei Bewerber zu berücksichtigen habe: das Pronomen *es* und Scrambling. Es gibt zwei Gründe, warum das Pronomen auszuwählen ist: (i) es wird vermutet, dass eine Art der Konstruktionsverdoppelung bei Verwendung von *es* als Korrelat vorliegt, und (ii) das Objektzeichen (OZ) einige Funktionen wie das expletive Pronomen *es* ausführt. Deshalb möchte ich prüfen, ob das OZ mit einer expletiven NP gleichzusetzen ist. Scrambling ist der zweite Bewerber, weil einige Linguisten vermuten, dass sowohl die Objektverdoppelung als auch Scrambling von den gleichen informationsstrukturellen Mechanismen getrieben werden. Deshalb werden im ersten und dritten Abschnitt meiner Analyse die Objektverdoppelung in Balkansprachen und Scrambling im Deutschen kurz dargestellt, während im zweiten und vierten Abschnitt die Objektverdoppelung dem Pronomen *es* und die Konstruktionsverdoppelung dem Scrambling gegenüber gestellt werden.

1. Objektverdoppelung

Wie der Name bereits vermuten lässt, zeigt die Objektverdoppelung, die Verdoppelung eines verbalen Arguments des Verbs innerhalb der gleichen Satzstruktur durch die Setzung eines OZ unmittelbar neben dem Verb, dass das Objekt regiert, an. Diese morphologische Erscheinung ist ein klitisches Personalpronomen, ein Reflex einer phorischen Relation, die bestimmte grammatische Merkmale des Objekts, wie Kasus, Genus, Numerus und Person trägt. Bereits Franz Miklosich¹ behauptete, dass diesem Phänomen eine syntaktische Eigentümlichkeit der bulgarischen (Blg.), rumänischen (Rom.), albanischen (Al.) und griechischen (Gr.) Sprache zugrunde liegt (Friedmann, 2008, S. 38). Die empirischen Daten zeigen aber, dass der Rest der Balkansprachen: das Mazedonische (Mz.), Serbische (Srb.), Aromunische (Arom.) sowie Balkan Romani (BR) ebenfalls diese sprachliche Invention erworben haben. Die folgenden übernommenen Beispiele von Miševska-Tomić (2004, S. 21-25) illustrieren eine solche Präsenz in diesen Sprachen:

- (1) a. *Ana mu pomaga na dete-to/ edno dete.* (Blg.)
 Ana **OZ**_{3sg.neut.acc.} hilft zu Kind-DEF / einem Kind.²
 (Anna hilft dem Kind/einem Kind.)
- b. *Ana mu go dade pismo-to a deteto/ edno dete.* (Mz.)
 Ana **OZ**_{3sg.m/neut.dat.} **OZ**_{3sg.m/neut.acc.} gab Brief-DEF zu Kind-DEF/einem Kind
 (Anna gab den Brief dem Kind/ einem Kind.)
- c. *Agimi e piu birrën / një birrë.* (Al.)
 Agim-DEF **OZ**_{3sg.acc.} trank Bier-DEF/ ein Bier.
 (Agim trank das Bier/ ein Bier.)
- d. *Tus pira tus markadhorus.* (Gr.)
OZ_{3pl.m.acc.} habe_{1Ps.Sg.AOR} DEF_{PL} Bleistifte
 (Ich habe die Bleistifte genommen)
- e. *Filmul ăsta I-am văzut.* (Rom.)
 Film-DEF diese **OZ**_{3sg.m.acc.} -habe gesehen
 (Ich habe diesen Film gesehen.)

1 Franz Miklosich (1813-1891) gilt als einer der Begründer der wissenschaftlichen Slawistik und der Begründer der rumänischen und albanischen Philologie.

2 DEF bezeichnet den nachgestellten bestimmten Artikel.

f. *Čovek što sam ga sreo*³. (Srb.)
 Mann den_{pron} sein **OZ**_{3sg.m.acc.} treffen.
 (Der Mann, den ich getroffen habe)

g. *Petre lj-u deade cartea a featiljei/ unei feata.* (Arom.)
 Peter **OZ**_{3sg.dat.} - **OZ**_{3sg.f.acc.} geben Buch-DEF zu Mädchen-DEF/ ein Mädchen.
 (Peter hat das Buch dem Mädchen / einem Mädchen gegeben)

h. *Diklja men amen.* (BR)
 sah **OZ**_{1pl.acc.} uns
 (Er sah uns.)

Obwohl die Bedingungen unter denen das OZ auftritt, sich nach sprachspezifischen Faktoren unterscheiden, lassen sich jedoch nach Friedmann (2008, S. 40) die allgemeinen Bedingungen und Tendenzen, unter denen die Erscheinung des OZs in einer Balkansprache zu erwarten ist, wie folgt zusammenfassen:

- wenn das Objekt mit einem (definiten/ indefiniten) Artikel versehen ist;
- meistens pre-verbal steht;
- besonders häufig (manchmal ausnahmslos) vorkommt, wenn das Objekt ein Personalpronomen ist.
- Indirekte Objekte sind häufiger verdoppelt als direkte Objekte.
- Objekte, die eine Nominalphrase (NP) ohne Artikel bilden können, werden nicht verdoppelt.

Natürlich stellen die Beispiele und die allgemeinen Bedingungen nur einen verallgemeinerten Einblick in die Problematik dar. In der Realität ist die Objektverdoppelung in den Balkansprachen mit beträchtlichen komplizierten Stellungsregularitäten verbunden, die auf keinen Fall identisch in all diesen Sprachen sind. Sogar nicht einmal innerhalb verwandter Sprachen. Während so z. B. im Mazedonischen die Objektverdoppelung der vollständigen Grammatikalisierung am nächsten steht - mit der Funktion, bloße Kasusmarkierungen zu werden bzw. auf direkte und indirekte Objekte hinzudeuten (cf. Topolinska, 2014, S. 1613) - hängt im Bulgarischen die Objektverdoppelung vorwiegend von Diskursfaktoren ab. Die Bedingungen für die Objektverdoppelung in den Balkansprachen können auf einer Skala dargestellt werden:

3 Miševska-Tomic (2008, S. 81)

An dem einen Ende befindet sich die vollständige Grammatikalisierung, während am anderen eine totale Abhängigkeit, die von Diskursfaktoren unterworfen wird, steht. In dieser Hinsicht ist es annehmbar, dass die Objektverdoppelung unterschiedliche Codierungsgrade (pragmatische oder grammatikalische) eher auf der regionalen, als auf der genealogischen Basis offenbart (Friedmann, 2008, S. 36). Ein starkes Argument in dieser Richtung ist die Anwesenheit der Objektverdoppelung in den nicht slawischen Balkansprachen. Tatsächlich zeigt sich eine graduelle Variation entlang einer horizontalen Ost-West-Achse an. Die Objektverdopplung ist im westlichen Balkan stärker grammatikalisiert als im Osten, die durch folgendes Schema dargestellt wird:

(2) Mazedonisch > Albanisch > Rumänisch > Griechisch > Bulgarisch

Während auf der linken (westlichen) Seite des Schemas die Sprachen mit der vorwiegend grammatisch bedingten Verdoppelung stehen, befinden sich auf der rechten (östlichen) Seite die Sprachen mit freier, hauptsächlich pragmatisch bedingter Objektverdoppelung. Anders gesagt variieren die Dialekte mit fast vollständiger Abhängigkeit von Diskursfaktoren in den östlichsten und mit relativ vollständiger Grammatikalisierung in den westlichsten Dialekten. Nach Miševska-Tomić (2008, S. 81) kann zwar in den westlichen bulgarischen Dialekten die Rolle von Diskursfaktoren bei der Objektverdoppelung nicht ausgeschlossen werden, doch werden bestimmte direkte Objekte und spezifische indirekte Objekte öfter verdoppelt als andere. Es herrschen ähnliche Bedingungen wie in den ostmazedonischen Dialekten, die wiederum mehr als die westmazedonischen Dialekte von Diskursfaktoren abhängen.

Die schematische Darstellung in (2) stimmt mit den sprachlichen Konditionen überein, die traditionell als Auslöser für die Objektverdoppelung in den spezifischen Sprachen anerkannt wurden (cf. Kallulli & Tasmowski, 2008, S. 9 und Friedman, 2008, S. 37):

- im Mazedonischen alle definiten direkten Objekte und alle indirekten Objekte;
- im Albanischen alle indirekten Objekte, direkten Objekte, die durch Pronomen der ersten und zweiten Person und alle nicht-fokalen / nicht-rhematischen direkten substantivischen Objekte instanziiert werden;
- im Rumänischen: a) müssen definite direkte und alle indirekten substantivischen Objekte in der präverbalen Position verdoppelt werden; b) Pronominalobjekte verdoppeln sich, wenn sie definite und / oder persönliche Pronomen sind; allerdings ist die Verdopplung nicht erlaubt bei postverbalen direkten Objekten,

die nicht von der Präposition *pe* beherrscht werden (die auf Substantive mit dem [+human] Merkmal beschränkt ist);

- Im Griechischen ist die Objektverdoppelung im Allgemeinen fakultativ, außer mit dem Pronomen „*ólos*“, jeder / alle;
- Im normativen Bulgarischen ist die Objektverdoppelung nicht vorgeschrieben, außer bei der existenziellen Verwendung von *ima* / *njama* (wörtlich ‚haben / nicht haben‘/ es gibt/gibt nicht), und das, obwohl zu erwarten wäre, dass durch die Objektverdoppelung die Kasusbeziehungen deutlicher zu gestalten sind;
- Im Serbischen ist die Objektverdoppelung nur dialektal.

Einer der verworrensten Aspekte der Objektverdoppelung ist die Tatsache, dass die grammatische, semantische und pragmatische Interpretation der Objektverdoppelung in einer Sprache, verschiedenen idiosynkratischen Beschränkungen unterliegt, die es sehr schwer, wenn nicht sogar unmöglich machen, ihre Funktion einheitlich (für alle Sprachen) zu definieren. So sind beispielsweise, wie erwähnt, die grammatischen Funktionen im Mazedonischen und Albanischen ausgeprägter als in anderen Sprachen, da der Grammatikalisierungsgrad in den beiden Sprachen ziemlich weit fortgeschritten ist. Das OZ in diesen Sprachen führt die Funktion der Kasusmarkierung, der Kongruenz zwischen Verb und Objekt und der Transitivitätsmarkierung aus. Für das Mazedonische ist besonders die Kasusmarkierung erwünscht, da diese Sprache über keine Kasusmarkierungen am Nomen oder Artikel verfügt. Die weiteren Funktionen im Albanischen werden wir im nächsten Abschnitt genauer betrachten.

Um die pragmatischen Funktionen zu veranschaulichen, verwenden wir die albanischen, griechischen, bulgarischen und mazedonischen Beispiele von Friedman (2008, S. 49), die durch Frage-Antwort Paare die Diskursfaktoren einbeziehen:

- (3) a. Was hat Anna getan?⁴
b. Was hat Anna gelesen?

4 Auf den ersten Blick scheinen die Frage-Antwort Beispiele in (3) bzw. (4) konstruiert und unrealistisch zu wirken. Es mag sein, dass die Autoren (Kallulli, 2000 & Friedman, 2008) diese Beispiele konstruiert haben, um das Objektverdoppelungsphänomen zu erläutern, unrealistisch sind sie aber nicht. Das beweist auch die kürzlich veröffentlichte experimentelle Arbeit von Kapia (2012), wo ähnliche Frage-Antwort Beispiele benutzt wurden (Kapia, 2012, S. 908):

Context: *Beni, Vera, Goni and Eda were playing soccer. Vera was the goalkeeper. When Beni was in front of the net, Vera fell down.*

Besa: *So, what did Beni do?*

Toni: *Beni i ra top-it.*

Beni it-DAT kicked ball-DAT

‘Beni kicked the ball.’

- c. Wer hat das Buch gelesen?
d. Was hat Anna mit dem Buch gemacht?

Die entsprechenden Antworten lauten:

(4) a.	<i>Ana</i> ∅ Anna	<i>lexoi</i> las	<i>libr-in.</i> Buch _{-DEF.ACC}		(Albanisch)	
	<i>Ana</i> ∅ Anna	<i>dhiavase</i> las	<i>to</i> OZ _{ACC}	<i>vivlio.</i> Buch _{ACC}	(Griechisch)	
b.	<i>Ana</i> Anna	e OZ _{ACC}	<i>lexoi</i> las	<i>libr-in.</i> Buch _{-DEF.ACC}	(Albanisch)	
	<i>Ana</i> Anna	(to) OZ _{ACC}	<i>dhiavase</i> las	<i>to</i> das _{ACC}	<i>vivlio.</i> Buch _{ACC}	(Griechisch)
c.	<i>Ana</i> ∅ Anna	<i>pročete</i> las	<i>kniga-ta.</i> Buch _{-DEF}		(Bulgarisch)	
d.	<i>Ana</i> Anna	ja OZ _{ACC}	<i>pročita</i> las	<i>kniga-ta.</i> Buch _{-DEF}	(Mazedonisch)	

Bevor ich mit der Analyse der gezeigten Frage-Antwort Paare beginne, möchte ich einige Anmerkungen über sprachliche Äußerungen bzw. Sätze aus informationsstruktureller Hinsicht machen. Grob genommen gliedert sich jeder Satz bekanntlich in zwei Teile: in Thema (oder Topik) und Rhema (Fokus/Kommentar)⁵. In den neutralen, prototypischen, nicht markierten SVO - Sätze im Albanischen (wie in den Sätzen der SVO-Balkansprachen allgemein) werden das Thema und das Rhema des Satzes folgenderweise bestimmt: Das Thema ist mit dem Subjekt, das Rhema mit dem Prädikat verbunden. Die Topikalisierung oder Thematisierung wird hier als das Auftreten des Satztopiks oder Satzthemas in der linken Peripherie verstanden, wobei es aus informationsstruktureller Perspektive eine „alte“, schon bekannte bzw.

5 Thema-Rhema, Topik-Fokus oder Topik-Kommentar sind nicht immer synonymische Begriffspaare. Sie sind oft anders definiert, ob beispielsweise die Informationsstruktur von der Sprecher- oder Hörerperspektive betrachtet wird (siehe detaillierter Abrashi (2016)).

gegebene Information darstellt, die in der gesprochenen Sprache unbetont bleibt. *In concreto*: wenn in einem Frage-Antwort Paar eine Entität oder Geschehen durch die Frage eingeführt wird, dann wird ihre Wiedererscheinung in der Antwort als gegebene, schon bekannte Information betrachtet. Das gegenübergestellte Rhema oder der Kommentar ist die „neue“, unbekannte Information, die in gesprochener Sprache betont ist und oft als Fokus bezeichnet wird. Anders gesagt, wenn eine Entität oder Geschehen erst in der Antwort auftaucht, dann werden sie als neue, unbekannte Information in einem Frage-Antwort Diskurs betrachtet. Ein Satz besteht somit, zusammenfassend gesagt, aus einem thematischen und rhematischen bzw. einem Topik- und Fokusbereich.

In unseren Beispielen ist (4a) die Antwort auf die Fragen (3a) und (3b). In (4a) kommt das OZ nicht vor, da *librin* (*das Buch*) die neue Information im Frage-Antwort Diskurs ist und dementsprechend zum rhematischen Bereich des Satzes gehört. (4b) ist die Antwort auf die Fragen (3c) und (3d), deshalb ist das OZ vorhanden, weil die neue Information nicht mehr eine Entität (*librin* - ‚*das Buch*‘), sondern ein Leseereignis (*lexoi* - ‚*las*‘) ist, das Objekt gehört jetzt zu dem thematischen Bereich des Satzes. Um Teil dieses Bereich des Satzes zu werden, wird dieses Vorgehen mit entsprechenden Klitika wie z. B. ‚*e*‘ im Albanischen, ‚*to*‘ im Griechischen oder ‚*ja*‘ im Mazedonischen gekennzeichnet, die bei Glossierung oder interlinearen deutscher Übersetzung als OZ dargestellt sind. Diese klitischen Erscheinungen stellen eigentlich die sogenannten gekürzten ehemaligen Personalpronomen dar. Es ist zu bemerken, dass das Griechische im Vergleich zum Albanischen, den Ausfall des Klitikon unabhängig von der gestellten Frage erlaubt, obwohl das Griechische das Klitikon in denselben Kontexten bevorzugt, in denen es im Albanischen verlangt wird. Im Mazedonischen ist die Objektverdoppelung, unabhängig von Diskurskonditionen, die einzige akzeptable mögliche Option, wohingegen die bulgarische Norm nur die nichtreduplizierte Version akzeptiert⁶.

Nach Kallulli (2000, S. 22) werden ähnliche Ergebnisse wie bei den Frage-Antwort-Beispielen auch durch den lexikalischen Fokus gezeigt, wenn ein entsprechendes Fokuspartikel ausgeführt wird. In diesem Fall (im Kontext eines einfachen SVO-Satzes) gehört das nicht fokussierte Element in den thematischen bzw. Topik-Bereich.

6 Nach der zitierten Literatur von Friedman (2008, S. 50), ist jedoch davon auszugehen, dass das umgangssprachliche Bulgarische dem albanischen Muster entspricht.

(5) a.	<i>Pap-a</i>	Ø	<i>vizitoi</i>	<i>madje</i>	<i>TIRANËN</i> ⁷ .	(Albanisch)
	Der Papst	Ø	besuchte	sogar	TIRANA- _{DEF ACC}	
	<i>O Papas</i>	Ø	<i>episkeftike akoma ke ta</i>	<i>TIRANA.</i>		(Griechisch)
	Der Papst	Ø	besuchte sogar und die	_{ACC} TIRANA		
	<i>Papa-ta</i>	ja	<i>poseti</i>	<i>duri i</i>	<i>TIRANA.</i>	(Mazedonisch)
	Der Papst	OZ	besuchte	sogar und	TIRANA	
b.	<i>Madje</i>	<i>PAP-A</i>	e	<i>vizitoi</i>	<i>Tiranën.</i>	(Albanisch)
	sogar der	Papst	OZ	besuchte	Tirana- _{DEF ACC}	
	<i>Akoma ke</i>	<i>o PAPAS (ta)</i>	<i>episkeftike ta Tirana.</i>			(Griechisch)
	sogar und	der Papst (OZ)	besuchte die	_{ACC} Tirana		
	<i>Duri i</i>	<i>PAPA-TA</i>	ja	<i>poseti Tirana.</i>		(Mazedonisch)
	sogar und	der Papst OZ	besuchte	Tirana		

Hier sehen wir, dass ein fokussiertes Objekt (s. Großschreibung) im Griechischen und Albanischen wie im Beispiel (5a) nicht verdoppelt werden kann, während im Beispiel (5b) das nicht fokussierte direkte Objekt im Albanischen verdoppelt werden muss und im Griechischen verdoppelt werden kann. Im Mazedonischen müssen sowohl fokussierte (5b) als auch nicht fokussierte Objekte (5a) verdoppelt werden⁸.

Die Analyse der Beispiele (4) und (5) zeigt uns, dass es nicht möglich ist, eine einheitliche Regel für die Objektverdoppelung für alle Balkansprachen zu verfassen. Besonders, wenn wir so viele verschiedene grammatische und Diskurs-Funktionen berücksichtigen. Wir können sagen, dass jede Sprache die Objektverdoppelung für ihre eigenen spezifischen Bedürfnisse verwendet. Es kann daher davon ausgegangen werden, dass ein mögliches eindeutiges Äquivalent in der deutschen Sprache kaum zu erwarten ist. Darüber hinaus sind nicht alle Sprachen gleich empfindlich auf grammatische und diskursive Kontexte. So beispielsweise ist die mazedonische Sprache indifferent auf

7 Der Kontrastakzent wird durch Großschreibung gekennzeichnet.

8 Es gibt jedoch wenigstens einen Fall im Albanischen und Griechischen, wo eine Reduplizierung verlangt wird und im Mazedonischen normalerweise nicht. Das ist der Fall der sog. Ergänzungssätze von faktischen Verben oder besser gesagt bei faktischen Kontexten. Dies ist ein Beweis dafür, dass die Objektverdoppelung im Mazedonischen noch nicht vollständig grammatikalisiert ist.

diskursive Kontexte, während das Griechische in vielen Fällen ein fakultatives Verhalten zeigt. Folglich werde ich, um ein mögliches Äquivalent im Deutschen zu finden (oder zu überprüfen), eine der Balkansprachen auswählen, sodass die angewendeten Untersuchungsverfahren in dieser Sprache als Modelverfahren in andere Balkansprachen implementiert werden können. In diesem Artikel wurde die albanische Sprache aufgrund der Tatsache gewählt, da diese Sprache sowohl die grammatischen, als auch die diskursspezifischen Merkmale (wie eben gezeigt wurde), am deutlichsten zum Ausdruck kommen lässt.

2. Das Pronomen *es* als Äquivalent der Objektverdoppelung?

Die Gründe warum wir das Pronomen *es* als Äquivalent zu OZ untersuchen wollen, sind zweifach: (i) weil nach Gallmann (2018, S. 4) bei Konstruktionen mit Korrelaten im Deutschen eine Art Verdoppelungskonstruktion vorliegt und (ii) da das OZ einige Funktionen als das expletives Pronomen ausführt. Deshalb möchte ich prüfen, ob das OZ eine expletive NP ist.

Korrelate sind Elemente, die eine Korrelatsverbindung ausführen. Diese Verbindung besteht aus einem anaphorischen oder deiktischen Ausdruck und einer Infinitivkonstruktion oder einem Nebensatz⁹. Zu Korrelaten gehört auch das Pronomen *es*, das abhängig von dem Verb des übergeordneten Satzes als Korrelat zu einem Subjekt-oder-Objektsatz auftreten kann. Ob im Deutschen eine ähnliche Objektverdoppelung wie in den Balkansprachen vorliegt, untersuche ich in den folgenden Beispielen:

(6) a) Alle haben *es* gemerkt, dass er ein Lügner ist. (Buchholz/ Fiedler, 1987, S. 442)

Të gjithë e kuptuan se është gënjeshtar.

Alle OZ_{akk} gemerkt, dass ist Lügner.

b) Ich wusste *es*, dass er zu spät kommen wird.

E di-ja_{AOR.1Ps'} se vjen shumë vonë.

OZ_{akk} wusste, dass wird kommen zu spät.

In beiden Beispielen ist das Korrelat-Pronomen *es* mit OZ_{akk} *e/E* äquivalent, obwohl das Korrelat-Pronomen im Deutschen hinter und das OZ im Albanischen vor dem Verb

⁹ Siehe detaillierter Zifonun (1997, S. 1475-1490)

steht. In einigen Fällen lösen sie sogar Faktizität zu nicht-faktiven Verben (z. B. *glauben*) aus¹⁰:

(7) a) Ich glaubte, dass Peter gegangen ist. (nicht-faktiv)
Besova se Pjetri shkoi.
 glaubte dass Peter ging

b) Ich glaubte *es*, dass Peter gegangen ist. (faktiv)
E besova se Pjetri shkoi.
 OZ_{AKK.} glaubte dass Peter ging.

Die Präsenz des Korrelat-Pronomens *es* im Deutschen und OZ_{AKK.} im Albanischen (7b) lösen Faktizität aus, sodass das Verneinen des Nebensatzes mit einem faktiven Verb (7b) zum Widerspruch (8b) führt, während bei einem Verneinen eines Nebensatzes mit einem nicht-faktiven Verb (7a) kein Widerspruch vorliegt (8a):

(8) a) Ich glaubte, dass Peter gegangen ist (aber er ist geblieben).
Besova se Pjetri shkoi (por ai mbeti.)
 b) Ich glaubte *es*, dass Peter gegangen ist (* aber er ist geblieben).
E besova se Pjetri shkoi (por ai mbeti)*

Ein Charakteristikum der deutschen Konstruktionsverdoppelung ist aber, dass das Korrelat- Pronomen verschwindet, wenn der Nebensatz vorangestellt wird, wie die folgenden Beispielen in (9) zeigen:

(9) a) Dass er ein Lügner ist, haben alle gemerkt. (D) (Alb.)
Se është gënjështar e kuptuan të gjithë.
 Dass ist Lügner OZ_{AKK.} gemerkt alle.

b) Dass er zu spät kommen wird, wusste ich.
Se do të vjen shumë vonë e dija.
 Dass wird kommen zu spät, OZ_{AKK.} wusste_{AOR.1Ps.}

10 Faktive Verben unterscheiden sich von nicht-faktiven Verben darin, dass der Wahrheitswert des Nebensatzes des Ersten vorausgesetzt wird (Präsupposition), während der Wahrheitswert des Nebensatzes des Letzten behauptet wird (Assertion). Siehe Kallulli (2008, S. 232)

Im Albanischen verschwindet das OZ nicht, obwohl der Nebensatz vorangestellt wurde. Der Grund für einen solchen Unterschied zum Deutschen liegt darin, dass das Korrelat-Pronomen *es* im Deutschen auf einen nachgestellten Nebensatz verweist, der im Nachfeld des übergeordneten Satzes steht, sodass das Korrelat schlicht ein Nebensatzplatzhalter ist. Wenn der Nebensatz vorgeschoben wird, dann verliert das Korrelat seine „reservierte“ Position bzw. seine ergebene Funktion und infolgedessen verschwindet es. Das OZ im Albanischen verweist dagegen (in beide Richtungen) ungeachtet davon ob der Nebensatz vor- oder nachgestellt wird, sodass seine Funktion, auf den Objektsatz zu verweisen, anhaltend bleibt. Das zeigt tatsächlich, dass das OZ schlicht ein Stellvertreter für das Objekt bzw. den Objektsatz ist. Daher wird er sehr oft, wie in Beispiel (10), in der referierenden Funktion gebraucht:

(10) Der referierende Gebrauch:

a) *Mëngjesin e 12 prillit më (OZ_{AKK}) thirri komisari e, pa më (OZ_{AKK}) vështruar në sy, më (OZ_{DAT}) dha një urdhër transferimi dhe më (OZ_{DAT}) tha se duhej të nisesha menjëherë*¹¹.

b) Am Morgen des 12. April rief *mich* der Kommissar an, ohne *mir* in die Augen zu schauen, gab (*mir*) einen Überweisungsbefehl und sagte (*mir*), ich müsste sofort gehen.

In (10a) referiert das OZ (*më*) zweimal im Akkusativ (OZ_{1Ps.Sg.AKK}) und zweimal im Dativ (OZ_{1Ps.Sg.DAT}) im Albanischen auf den Ich-Erzähler, der sogar als Objekt (*muaj_{AKK/DAT}: mich_{AKK}/mir_{DAT}*) nicht einmal auftreten braucht, da die notwendigen Funktionen (durchaus) von seinem Stellvertreter ausgeführt werden. Das OZ hat die personszeigende Funktion seiner pronominalen Herkunft bewahrt, deshalb dient es auch als referierendes grammatisches Werkzeug im Text, um das Merkmal Person für das Objekt zu markieren, auf die die Handlung gerichtet ist. Anders gesagt, dient das OZ lediglich als Indikator der Verb-Objekt-Beziehung. Das Vorhandensein oder Fehlen eines OZ vor demselben Verb bringt unterschiedliche Bedeutungen zum Ausdruck. So äußert das Verb + OZ (*më hahet:essen*) beispielsweise in (11a) einen inneren Zustand bzw. einen spezifischen Willen:

- | | |
|--|-------------------------------------|
| (11) a) <i>Ky lloj mishi më hahet.</i> | b) <i>Ky lloj mishi hahet këtu.</i> |
| (*Diese Art Fleisch OZ _{1Ps.Sg.DAT} essen). | (*Diese Art Fleisch essen hier). |
| Diese Art Fleisch mag ich essen. | Diese Art Fleisch isst man hier. |

11 Die OZ Formen für die 1. und 2. Person Singular und Plural im Akkusativ und Dativ stimmen im Albanischen völlig miteinander überein, siehe Buchholz/ Fiedler (1987, S. 449)

In (11b) weist aber das gleiche Verb (*hahet:essen*) ohne OZ auf eine Modalität hin. Außerdem zeigt das folgende Beispiel, wie die OZ auch über ein Perspektivierungspotential verfügen:

(12) *Larg vapës, mes pyllit, lumit dhe liqenit, Driloni (të) ofron një park gjigant prej 20 hektarësh*¹².

Weit weg von der Hitze, zwischen Wald, Fluss und See, bietet Drilon (*dir*) einen riesigen Park von 20 Hektar an.

Wenn das OZ *të (dir)* in (12) vorhanden ist, dann verknüpft es die Handlung mit jedem Interlokutor. Im Unterschied zu dem Pronomen *es*, ist das OZ niemals ein leerer (unpersönlicher) Aktant. Es kann (eventuell) auf der semantischen Ebene als Äquivalent zu dem Pronomen *es* betrachtet werden, aber nur wenn das Letzte einen referierenden Gebrauch ausübt, obgleich man bemerken muss, dass das OZ nur auf das Objekt, und nicht wie das Pronomen *es* auf das Subjekt und Prädikativ, referiert.

Eine ähnliche Situation besteht auch auf der syntaktischen Ebene, wo nur wenige Gemeinsamkeiten vorhanden sind. So beispielsweise können beide (*es* und OZ) eine Vorfeldplatzhalterstellung übernehmen, wenn aufgrund der Intention des Sprechers oder der Informationsstruktur des Satzes kein anderes geeigneteres Satzglied gefunden wird (cf. Duden, 2016, S. 836).

(13) a) <i>Më</i>	<i>flihet shumë.</i>	b) <i>Më</i>	<i>hahet shumë.</i>
(OZ _{1Ps, Sg, DAT} schlafen viel)		(OZ _{1Ps, Sg, DAT} essen viel)	
Ich könnte viel schlafen.		Ich könnte viel essen.	

So ist beispielsweise bei unpersönlichen Eingliedsätzen mit einem nicht-aktiven Verb wie in (13a) und (13b) das OZ unverzichtbar¹³, obwohl es semantisch nicht leer und (ähnlich wie das Pronomen *es* in dieser Stellung) kein Subjekt des Satzes ist. Dass das OZ gerade nur ein Platzhalter ist, wird durch Einsetzung der Präposition *këtu (hier)* gezeigt, wobei das OZ von seiner Vorfeldplatzstellung verschwindet:

12 Dieses Beispiel im Albanischen wurde von Çeliku (2012, S. 171) übernommen.

13 Siehe Çeliku (2012, S. 169)

- (14) a) *Këtu flihet shumë.* b) *Këtu hahet shumë.*
 (hier schlafen viel) (*hier essen viel)
 Man kann hier viel schlafen. Hier kann man viel essen.

Als Fazit dieses Abschnitts lässt sich festhalten, dass das Pronomen *es* nur peripher, oder besser gesagt, nur unter einigen spezifischen OZ Verwendungen als Äquivalent zu dem OZ angenommen werden kann.

3. Scrambling im Deutschen

Aufgrund der scheinbar freien Abfolge von Verbargumenten im Mittelfeld des Satzes wird die deutsche Sprache als eine Sprache mit verhältnismäßig freier Wortstellung eingeordnet. In der Tat ist aber die Abfolge der Argumente im Mittelfeld nicht so frei.

Diese Abfolge ist durch verschiedene Faktoren wie: (a) syntaktische und informationsstrukturelle Funktion, (b) Bedeutung, (c) Form und Länge sowie (d) Akzent der Argumente gesteuert. Wie diese Faktoren zusammenwirken und auf welche Weise die Abfolgeregularitäten das Mittelfeld bestimmen, ist nach Eisenberg (2013, S. 381) nur teilweise geklärt. Er typisiert zwei Arten von Regeln, die diese Faktoren berücksichtigen: (i) feste Abfolgen für bestimmte Satzglieder, deren Abweichung zu Nichtgrammatizität führt, wie z. B. die Abfolgen von Pronomina und Abtönungspartikeln und (ii) keine festen Abfolgen, die aber Präferenzen oder Tendenzen zeigen, wie z. B. wenn eine definite vor einer indefiniten Nominalphrase steht. In diesem Fall wird die Erste gegenüber der Letzten nach links versetzt (Duden, 2016, S. 872). Da nicht jede Abfolgevariante für jeden Äußerungskontext passabel ist, sind nach Lenerz (1977, S. 6) nicht alle möglichen Abfolgevarianten im Mittelfeld gleichwertig. Eine davon erscheint „normaler“ als die anderen. Dementsprechend gibt es nach Lenerz markierte, die (im Gegensatz zu unmarkierten Abfolgen) bestimmten Bedingungen unterliegen. Die Abweichung von unmarkierten Abfolgen (durch Umstellung der Satzglieder) bezeichnet man im Rahmen der generativen Grammatik als Scrambling (Engl. *to scramble: herumrühren*). Dieser Begriff hat sich in der Zwischenzeit auch in anderen Grammatiken wie beispielsweise im Duden (2016, S. 868) oder bei Eisenberg (2013, S. 383) durchgesetzt.

Um die Merkmale des Scrambling darzulegen, ist es notwendig, zunächst die Konditionen und Motiviertheit der „normalen“ Abfolge vorzustellen. Im Allgemeinen

wird diese als eine grundlegende Abfolge erfasst und alle anderen (wie auch immer ihre spezifischen Eigenschaften sein mögen) werden durch Scrambling abgeleitet.

Nach Höhle (1982, S. 76) kann eine „normale“ Wortstellung nur bei einer „normalen“ Betonung vorkommen bzw. eine „normale“ Wortstellung ist nicht unabhängig von der Betonung. Wie aber unterscheidet man eine „normale“ von einer „nicht normalen“ Betonung? Wie schwierig es ist, eine solche Entscheidung zu treffen, zeigt sich besonders in den Beispielen (übernommenen von Eisenberg, 2016, S. 383), wo das letzte Komplement vor der rechten Satzklammer den Hauptakzent trägt:

- (15) a. Emma hat dem Studenten das Auto geliehen.
 b. Emma hat dem Studenten *das Auto* geliehen¹⁴.
- (16) a. Emma hat das Auto dem Studenten geliehen.
 b. Emma hat das Auto *dem Studenten* geliehen.

Nach Höhle sind Sätze in (15) und (16) normalbetont (cf. Kursivschreibung) und haben eine „normale“ Wortstellung. Es zeigt sich aber, dass die „Normalabfolge“ (Höhle, 1982) bei allen Fokussierungen möglich ist:

- (17) a. Emma hat dem Studenten *das Auto* geliehen.
 b. Emma hat *dem Studenten* das Auto geliehen.
 c. *Emma* hat dem Studenten das Auto geliehen.
 d. Emma hat dem Studenten das Auto *geliehen*.
 e. *Emma* hat dem *Studenten* das Auto geliehen.

sogar auch bei mehrfachen Fokussierungen wie in (17e) (Lernerz, 2014, S. 7). Alle Sätze in (17) haben eine „normale“ Wortstellung, verfügen jedoch nicht über das gleiche Fokuspotential, der umso größer ist, je mehr Fokusmöglichkeiten bzw. mögliche Foki einen Satz zulassen. Das Fokuspotential kann anhand eines Fragetests ermittelt werden, der dadurch den relevanten Kontext für die entsprechende Betonung des Satzes bildet.

- (18) a. Was hat Emma dem Studenten geliehen?
 Emma hat dem Studenten [*das Auto*]_f geliehen.

14 In diesem Beitrag kennzeichne ich den Satzakkzent mit Kursivschreibung, und den Fokusakkzent mit Großschreibung.

b. Was hat Emma hinsichtlich des Studenten gemacht?

Emma hat dem Studenten [*das Auto* geliehen]_F

c. Was hat Emma gemacht?

Emma hat [dem Studenten *das Auto* geliehen]_F

d. Was hat der Student erlebt?

[Emma]_F hat [dem Studenten *das Auto* geliehen]_F

e. Was ist geschehen?

[Emma hat dem Studenten *das Auto* geliehen]_F

Die mit F indizierten Klammern markieren in (18) den Fokusbereich, dessen Information im Satz aufgrund des relevanten Kontexts nicht bekannt bzw. neu ist. Durch Fokusprojektion, der sich von der unmittelbar akzentuierten Konstituente (*das Auto*) im Satz ausbreitet, wird der Umfang der erfragten Information im jeweils zweiten Satz in (18) variabel, dadurch ergeben sich fünf Eventualitäten mit unterschiedlich neuen Informationen bzw. Rhematisierungen. Nach Höhle (1982, S. 141) hat ein Satz stilistisch „normale“ Betonung g. d. w. die Ausbreitung des Fokus auf den ganzen Satz zulässt, weil sie kontextuell am wenigsten restringiert ist (Hofmann, 1994, S. 15). Im Deutschen fällt die „normale“ Betonung auf die Endstellung des Mittelfeldes (Pittner/Berman, 2015, S. 148), so dass nur die Sätze (15b) und (16b) als Sätze mit einer „normalen“ Betonung betrachtet werden können, nicht aber die Sätze (17b-e) die keine Ausbreitung des Fokus auf den ganzen Satz erlauben. Anders gesagt, aus einer Menge von Sätzen mit unterschiedlicher Konstituentenfolge weisen zwei Sätze mit gleichem Betonungsmuster und unterschiedlicher Wortstellung eine „normale“ Wortstellung auf.

Es gibt also nicht nur eine „normale“ Satzgliedabfolge. Dementsprechend stellt sich die Frage: welche von beiden ist „normaler“? In diesem Sinne unterscheidet Eisenberg (2013, S. 384) zwischen „normalen“ und unmarkierten Satzgliedabfolgen, die im Vergleich mit markierten keinen bestimmten Einschränkungen unterliegen (Lenerz, 1977), d.h. bei sonst gleichen Verhältnissen kann es nur eine unmarkierte Satzgliedabfolge geben. Lenerz ermittelt die Fokussierung bzw. Rhematisierung der beiden Objekte in den Beispielen (19b) und (20b):

(19) a. Emma hat dem Studenten *das Auto* geliehen.

b. Emma hat *dem Studenten* *das Auto* geliehen.

(20) a. Emma hat *das Auto dem Studenten* geliehen.

b. *Emma hat *das Auto dem Studenten* geliehen.

und kommt zu dem Schluss, dass die Abfolge indirektes Objekt (IO) vor direktes Objekt (DO) als unmarkierte Satzgliedabfolge für die meisten Verben (die zwei Objekte aufnehmen) angenommen wird. Ein weiteres Argument für die unmarkierte Abfolge IO > DO ergibt sich aus der Distribution von definiten und indefiniten NPs (Fettdruck):

- (21) a. Emma hat dem Studenten **ein Auto** geliehen.
 b. Emma hat **einem Studenten** das Auto geliehen.

- (22) a. Emma hat das Auto **einem Studenten** geliehen.
 b. *Emma hat **ein Auto** dem Studenten geliehen.

Beim Vergleich von (21) und (22), stellt man fest, dass ein indefinites DO nicht über ein definites IO gestellt werden sollte, dass aber das Gegenteil: ein indefinites IO über ein definites DO wohl möglich ist. Mit anderen Worten unterliegt die Abfolge IO > DO im Vergleich mit DO > IO weder Einschränkungen für den Fokus noch für die Distribution definitiver / indefinitiver NPs, deshalb schlussfolgert Lenerz (1977), dass die Abfolge IO > DO die unmarkierte Satzgliedabfolge ist.

4. Objektverdoppelung und Scrambling

Da die Objektverdoppelung und Scrambling, nach einigen Linguisten - wie Artemis & Anagnostopoulou (1997), Black (1997) Kallulli (1999, 2000) usw. - mit der Wortstellung und Informationsstruktur des Satzes in unmittelbarer Beziehung stehen und gemeinsame formale Eigenschaften aufweisen, wurde versucht, beide syntaktische Erscheinungen, zusammenzubringen.

Nach Lenerz (2002, S. 179) findet Scrambling im Deutschen unter folgende Bedingungen statt:

- (23) a. [\pm def IO] > [\pm def DO]: "unmarkierte Abfolge", unabhängig von der Fokusposition
 Vgl. (17a), (17b), (17c), (17d).
 b. [+def DO] > [IO]_F: Scrambling von [+def, -F] ist ok! Vgl. (19)
 c. * [\pm def DO]_F > IO = *Scramble nicht den Fokus!* Vgl. (19) und (20)
 d. * [-def DO] > [IO]_F = *Scramble nicht den Indefiniten!* Vgl. (21) und (22)

Bedingungen (nach Kallulli (2000)) unter denen eine Objektverdoppelung erscheinen kann, werden in (24) vorgelegt:

- (24) a. Verdoppele nicht den Fokus! Vgl. (5a) und (5b)
b. Verdoppele nicht den [-definit], wenn das Objekt ohne Artikel vorkommt! Vgl. (25a), (25b) und (25c) aus dem Albanischen:

- (25) a. *Ana e lexon libr-in.*
(Anna OZ liest Buch-DEF)
Anna liest das Buch.
b. *Ana e lexon një libër.*
(Anna OZ liest ein Buch.)
Anna liest ein Buch.
c. **Ana e lexon libër./ Ana Ø lexon libër.*
(Anna OZ liest Buch.)
*Anna liest Buch.

Wir bemerken, dass in (25) die Bedingung (24b) stattfindet, nur wenn das Objekt mit dem semantischen Merkmal [-definit] also ohne Artikel vorkommt.

Normalerweise kann das Scrambling im Deutschen nicht durchgeführt werden, wenn statt eines definiten ein indefiniter Artikel erscheint (vgl. (19a), (21a) und (22b)). Es gibt jedoch Fälle im Deutschen, in denen die Objekte ein ähnliches Verhalten wie bei der albanischen Objektverdoppelung zeigen: scramble nicht wenn das Objekt ohne Artikel vorkommt. Diesbezüglich hat Lenerz (2002, S. 181) bemerkt, dass es Beispiele gibt, die im Gegensatz zu der Bedingung in (23d) stehen. Diese Bedingung deutet an, dass ein indefinites DO nicht über ein IO gescrambled werden sollte, selbst wenn das Merkmal (23c) für das Fokus Scrambling nicht verletzt wird:

- (26) Wem erzählt Peter einen obszönen Witz?
Peter erzählt *einen obszönen Witz* immer einem Schulfreund.

In (26) ist ein indefinites DO über einem IO gescrambled. Wenn das DO nicht über eine existenzielle generische Lesart verfügt, kann nach Lenerz gescrambled werden. Diese Generizitätseffekte entstehen oft dann, wenn eine indefinite Nominalphrase ins linke

Mittelfeld bewegt wird¹⁵. In diesem Fall tritt die existenzielle Lesart der Phrase zurück, sodass nur eine generische zur Verfügung steht. Daher schlug Lenerz (2002, S. 181) vor, die Bedingung (23d) wie folgt zu modifizieren:

(27) *Scramble nicht die existenziellen Indefiniten*

Mit dieser Modifizierung sind die Bedingungen (23d) und (24b) identisch. Das Scrambling kann demzufolge wie in (28b) nicht durchgeführt werden, nur wenn eine Nominalphrase ohne indefiniten Artikel erscheint:

- (28) a. Ich habe im Garten **Zeitung** gelesen.
 b. *Ich habe **Zeitung** im Garten gelesen.

Es scheint jedoch, dass die Problematik noch komplexer ist, als es anfangs gedacht war, da Lenerz (2002, S. 186-187) nur wenige Seiten weiter behauptet, dass sogar die modifizierte Bedingung zu stark ist. Der Grund dafür ist das von ihm gezeigte Beispiel, in dem eine existenzielle Nominalphrase (also ohne Artikel) gescrambled werden konnte. Während man beispielsweise für (29a) sagen kann, dass es eine generische Interpretation hat, kann man sich für (29b) aber nur eine nicht-generische Interpretation vorstellen:

- (29) a. weil Väter natürlich oft mit ihren Kindern spielen.
 b. weil Väter natürlich auch gestern mit ihren Kindern spielten.

Wir werden uns hier dennoch nicht weiter mit dieser Problematik befassen, um eine Erklärung für (29b) zu finden. Für uns ist wichtig festzustellen, dass im Vergleich zur Objektverdoppelung das Scrambling auch diejenige Nominalphrasen bzw. Objekte durchführen können, die über keine Artikel verfügen. Wir haben schon gesehen, dass in solchen Nominalphrasen kein OZ vorkommt¹⁶. Diese Unstimmigkeit zwischen Scrambling und Objektverdoppelung stellt eines der Argumente gegen die Hypothese der oben genannten Linguisten dar.

15 Siehe auch Struckmeier (2014, S. 234)

16 Um alle Sachverhalte zu erfassen, zeigt Friedmann (2008) das Ausnahmen, obwohl sehr selten, möglich sind. Er bringt auf Seite 42 das mazedonische Beispiel (7) aus dem 19. Jahrhundert und auf der Seite 46 das Beispiel (16) aus dem gesprochenen Bulgarisch.

Ein anderer Zusammenführungspunkt zwischen Scrambling und Objektverdopplung kommt von der Beobachtung dergleichen Sprachwissenschaftlern, dass akzentuierte NPs durch Scrambling (im Deutschen) oder Verdoppelung (im Albanischen) de-akzentuiert werden:

- (30) a. *Agimi kishte humbur një kuletë.*
 (Agim hatte ein Portemonnaie verloren).
 b. *Agimi kishte humbur kuletën.*
 (Agim hatte das Portemonnaie verloren).
 c. *Agimi e kishte humbur një kuletë.*
 (Agim OZ hatte ein Portemonnaie verloren).
 d. *Agimi e kishte humbur kuletën.*
 (Agim OZ hatte das Portemonnaie verloren).

Neben dem Unterschied, der sich aus dem Vorhandensein oder Fehlen des Objektzeichens nach Buchholz (1977, S. 93) ergibt, bestehen zwischen jeweils beiden Sätzen (30a), (30c) und (30b), (30d) auch Akzentunterschiede (Kursivschreibung). In (30a) und (30b) wo kein Objektzeichen anwesend ist, trägt das Objekt (*kuletën/kuletë*) den Hauptakzent, während in (30b) und (30d) wo das Objektzeichen auftritt, der Hauptakzent nicht auf dem Objekt, sondern auf dem Verb (*humbur*) liegt. Solch ein Verlauf ist verständlich, wenn wir berücksichtigen, dass ein Objektzeichen (OZ) ein klitisiertes Personalpronomen ist und mit dem Objekt eine anaphorische Relation (ein Verfahren die Topik identifiziert, grammatisch nicht klar) bildet.

Nach Molnarfi (2004, S. 347) kann unter spezifischen Kontextbeziehungen das gleiche Ergebnis auch im Deutschen erwartet werden:

- (31) a. dass Peter gestern *den Vogel* abgeschossen hat.
 b. dass Peter gestern den VOGEL abgeschossen hat.
 c. dass Peter den Vogel gestern *abgeschossen* hat.

Im Gegensatz zum idiomatischen Lesen in (31a) gibt es eine semantische Verschiebung in der Interpretation der bestimmten NP (*den Vogel*) in (31b) und (31c). Die idiomatische Lesart geht aber verloren, wenn das direkte Objekt kontrastiv akzentuiert ist (s. Großbuchstaben) oder links vom Adverb (*gestern*) gestellt (gescrambled) wird (vgl. (31c)). In (31c) kann die „de-akzentuierte“ NP nur anaphorisch interpretiert werden. Daraus folgt,

dass die de-Akzentuierung durch das Scrambling das direkte Objekt als diskursgebunden zu interpretieren zwingt. Darüber hinaus zeigen Abraham & Molnarfi (2002, S. 19), dass im Deutschen (ähnlich wie in einigen anderen germanischen Sprachen) über Satzadverbien gescrambelte Definita de-akzentuiert und als diskursanaphorisch interpretiert werden können. Sie stellen auch fest, dass das Scrambling von Definita nicht optional sein kann, da einerseits die Indefinita auf der VP-internen Domäne abgebildet und aufgrund ihres Satzakzents als Default-Rhema betrachtet werden. Andererseits wird die Grundposition von lexikalischen Definita links von Satzadverbien, im Thema-Bereich, angenommen. In diesem Sinne wird in den nächsten Beispielen (32) gezeigt¹⁷, dass Scrambling von direkten Objekten im Deutschen in anaphorischen Kontexten, die durch JA-NEIN Fragen entstehen können, obligatorisch ist.

- (32) a. Frage: Hat der Papst *Tirana* endlich besucht?
 b. Antwort: Der Papst hat *Tirana* noch immer nicht besucht.
 c. Antwort: # #Der Papst hat noch immer nicht *Tirana* besucht.¹⁸

Die Tatsache, dass das Scrambling unter anaphorischen Kontexten des direkten Objektes im Deutschen obligatorisch ist, kann ein Indiz sein, dass Scrambling ein [-Fokus] (de-Akzentuierung) oder [+Topik] Merkmal an dem direkten Objekt lizenziert. Da das OZ die gleichen Merkmale ebenfalls an dem direkten Objekt lizenziert, sind nach Kallulli (1999, S. 49) und obenerwähnten Linguisten die Parallelen, oder besser gesagt, die Ähnlichkeiten zwischen der Objektverdoppelung und Scrambling offensichtlich.

Zwar sollen fokussierte Elemente nicht gescrambled sein, es scheint jedoch nach Struckmeier (2016, S. 386), dass die fokussierten Elemente (wie die Frage-Antwort in (33) zeigt) immerhin bewegungsfrei sind bzw. gescrambled werden können.

- (33) Frage: Wenn Ärzte nur für kranke Patienten bezahlt würden - wie viele Patienten würden sie NICHT heilen?
 Antwort: Dann würden die (wohl) [ALLE Patienten]_F (wohl) nicht mehr heilen.

Struckmeier behauptet, dass der Grund, warum sich der All-Quantor bewegt, darin liegt, dass die beabsichtigte semantische Interpretation einfach ein syntaktisches C-Kommando

17 Siehe Kallulli (1999, S. 49).

18 Das Beispiel (32c) ist grammatisch korrekt und ist eine geeignetere Variante in diesem JA-NEIN Fragediskurs nur dann, wenn *Tirana* einen Fokusakzent erhält.

des Quantors über die Negation (NICHT) erfordert. Der Hinweis, den das Beispiel in (33) gibt, beinhaltet jedoch auch, dass die Bedingung (23c) einem Modifizierungsverfahren unterliegen sollte. Oder vielleicht ist es sogar besser, wie Struckmeier vorschlägt, die Bedingung (23c) vollständig aufzugeben. Dementsprechend haben die ähnlichen überzeugenden Befunde wie in (33) und Struckmeier (2014), (2016) zu der Hypothese veranlasst, dass die grundlegenden syntaktischen Operationen, die erforderlich sind, um das Scrambling im Deutschen abzuleiten, genauso gut vollständig auf informationsstrukturelle Konstellationen verzichten könnten. Er suggeriert damit, die 35-jährige Tradition aufzugeben, da Scrambling im Deutschen von Prosodie und Semantik gesteuert wird.

Es mag sein, dass Struckmeier für seine (vielleicht radikale) Hypothese noch zusätzliche sprachwissenschaftliche und empirische Unterstützung braucht, für diesen Beitrag ist aber wichtig, dass Scrambling nicht immer das Merkmal [-Fokus] lizenziert oder besser gesagt, nicht immer als ein De-Akzentuierungswerkzeug, wie das OZ, wirken kann. In dieser Hinsicht können wir schließen, dass die Annahme von Kallulli (1999) und anderen erwähnten Autoren, modifiziert werden sollte, da die Objektverdoppelung und das Scrambling nicht immer die gleichen Merkmale zuweisen und nicht immer von den gleichen Sprachmechanismen getrieben werden.

4. Schlussfolgerung

Eine Besonderheit aller indoeuropäischen Balkansprachen ist die Objektverdoppelung. Da die deutsche Sprache keine Objektverdoppelung verwendet, war das Ziel dieses Artikels das mögliche Äquivalent im Deutschen zu untersuchen. Nach einer Recherche in der Literatur stellte sich heraus, dass zwei Bewerber zu berücksichtigen sind: das Pronomen *es* und Scrambling. Es gibt zwei Gründe, warum der Erste ausgewählt wurde: (i) es wird vermutet, dass eine Art der Konstruktionsverdoppelung bei Verwendung des Pronomens *es* als Korrelat vorliegt, und (ii) da das OZ einige Funktionen als das expletive Pronomen *es* ausführt, möchten wir prüfen, ob das OZ mit einer expletiven NP gleichzusetzen ist. Der Zweite wurde ausgesucht, weil einige Linguisten vermuten, dass sowohl die Objektverdoppelung als auch Scrambling von den gleichen informationsstrukturellen Mechanismen getrieben werden. Die Objektverdoppelung in den Balkansprachen und die Konstruktionsverdoppelung mit dem Korrelat-Pronomen *es* sind nicht gleichzusetzen und im Allgemeinen, lässt sich festhalten, dass das Pronomen *es* nur peripher oder besser gesagt nur unter einigen spezifischen OZ Verwendungen als Äquivalent zum OZ angenommen werden kann.

Nach der Gegenüberstellung der Objektverdoppelung und Scrambling stellte sich, im Gegensatz zu einigen Linguisten, heraus, dass die Objektverdoppelung und Scrambling über keine gemeinsamen Merkmale verfügen und nicht immer von den gleichen Sprachmechanismen getrieben werden. In diesem Zusammenhang kann Scrambling im Vergleich zur Objektverdoppelung auch diejenige Nominalphrasen bzw. Objekte durchführen, die eine existenzielle Nominalphrase (also ohne Artikel) erlauben. Mit solchen Nominalphrasen kommt keine Objektverdoppelung vor. Außerdem gibt es Hinweise dafür, dass das Scrambling im Vergleich zur Objektverdoppelung nicht immer ein [-Fokus] zuweist und nicht immer von den informationsstrukturellen Mechanismen, wie die Objektverdoppelung, getrieben wird.

Begutachtung: Extern begutachtet.

Interessenkonflikt: Es besteht kein Interessenkonflikt.

Finanzielle Förderung: Dieser Beitrag wurde von keiner Institution finanziell unterstützt.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author has no conflict of interest to declare.

Grant Support: The author declared that this study has received no financial support.

Literaturverzeichnis

- Abraham, W. (1982). *Satzglieder im Deutschen. Vorschläge zur syntaktischen, semantischen und pragmatischen Fundierung*. Tübingen: Narr.
- Abraham, W., & Mornarfi, L. (2002). German clause structure under discourse functional weight: Focus and antifocus. In W. Abraham und J.-W. Zwart (Eds.): *Issues in Formal German(ic) Typology*, (pp. 1–43). Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins.
- Abrashi, T. (2016). Das Nähe-Distanz Modell und die Informationsstruktur im Deutschen. In M. Jülich, Petrović und N. Vujčić (Hrgs.), *Nähe und Distanz in Sprache, Literatur und Kultur Beiträge zur 8. Jahrestagung des Südosteuropäischen Germanistenverbandes*, (S. 37–54). Kragujevac: Filum.
- Artemis, A., & Anagnostopoulou, E. (1997). Toward a uniform account of scrambling and clitic doubling. In W. Abraham & E. van Gelderen (Eds.) *German: Syntactic Problems- Problematic Syntax*, (pp. 142–161). Tübingen: Niemeyer.
- Black, J. (1997). Clitic doubling, specificity, and Focus in Romanian. In J. Black & V. Motapanyane (Eds.), *Clitics, Pronouns and Movement*, (pp. 63–85). Amsterdam: John Benjamins.
- Buchholz, O. (1977). *Zur Verdoppelung der Objekte im Albanischen*. Berlin: Akademie der Wissenschaften der DDR.
- Buchholz, O., & Fiedler, W. (1987). *Albanische Grammatik*. Leipzig: Verlag Enzyklopädie.
- Çeliku, M. (2012). *Sintaksë e gjuhës shqipe*. Tiranë: Ilar.

- Duden, (2016)⁹. *Die Grammatik*. Mannheim: Dudenverlag.
- Eisenberg, P. (2013). *Grundriss der deutschen Grammatik. Der Satz*. Stuttgart: Metzler.
- Fortmann, C. (1997). Normalwortstellungsvarianten und ihre lexikalische Kodierung. In *Groninger Arbeiten zur Germanistischen Linguistik*, Nr. 41, 61–76.
- Friedman, V. A. (2008). Balkan object reduplication in areal and dialectological perspective. In D. Kallulli & L. Tasmowski (Eds.), *Clitic Doubling in the Balkan Languages*, (pp. 25-63). Amsterdam: John Benjamins.
- Gierling, D. (1997). Clitic doubling, specificity, and Focus in Romanian. In J. Black & V. Motapanyane (Hrsg.), *Clitics-Pronouns-and-Movement*, (pp. 63-85). Amsterdam: John Benjamins.
- Hofmann, U. (1994). *Zur Topologie im Mittelfeld : pronominale und nominale Satzglieder*. Tübingen: Niemeyer.
- Höhle, T. (1982). Explikation für ›normale Betonung‹ und ›normale Wortstellung‹. In W. Abraham (Hg.), *Satzglieder im Deutschen*, (S. 75–153). Tübingen: Narr.
- Janewa, V. (2000). *Objektklitika und Informationsstruktuerung im Bulgarischen*. In *Linguistik Online* 6/2, <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/1005/1662> (22. Juli 2021)
- Kallulli, D. (1999). *The comparative syntax of Albanian: on the contribution of syntactic types to propositional interpretation*. Durham theses: Durham University, <http://etheses.dur.ac.uk/1466/> (22. Juli 2021)
- Kallulli, D. (2000). Direct Object Clitic Doubling in Albanian and Greek. In F. Beukema & M. Dikken (Eds.), *Clitic Phenomena in English and Other European Languages*, (pp. 209-248). Amsterdam: John Benjamins.
- Kallulli, D. (2008). Clitic doubling, agreement and information structure: The case of Albanian. In D. Kallulli & L. Tasmowski (Eds.), *Clitic-Doubling in the Balkan Languages*, (pp. 227-256). Amsterdam: John Benjamins.
- Kallulli, D., & Tasmowski, L. (2008). *Clitic doubling in the Balkan languages*. Amsterdam: John Benjamins.
- Kallulli, D., & Tasmowski, L. (2008). Introduction: Clitic doubling, core syntax and the interfaces. In D. Kallulli & L. Tasmowski (Eds.), *Clitic-Doubling in the Balkan Languages*, (pp. 1-33). Amsterdam: John Benjamins.
- Kapia, E. (2012). Clitic doubling and information structure in Albanian. In *Linguistics, An Interdisciplinary Journal of the Language Sciences*, 50, (pp. 901-927). Berlin: De Gruyter Mouton.
- Lenerz, J. (1977). *Zur Abfolge nominaler Satzglieder im Deutschen*. Tübingen: Narr.
- Lenerz, J. (1993). Zur Syntax und Semantik deutscher Personalpronomina. In M. Reis (Hg.), *Wortstellung und Informationsstruktur*, (S. 117–153). Tübingen: Niemeyer.
- Lenerz, J. (2002). Scrambling and reference in German. In: W. Abraham & J.-W. Zwart (Eds.), *Issues in formal German(ic) Typology*, (pp. 179-192). Amsterdam: John Benjamins.
- Miševska-Tomić, O. (2000). On Clitic Sites. In F. Beukema & Dikken (Eds.), *Clitic Phenomena in English and Other European Languages*, (pp. 293-316). Amsterdam: John Benjamins.
- Miševska-Tomić, O. (2004). *Balkan syntax and semantics*. Amsterdam: John Benjamins.
- Miševska-Tomić, O. (2008). Towards grammaticalization of clitic doubling: Clitic doubling in Macedonian and neighbouring languages. In D. Kallulli & L. Tasmowski (Eds.), *Clitic Doubling in the Balkan Languages*, (pp. 65-88). Amsterdam: John Benjamins.

- Molnarfi, L. (2004). On Scrambling as Defocusing in German and West Germanic, In: A. Breitbarth & H. van Riemsdijk (Eds), *Triggers*, (pp. 331-385). Berlin: De Gruyter.
- Pittner, K., & Berman, J. (2015)⁶. *Deutsche Syntax: Ein Arbeitsbuch*. Tübingen: Narr Francke Attempto.
- Reis, M., (Hg.), (1993). *Wortstellung und Informationsstruktur*. Tübingen: Niemeyer.
- Struckmeier, V. (2014). *Scrambling ohne Informationsstruktur? Prosodische, semantische und syntaktische Faktoren der deutschen Wortstellung*. Berlin: de Gruyter.
- Struckmeier, V. (2016). Scrambling in German Is Driven by Prosody and Semantics. In K-m. Kim, P. Umbal, T. Block, Q. Chan, T. Cheng, K. Finny, M. Katz, S. Nickel-Thompson & L. Shorten (Eds.) *Proceedings of the 33rd West Coast Conference on Formal Linguistics*, (pp. 381-389). Somerville, MA: Cascadilla Proceeding Projects.
- Topolinska, Z. (2014). Definiteness (Diachrony) / Bestimmtheit (Diachronie). In K. Gutschmidt, S. Kempgen, T. Berger, P. Kosta (Hrsgs.) *Die slavischen Sprachen*, Bd.2, Handbooks of linguistics and communication science, (S. 1606-1615). Berlin: De Gruyter.



Adoleszenz – Name – Internet: wie nennen sich deutschsprachige Mädchen im Netz?

Adolescence – Name – Internet: How Do German-Speaking Girls Name Themselves on the Web?

Viktoria KAZIABA¹ , Tatiana BURKOVA² 



¹PhD, Associate Professor, Department of General and Germanic Linguistics, Northern (Arctic) Federal University, Severodvinsk, Russia

²Associate Professor, Head of Department of Romano-Germanic Linguistics and Foreign Literature, M. Akmullah Bashkir State Pedagogical University: Ufa, Republic Bashkortostan, Russia

ORCID: V.K. 0000-0002-1777-1712;
T.B. 0000-0001-5927-3706

Corresponding author:

Viktoria KAZIABA,
Department of General and Germanic Linguistics, Northern (Arctic) Federal University, Severodvinsk, Russia
E-mail: kazaba@yandex.ru

Submitted: 24.11.2021

Accepted: 07.02.2022

Citation: Kaziaba, V., & Burkova, T. (2022). Adoleszenz – Name – Internet: wie nennen sich deutschsprachige Mädchen im Netz? *Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi - Studien zur deutschen Sprache und Literatur*, 47, 81-108. <https://doi.org/10.26650/sdsl2021-1027807>

ABSTRACT (DEUTSCH)

Die vorliegende Forschung wurde auf dem Grenzgebiet von Onomastik, Sozial-, Gender-, Internet- und Psycholinguistik durchgeführt. Der Beitrag analysiert virtuelle Anthroponyme (sog. Nicknamen, Usernamen), die als Ergebnis von Selbstnominierung deutschsprachiger Mädchen in der Adoleszenz auf den sozialen Internetservices Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, Flickr, Pinterest, TikTok funktionieren. Das Forschungsmaterial wurde 4 Jahre lang (2017-2020) gesammelt und umfasst 2363 Nicknamen sowie die begleitenden persönlichen Metadaten von 11-17-jährigen Benutzerinnen und die Ergebnisse der online- und offline Interviews und Umfragen von Informanten. Das Hauptziel und die Hypothese der Forschung besteht darin, einen Zusammenhang zwischen den Geschlechtsaltersmerkmalen der Internet-Benutzerinnen und ihrer sprachlichen Realisation in der virtuellen Kommunikation in Form der Selbstnominierungen zu finden. Nicknamen werden vom Standpunkt ihrer semantischen Motivation und Bedeutung, ihres nominativen Potenzials, ihrer strukturellen und grammatikalischen Gestaltung sowie ihrer grafischen Organisation untersucht und beschrieben. Ein Schwerpunkt wird auf die sprachkulturelle Komponente virtueller Selbstnominierungen gesetzt. Im Betrag werden auch die Ergebnisse eines Experiments zur Bestimmung der Stabilität von Nicknamen in der Zeitperspektive angegeben. Eine deskriptive linguistische Analyse der Daten zeigt deutliche Trends bei der Erstellung von Selbstnominierungen von adoleszenten Mädchen. Anhand virtueller Anthroponyme entdeckt man solche spezifischen Geschlechts- und Altersmarkierungen wie: die Selbstkonzept-Bildung vor dem Hintergrund des Strebens nach einer betonten Individualisierung und einem gleichzeitigen Bedürfnis nach einer sozialen Gruppenakzeptation, deutlich weibliche Erscheinungsformen verbaler Selbstpositionierung, eine Tendenz zu positiven oder überschätztes Selbstwertgefühl, gesteigertes Interesse an der Pubertätsphase. Die Internet-Nutzerinnen sind gleichermaßen geneigt, ihre Persönlichkeiten im Webspace zu deanonymisieren und zu anonymisieren, jedoch bleibt es in beiden Fällen wichtig, dass die primären Absichten der Selbstnominierung auf einen Nicknamen übertragen werden. Und die Entwicklung der alterstypischen kognitiven Fähigkeiten und des kritischen Denkens manifestiert sich in sprachlicher Kreativität und Einbindung in den interessierenden problematischen oder kulturellen Kontext.

Schlüsselwörter: Adoleszenz, Mädchen, Internet-Kommunikation, Nickname, Selbstnominierung



ABSTRACT (ENGLISH)

The authors conducted the present study across onomastics and social-, gender-, Internet-, and psycho-linguistics. The paper analyzes virtual anthroponyms (so-called nicknames or usernames) that are result from self-nominations by German-speaking adolescent girls on the social Internet services Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, Flickr, Pinterest, and TikTok. The study material covers four years (2017–2020) and examines 2,363 nicknames, as well as the accompanying personal metadata of 11–17-year-old users along with the results of online and offline interviews with informants. The paper seeks the main goal and hypothesis of finding a correlation between the gender-age characteristics of adolescent Internet users and their linguistic embodiment in virtual communication in the form of self-nominations. The authors study and describe nicknames based on the positions of their semantic motivation and meaning, nominative potential, structural and grammatical design, and graphic organization. The linguocultural component of virtual self-nominations receives special emphasis. In addition, the authors provide the results of an experiment to determine the stability of nicknames over time. A descriptive linguistic analysis of the data reveals clear trends in the creation of self-nominations by adolescent girls. The authors discovered different specific gender and age markers through the lens of virtual anthroponyms: formation of self-concept against the background of striving for an emphasized individualization and simultaneous need for social acceptance, distinctly feminine manifestations, a tendency to positive or overestimated self-esteem, and increased interest in the pubertal phase. The users are equally inclined to deanonimize and to anonymize their personalities in the web space. However, in both cases, it is particularly important for girls to transfer their original self-nominative intentions to nicknames. The development of cognitive abilities and critical thinking by adolescent girls is manifested in linguistic creativity and involvement in the problematic or cultural context of interest.

Keywords: Adolescence, girls, Internet-communication, nickname, self-nomination

EXTENDED ABSTRACT

The authors developed the present paper across onomastics and social-, gender-, Internet-, and psycho-linguistics. The study will test its hypothesis that the influence of the age and sex attributes of Internet users on the creation of their virtual image is critical even at the pre-communicative stage in the form of self-nomination. The authors focus on virtual anthroponyms, which result from acts of self-nominations. This paper is confined to the so-called nicknames / usernames of German-speaking adolescent girls. The main research interest aims at identifying ways of verbal embodiment of virtual personalities in the form of self-nomination, as well as the correlation of their linguistic implementation with gender and age factors. The analysis of approaches to understanding the adolescent period available in the scientific literature helps define this phase of ontogenetic development as the period between 11 and 17 years.

The research data were collected from 2017 to 2020 inclusive. The authors used popular social Internet services and hosting sites Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, Flickr, Pinterest, and TikTok as sources of material for the study. The study used a random sample to select accounts belonging to German-speaking adolescent girls. Part of the material was collected through online and offline interviews and questionings among informants over four years of research. The collection of material took place partly in the

territory of Germany in the city of Hanover during a research fellowship at the Leibniz University Hanover in 2017 to 2019. In total, the authors conducted four surveys with the participation of 149 female informants, including 38 personal and 54 online interviews. Research material included 2,363 nicknames. Thus, the study directly deals with anthroponymic units (usernames and nicknames) in the above-mentioned Internet services. The authors use the material collected in this way exclusively for scientific, research purposes and do not violate the EU-General Data Protection Regulation (DSGVO 2018) and Federal Data Protection Act (BDSG 2018). All data attracted for the study exist on the open Internet or are voluntarily provided by informants with permission for subsequent publication.

The authors subjected the collected material to a multifaceted descriptive linguistic analysis, taking into account the age and sex and psychophysiological characteristics of girls at the age of 11–17 years. The analysis of semantic motivation shows almost a complete absence of unmotivated nicknames and only a quarter of examples show opaque semantics. The semantics of virtual self-nomination is characterized by a different nominative potential. In more than half of the cases, users preferred autonym-nicknames consisting of real anthroponyms, mostly first names. Just under a third of girls use pseudonym-nicknames, created out of appellative units, diverse in their semantics. Such self-nominations are more descriptive and have attitudinal meanings. Adolescent girls emphasize their positive external, physical, and personal qualities. There is also a tendency to create sexocentric pseudonym-nicknames. Hybrid nicknames based on the combining or contamination of a real anthroponym with any onymic or appellative lexeme make only one-fifth of the data. Their main feature is the name transposition, expressed by transanthroponymization and transonymization. Hybrid nicknames also have an increased characterizing ability, indicating hobbies, idols, ideals, and subjective qualities of their authors.

The analysis of the types of nicknames revealed their high linguocultural status, expressing the interest of users in various events from the world of music, politics, and sociocultural life, captured in self-nominations. The research of the degree of the nicknames' stability overtime in the focus group showed the minimum variability of adolescent girls' virtual self-nominations. The grammatical structure demonstrated approximately the same proportion of monocomponent nicknames, designed in the form of one (single) usual or occasional lexeme, and polycomponent nicknames, presented in the form of two or more words in their composition. Diverse variations of

structural models of nicknames demonstrate a high degree of derivational linguocreativity of adolescent girls. In that sense, the polycomponent nicknames have the most interesting design such as nicknames-phrases and nicknames-sentences. The difficult to understand monocomponent nicknames contain the “insert”-words or contamination of lexemes. The overwhelming number of self-nominations were created using graphic means and techniques. The most popular are: symbols and signs (especially periods, underscores and numbers), capitalization, and iteration. The motives for using paraverbal means vary from the implementation of aesthetic, humorous attitudes to the introduction of additional individualizing information into the nickname through graphics. However, the primary motive is the utilitarian motive of overcoming the technical ban on identical nicknames within the limits of some Internet services.

The study confirms that age and sex characteristics of Internet users are deliberately or unconsciously projected onto a virtual image at the stage of choosing a name. The analyzed data of German-speaking adolescent girls of 11–17 years old demonstrate specific linguistic tendencies in the construction of virtual self-nominations. Gender self-identification of adolescent girls is manifested in the use of gender-marked vocabulary and derivational formants, as well as in self-nominations by the names of the feminine anthroponymicon or the names of female denotes. In addition, the authors found the following age characteristics of adolescence, which are reflected in the Internet self-nominations:

- formation of the self-concept,
- the need for individualization,
- concentration on appearance and physicality with a focus on sexualization of the image,
- positive or overestimated self-esteem,
- improvement of cognitive functions,
- maturation of the intellectual apparatus and critical thinking,
- the need for acceptance by a certain social group and
- involvement in a problematic or cultural context of interest.

1. Einleitung

Die Internet-Kommunikation ist schon seit langem ein Forschungsobjekt für Linguisten der ganzen Welt. Die Sprachwissenschaftler haben bedeutende Ergebnisse bei der Analyse und Beschreibung von diskursiven, wortbildenden, strukturellen, funktional-semantischen, genrestilistischen, semiotischen und andere Funktionen der Online-Benutzerinteraktion erreicht. Gleichzeitig ist das Namenssystem des Internets jedoch noch nicht genug erforscht. Schon bei der Entstehung der Internetkommunikation war offenbar: verschiedenartige Informationen im Web werden auf der onomastischen Achse aufgebaut. Alle Texte des virtuellen Raums sind mit Eigennamen durchdrungen, wobei die Namensbezeichnungen eine Art Informationsindexe spielen und bei der Lösung von Suchaufgaben helfen. Heutzutage verlagert sich der Akzent des Handelns von Internetnutzern offensichtlich in Richtung Kommunikation, Interaktion mit anderen Menschen, und das verrückt das Anthroponym in den Mittelpunkt der onomastischen Forschung im Online-Raum.

Im Internet findet man eine Vielzahl von Menschnennamen. Den Kern des anthroponymischen Systems des Internets bilden die sogenannten Nicknamen (Benutzernamen, Usernamen), die allen anderen Menschnennamen im Web quantitativ überlegen. Sie sind ein integraler und manchmal sogar ein obligatorischer Bestandteil der Online-Kommunikation. Ein Nickname in genereller Hinsicht ist ein Namensteil einer virtuellen Persönlichkeit, das Ergebnis ihrer Selbstnominaton. Diese Art vom Anthroponym dient in erster Linie der Selbstdarstellung, dem Selbsta Ausdruck und der Selbstidentifikation eines Benutzers im ästhetischen und technischen Sinne. Die gezielte Erforschung von Nicknamen begann Mitte der 1990er Jahre (Bechar-Israeli, 1995; Jens, Schlobinski & Siever, 1998) und erlangte in der Zeit nach der Jahrtausendwende höchste Popularität (Akhrenova, 2009; Aleksiejuk, 2013; Anikina, 2011; Asmus, 2005; Balkunova, 2012; Gatson, 2011; Scheidt, 2001; Schlobinski & Siever, 2019; Whitty & Buchanan, 2010). Aber die rasante Zunahme der Zahl der sozialen Online-Kommunikationsdienste und damit einhergehend eine vielfache Zunahme der Benutzerzahlen, einschließlich ihrer Namen führten dazu, dass es für die Onomatologen immer schwieriger wurde, sich in derartigen Informationsmengen zurechtzufinden. Die aktuelle Situation regt dazu an, auf verallgemeinerte, oft oberflächliche Analysen zu verzichten, und die virtuellen Anthroponymika von Menschen bestimmter Gruppen zu studieren. Dieser Ansatz ermöglicht es, nicht nur streng sprachliche Merkmale der Konstruktion von Nicknamen zu identifizieren, sondern auch wichtige außersprachliche Daten zu erhalten, die mit

soziologischen, psychologischen, geschlechtsspezifischen und anderen Merkmalen der Selbstnominierung verbunden sind. Im Rahmen der Internetlinguistik scheint dieser Ansatz gerechtfertigt, weil er ein tieferes und detaillierteres Verständnis der Konstruktionsmechanismen der interessierenden Typen virtueller Persönlichkeiten ermöglicht, die hauptsächlich verbal existieren. Die Ergebnisse solcher Studien können die Motivation zur Selbstnominierung begründen und die Zusammenhänge zwischen den außersprachlichen Realmerkmalen eines Namensträgers und seiner sprachlichen Verkörperung im Internet feststellen.

2. Hypothese und theoretische Grundlagen

Als Hypothese für unsere Forschung betrachten wir die These über den Einfluss von Alter und Geschlecht eines Internetbenutzers auf die Entstehung seines virtuellen Bildes und Image bereits im vorkommunikativen Stadium in Form einer Selbstnominierung. Im Mittelpunkt dieses Beitrags stehen daher die Nicknamen deutschsprachiger adoleszenter Mädchen, nämlich: die verbale Verkörperung virtueller Persönlichkeiten in Form von Selbstnominierungen, die Korrelation ihrer sprachlichen Realisierung mit Geschlechts-Alter-Faktoren. Die Geschichte der Erforschung virtueller Namen im Deutschen hat einen konsequenten Charakter und reicht bis zum Ende des vorigen Jahrhunderts zurück, als die Analyse des Namenskorpus in Chatkommunikation erstmals von den Forschern J. Runkehl, P. Schlobinski und T. Siever durchgeführt wurde (Jens et al., 1998). Das Thema bekam eine Weiterentwicklung in den Untersuchungen von Nicknamen im Onlineforum zu Essstörungen (Stommel, 2007), im ICQ-Messenger (Kaziaba, 2013), in Online-Spielen wie *World of Warcraft*, *World of Tanks* (Kaziaba, 2016), im Sozialnetz *Twitter* und im Chatportal *PlanetRomeo* (Gkoutzourelas, 2015). Die jüngste Beschreibung von deutschen Nicknamen findet man in einem der Kapitel der Kollektivmonographie *Nicknamen International*, die 500 Spitznamen deutschsprachiger Benutzer der sozialen Netzwerke *Flickr*, *Twitter* sowie TV-, IT- und Zeitungsforen analysiert. Der Schwerpunkt der oben genannten Arbeiten wird auf Internetdienste verlagert, während die außersprachlichen Merkmale der Internetnutzer und deren spezifische Auswirkung auf den Selbstnominierungsprozess im Schatten bleiben.

Laut eines der größten deutschen Online-Portale für Statistik *Statista*, das Markt- und Meinungsforschung verwirklicht, beträgt die Anzahl der Internetnutzer in Deutschland im Jahre 2020 etwa 66.4 Millionen, darunter zählen 14- bis 19-jährige Users des Jugendalters praktisch 4,8 Millionen (Statista, 2021). Die Adoleszenz ist die Zeit des realen

kommunikativen Debüts einer Person als virtual persona. Die Kinder im Vorschul- und Grundschulalter sind der Kommunikation im Internet in der Regel gleichgültig, und wenn sie wirklich einen von ihren Eltern erlaubten Zugang zum Internet haben, nutzen sie ihn hauptsächlich für Spiele und andere Unterhaltungen. Anders steht es mit Jugendlichen, die eher dazu neigen, Kontakte im virtuellen Raum zu knüpfen. Das macht die Erstellung eines eigenen Online-Porträts für diese Altersgruppe besonders wichtig-

In der wissenschaftlichen Literatur gibt es bis heute viele Ansichten und Ansätze zur terminologischen Gestaltung, Definition und Altersgrenzen des für uns interessanten Stadiums der ontogenetischen Humanentwicklung. Die weit verwendeten Begriffe sind: *Jugend*, *Jugendalter*, *Jugendphase*, *Adoleszenz* oder *Pubertät*. Wie eine Reihe von Forschern betont (vgl. Fend, 2003; Meyers, 2005; S. 171; Stangl, 2021), hat der Begriff *Pubertät* in erster Linie medizinische, biologische Bedeutung, denn die Pubertät markiert den Beginn der Geschlechtsreife, objektiver physiologischer Veränderungen im Körper eines Halbwüchsigen. Die am häufigsten gebrauchten Begriffe *Jugendalter* und *Adoleszenz* kommen praktisch in synonymischer Verwendung vor, aber der Begriff *Jugendalter* ist in der deutschen Sprache eher ein Bestandteil der Alltagssprache (Wischmann, 2010, S. 32). Für den Begriff *Adoleszenz* ist ein vorwiegend wissenschaftlicher, internationaler Sprachgebrauch im Gegensatz charakteristisch (King & Koller, 2013, S. 13). *Adoleszenz* markiert weiterhin deutlicher als Begriff *Jugendalter* die notwendige Verknüpfung von sozial-, kultur- und erziehungswissenschaftlichen mit entwicklungspsychologischen und / oder psychoanalytischen Perspektiven (Bohleber, 2011). Sowohl *Jugendalter* als auch *Adoleszenz* gelten einheitlich als Übergang vom Kindheitsalter zum Erwachsenenalter, der durch die Besonderheiten in der biologischen, psychischen, sozialen und kulturellen Entwicklung gekennzeichnet ist (vgl. Bolin, 2009). Diese besondere Periode startet mit der Pubertät und ist durch den Beginn vieler körperlicher Veränderungen charakterisiert, die zur geschlechtlichen Reife führen sollen. Bezieht man sich auf die internationale entwicklungspsychologische Forschung zu Heranwachsenden (Adoleszenten), werden drei Phasen altersmäßig differenziert: die frühe Adoleszenz von 11 bis 14 Jahren, die mittlere Adoleszenz von 15 bis 17 Jahren und die späte Adoleszenz von 18 bis 21 Jahren (Kessels, 2013, S. 39). Eine frühere Pubertät (insbesondere bei Mädchen) in Kombination mit einer verzögerten sozialen Reife (Ehe, Geburt, Ausbildung) weist darauf hin, dass Menschen im Alter von 10 bis 24 Jahren als Vertreter der Adoleszenz gelten können (Sawyer, Azzopardi, Wickremarathne & Patton 2018, S. 223). In diesem Beitrag bilden adoleszente Mädchen der Fokus der Forschung. Die durchschnittliche Adoleszenzspanne für Mädchen bezeichnen wir mit 11-17 Jahren

unter Berücksichtigung der frühen Geschlechtsreife (im Vergleich zu Jungen) und des Beginns von Volljährigkeit in Deutschland ab dem 18. Lebensjahr.

Neben der physiologischen Entwicklung erleben Jugendliche sozial-emotionale und kognitive Veränderungen. Zu diesem Zeitpunkt ist der intellektuelle Apparat schließlich gebildet, und er ermöglicht, das eigene Weltbild, das individuelle Wertesystem und das in diesem Alter äußerst instabile Selbstkonzept sinnvoll zu konstruieren (Shtil'shtein, 2000). In diesem Zusammenhang besteht ein Interesse an der verbalen Selbstdarstellung von Adoleszenten, insbesondere denn seit der Pubertät findet die erste vollwertige Bekanntschaft mit den Möglichkeiten der virtuellen Kommunikation statt. Die Bedeutung und Wichtigkeit der Internetkommunikation für adoleszente Mädchen in Deutschland wird auch durch die Statistik bestätigt. Laut der jährlichen Basisuntersuchung zum Medienumgang unter 12- bis 19-Jährigern *JIM-Studie 2020* macht Kommunikation etwas mehr als ein Drittel der Onlinenutzung von deutschen Mädchen aus (vgl. Inhaltliche Verteilung der Internetnutzung 2010–2020) (Feierabend, Rathgeb, Kheredmand & Glöckler, 2020). Die Aufmerksamkeit auf das weibliche Geschlecht folgt auch daraus, dass viele Erscheinungsformen der Adoleszenz bei Mädchen spezifische Merkmale aufweisen. Eine Analyse ihres Einflusses auf die Entstehung von Nicknamen hilft, die Genderbesonderheiten der virtuellen Selbstnominierung zu identifizieren, die die Bildung einer ganzheitlichen adoleszenten Selbstdarstellung im Web beginnt. Eben auf der Ebene der Selbstnominierung und auch schon im Benutzernamen wird das Selbstbewusstsein einer Person fixiert: ihre innere Welt einer Person, mentalen, intellektuellen und emotionalen Zustände werden reflektiert (Velichko, 2004, S. 421). Folglich enthalten die Namen, hinter denen sich adoleszente Mädchen im Internet verstecken, sowohl sprachliche als auch außersprachliche Besonderheiten und Eigenschaften, die mit dieser Phase der ontogenetischen Entwicklung korrelieren.

3. Methodologie und Forschungsmaterial

Das Forschungskorps formierte sich im Zeitraum von 2017 bis einschließlich 2020. Als Quelle des Materials wurden beliebte soziale Internet-Dienste und Hostings ausgewählt, die eine ausgeprägte Sozialrichtung und vielfältige Kommunikationsmöglichkeiten (persönliche Korrespondenz, Posting, Kommentieren, etc.) aufweisen: Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, Flickr, Pinterest, TikTok. Die oben genannten Web-Dienste verfügen über ein breites Spektrum von Mitteln und Möglichkeiten für die Selbstdarstellung und Porträtierung von virtual persona.

Durch die Zufallsstichprobe wurden Accounts ausgewählt, die den deutschsprachigen adolescenten Mädchen im Alter von 11 bis 17 Jahren gehören. Offene Geolokation-Daten, Content-Analyse von Accounts, freiwillig von Nutzern bereitgestellte persönliche Informationen in Online-Profilen ließen den Autoren dieses Beitrags die Informationen über das Geschlecht, Alter, Herkunftsland und Sprache der zu interessierenden Nutzerinnen verifizieren. Das empirische Material wurde teils nach den 4 Jahren lang dauernden Online-Interviews und Befragungen von Informantinnen teils während des Aufenthalts in Deutschland in den Jahren 2017, 2019 im Rahmen der Forschung in der Leibniz Universität Hannover gewonnen. Insgesamt wurden 4 Befragungen unter Beteiligung von 149 Informantinnen, 38 persönlichen und 54 Online-Interviews durchgeführt. Diese Arbeitsform verschaffte den Autoren nötige unterstützende und illustrative Materialien. Die durch die Befragung von Informantinnen erhaltenen Daten spielten eine entscheidende Rolle bei der Erschließung der individuellen Motive, Bedeutungen und Prozesse von Bildung der virtuellen Selbstnominationen.

Das Forschungsmaterial zählt 2363 Nicknamen. Es ist zu bemerken, dass zur Vereinheitlichung der zu analysierenden Daten gemäß den Zielen dieser Studie nur solche anthroponymische Einheiten in Betracht gezogen wurden, die als *Usernamen* oder *Nicknamen* in den oben genannten Web-Services gekennzeichnet worden waren. Unserer Ansicht nach sollen solche Internet-User-Prozesse begleitende Selbstnominationen einzigartig, unikal innerhalb eines Dienstes sein. Die anderen anthroponymischen Selbstdarstellungseinheiten wie *display name* (Twitter), *name* (Instagram, Facebook, Pinterest) *screen name* (Flickr) sowie persönliche Daten (Geschlecht, Alter, Geburtsort, Wohnort, Bildung, Hobbys, Selbstbeschreibungen usw.) werden in dieser Studie als Hilfsmittel für die Interpretation der Forschungseinheiten sowie für die Überprüfung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen verwendet. Das auf solcher Weise zusammengebaute Material dient ausschließlich wissenschaftlichen Forschungszwecken und verletzt die *EU-Datenschutz-Grundverordnung* (2018) und das *Bundesdatenschutzgesetz* (2018) nicht. Alle für die Arbeit angezogenen Daten sind öffentlich auf den sozialen Internet-Plattformen dargestellt oder freiwillig von den Informanten mit Erlaubnis zur weiteren Veröffentlichung zur Verfügung gestellt.

Wir übergehen jetzt zur sprachlichen Analyse der Nicknamen von deutschsprachigen Mädchen in der Adoleszenz unter Berücksichtigung der Besonderheiten dieser Phase der ontogenetischen Entwicklung über, die sich auf die Prozesse der Selbstnominierung im Internet-Raum einwirken.

4. Analyse und Diskussion

Wenden wir uns in erster Linie einer der wichtigsten Merkmale von Netzwerknamen zu – der semantischen Motivation. In dem zu analysierenden Korpus mit 2363 Nicknamen bilden die zahlreichste Schicht (75%) absolut verständliche Nicknamen, deren semantische Bedeutung offensichtlich und leicht zu erklären ist: *kerstin.gredig* (*Kerstin Gredig*); *das_sonnchen* (*Sonja N. Lindenberg*). Ein quantitativ kleiner, aber ziemlich bedeutender Teil der Statistik (24%) sind Nicknamen mit verdeckter semantischer Motivation, die eine Entschlüsselung erfordern. Zum Beispiel verwendet der Benutzer *domiNique* als Nickname Konsonanten seines Namens *dmq*, die bei der ersten Wahrnehmung wie eine sinnlose Zahl von Buchstaben aussieht. Nur 1% der Web-Anthroponyme sind semantisch unmotiviert, das heißt, ohne jeden Sinn: *jh78fef* (*Irme*); *dfgdcvbc* (*Nadine Ridder*). Solche Nicknamen werden nach Angaben von Informanten in Eile erstellt, wegen der Zurückhaltung, sich etwas Besonderes einfallen zu lassen, zum Ziel der maximalen Anonymisierung und manchmal aus Ärger über Nichtverfügbarkeit oder Zugänglichkeit des gewünschten Nicknamens, den ein anderer Nutzer bereits besitzt. Die Analyse der Motiviertheit der Selbstnominierungen zeigt, dass adoleszente Mädchen wirklich einen großen Wert darauf legen, einen Nicknamen zu generieren, indem sie bestimmte Bedeutung darin hineinlegen. Halbwüchsige Internet-Nutzerinnen wollen ihren virtuellen Namen einen konkreten Sinn geben und bemühen sich bei der Erstellung ihrer Selbstnominierungen verstanden und verständlich werden, auch wenn sie auf einige Mittel zurückgreifen, um den Nicknamen zu „schwindeln“ und damit andere Kommunikanten zu verwirren.

Nach der Bestimmung des Motivationsgrades ist der Schwerpunkt der Analyse die Semantik der Nicknamen. In erster Linie durch einen Nicknamen wird im Internet die Möglichkeit der Selbstnominierung realisiert. Dieser Prozess ist durch die Verwendung eines der Nickname-Typen gekennzeichnet: Nickname-Autonym, Nickname-Pseudonym, Nickname-Übergangstyp (Kaziaba, 2013 S. 329). Die Zuordnung eines Nicknamens zu einer bestimmten Gruppe hängt davon ab, welche Spracheinheit ihm zugrunde liegt. Im virtuellen Anthroponymikon zeichnen sich ab:

- 1) Nicknamen-Autonyme (gebildet von eigenen realen Anthroponymen des Kommunikanten): *M@ri@* (*Maria Brauer*); *helga.gaar* (*Helga Gaar*);
- 2) Nicknamen-Pseudonyme (gebildet aus einem appellativen Lexem und (oder) einem „fremden“ Onym): *BienChen* (*Sabine Gohre*); *realkardashianfan* (*Anna F.*);

- 3) Nicknamen des Übergangs- (oder gemischten, hybriden) Typs (dargestellt durch die Kombination eines eigenen Benutzernamens mit einem Gattungsnamen oder einem «fremden» Eigennamen): *enjaPhotography* (*Enja Listerschwein*); *Svenia_Sheeran* (*Svenia Eckstein*).

Die Statistik zeigt: adoleszente Mädchen bevorzugen als Nicknamen vor allem Autonyme (51%), zum Beispiel: *flora13* (*Floriana Abenthum*); *Simone.Simone* (*Simone Kalkbrenner*). Nach den Ergebnissen der Umfrage von Benutzerinnen mit Nicknamen-Autonymen ergaben sich folgende Gründe für Selbstnominierungen dieser Art: Verweigerung der Anonymität, Zufriedenheit oder offenherzige Sympathie zu seinem eigenen Namen, der Wunsch, die Aufmerksamkeit auf die eigene Person zu lenken. Die bevorzugte Verwendung eines echten Namens als Nicknamen könnte mit psychologischen Neubildungen der Adoleszenz verbunden sein: einerseits ist es die Entstehung eines Erwachsenengefühls, das Streben nach Selbstständigkeit, die Verweigerung der Zugehörigkeit zu den Kindern, andererseits ist es die rasante Entwicklung der Reflexion und des Selbstbewusstseins, zu dem der Name gehört (Ostapova, 2015, S. 109). Viel seltener verwenden die Mädchen als ein Nickname-Autonym ihre Nachnamen (11% der Einheiten der Untergruppe): *nau.mann* (*Veronika Naumann*); *puschi* (*Kaja Pusch*). Meistens verstecken sich Userinnen unter echten Vornamen (34% der Einheiten der Untergruppe). Dabei werden vor allem volle offizielle Vornamensformen: *marlena0808* (*Marlena G.*), *elisaelisa* (*Elisa Perner*) den Kurznamen bevorzugt: *mILa* (*Emilia J.R.*); *Lotte☺* (*Charlotte Preißler*). Dieser Trend unterstreicht nochmals den Wunsch der Mädchen, sich auf solcher Weise zu identifizieren, ihr Erwachsensein und ihren Wert zu kennzeichnen. Mehr als die Hälfte der Nutzerinnen mit autonymischen Nicknamen (55% Beispiele der Untergruppe) nennen sich im Internet durch eine Kombination ihrer echten Vor- oder Nachnamen: *annelicremer* (*Anna Cremer*); *heike_manglitz_5* (*Heike Manglitz*). Trotz dem scheinbar de-anonymisierten Charakter der Nicknamen kommen in dieser Gruppe der Selbstnominierung Beispiele vor, wo die Mädchen ihren Familiennamen in der Kurzform oder in Konsonantenschrift darstellen: *dimirastp* (*dimitra steipp*); *cassi_lbl* (*cassandra loibl*); *kira*. Solche Nicknamen sind in den «jungen» Internet-Plattformen wie Instagram und TikTok verbreitet. Obwohl im Durchschnitt die Nicknamen mit einer Länge von 30 Zeichen erlaubt sind, was eigentlich für die Wiedergabe eines offiziellen Namens ausreichend ist, greifen Nutzerinnen eben dieser Art der Nominierung zu, um visuell ihren virtuellen Namen nicht zu überlasten und dabei einen individualisierenden Teil in Form eines echten Familiennamens zu lassen.

Die zweite bedeutende Gruppe von adoleszenten Selbstnominations sind Nicknamen-Pseudonyme, die 27% der Forschungsdaten ausmachen. Laut Umfragen der Informantinnen erklärt sich die Verschleierung der echten Namen durch den Wunsch, dem Nicknamen bestimmte Originalität zu verleihen, eine Art «Message» über sich den anderen Kommunikanten einzuschließen. Die personenbezogene Anonymisierung ist in diesem Fall sekundär und nach Meinung der Mehrheit der Befragten nicht so ein wichtiger Grund. Die Semantik der lexikalischen Einheiten, die als virtuelle Nicknamen-Pseudonyme verwendet werden, ist vielfältig, erlaubt jedoch einige allgemeine Trends hervorzuheben. Zuerst ist die Fülle von Einheiten mit geschätzter Semantik offensichtlich. Das Forschungsergebnis steht in direktem Verhältnis zu den Besonderheiten der Adoleszenz, die traditionell bei der Bildung des Selbstwertgefühls als kritische Periode angesehen werden (Engel'gardt, 2008, S. 61). Die Anzahl der Nicknamen, die in gewisser Weise positive Selbstwertgefühle konnotieren, übersteigt die Anzahl negativer selbstkritischer Selbstnominations fast fünfmal. Mädchen konzentrieren sich auf ihre äußeren Besonderheiten: *bildschöneich; zierlich; beauty_09; hotty_blonde; _schoenheitsideal_*. Einige Namen zeigen Erwähnung der nach Meinung der Mädchen wichtigsten und attraktivsten Körperteile, was möglicherweise durch zunehmende körperliche Selbstreflexion und Akzeptierung erklärt werden könnte: *sweet_popo; misslangbein; busenwunder*. Hohe intellektuelle und andere positive persönliche Eigenschaften sind in den Nicknamen viel seltener zu treffen: *smarty_girl; immergutherzig♥; bebegagabtb*. Nicknamen, die negative Eigenschaften beschreiben, sind oft nur mit dem Temperament und Charakter der Person verbunden und nicht mit dem Äußeren: *hystERikin; rappelig_zappelig; Mrs.Versagerin, ZickeZickeZicke*.

Andere Lexeme, die als Nicknamen verwendet werden, können bildlich, metaphorisch Selbstreflexion, Selbstwahrnehmung von Mädchen im Alter von 11–17 widerspiegeln. Zum Beispiel, eine große Anzahl der von Lebensmitteln (vor allem süßen) gebildeten Selbstnominations hat die klare Funktion, die Attraktivität der Nutzerinnen zu unterstreichen: *~*+Honey+*~; torte_tussi; SugarLady; Kandis8*. Eine ähnliche Situation wird bei den Lexemen aus dem Bereich der Flora und Fauna beobachtet. Mädchen markieren sich selbst entweder durch Bezeichnungen von anmutigen Tieren: *★luchskatze★; black_panther*, oder durch die Bezeichnungen von schönen Blumen: *∞Magnolie∞; RoteRose*.

Bei der Analyse der Nicknamen von 11–17-jährigen Mädchen auf der lexikalisch-semantic Ebene offenbart sich noch ein weiteres interessantes Merkmal der Pubertät, und zwar die Neigung zur Integration, zum Korporatismus, zum sogenannten

„Herdentrieb“ (Kon, 1989, S. 130). Dies widerspiegelt sich in der gleichartigen, monotonen, sich wiederholenden Auswahl der Einheiten für die Selbstnominierung. Beispielsweise werden für die Nicknamen oft solche Wörter gewählt, die mit Hilfe des Lexems *sex* gebildet werden: *sexually* (Mira); *SexyFlexy* (Elisabeth Brutt); *_sexy666_* (Milena); *sexmaschine* (Heili Ochs); *sex bO_Omb* (natalia b.); *sexymama* (antje h.); *SeXyGirL* (L.L.). Andererseits stellt sich in den Selbstnominierungen von Mädchen eine Tendenz heraus, aufzufallen, sich zu unterscheiden. In diesem Fall, um den Nicknamen zu individualisieren und ihm Originalität zu geben, nutzen die Adoleszenten aktiv graphische Mittel, die die Mädchen aber oft missbrauchen. Die zur Veranschaulichung angeführten Selbstnominierungen zeigen zum Beispiel die Neigung zum sexozentrischen Vokabular: *libidoqueen*; *karezzzza*; *deineerogenezone*. Das Hauptmotiv für den Einsatz solcher Einheiten ist wohl die Notwendigkeit, die Sexualität und bereits eigene Erfahrungen in diesem Bereich zu demonstrieren, das was eigentlich während der Pubertät zu erwarten ist, denn in diesem Zusammenhang beobachtet man wesentliche Transformationen der geschlechtsspezifischen Modelle des Sexualverhaltens bei heranwachsenden Mädchen aufgrund der Verschiebung des Anfangs der sexuellen Aktivität auf einen früheren Zeitraum (12–13 Jahre) (Adamchuk & Sobkin, 2016).

Die Nicknamen des Übergangs- (oder gemischten, hybriden) Typs zählen in unseren Korpus 21%. Solche virtuellen Namen basieren sich auf der Zusammensetzung oder Kontamination eines Autonyms mit beliebiger nicht autonymischer Einheit der onymischen oder appellativen Herkunft. Somit wird gleichzeitig der Effekt einer Anonymisierung und einer gewissen Individualisierung der Person erreicht. In fast allen Beispielen wird als autonymischer Teil ein Vorname gewählt, mit dem dann die Attributkonstruktionen gebildet werden. In der Regel sind es binäre Strukturen mit einem durch ein Adjektiv mit meliorativer Bedeutung ausgedrückten präpositionalen Attribut: *schnickerelena* (Elena Ochs); *Beautiful-cool-Ull* (Ulrike S.); *prefekte_lia* (lia serowski). Als Attribut funktionieren aktiv auch Substantive sowohl präpositional als auch postpositional: *schnickerelena* (Elena Ochs); *Beautiful-cool-Ull* (Ulrike S.); *prefekte_lia* (lia serowski). Unter solchen Beispielen gibt es eine umfangreiche Reihe von Nicknamen, die in ihrem Bestand Berufsbezeichnungen erhalten: *photographmila* (Mila Esser); *PetraDesigner* (Petra Mm.); *singerli* (LisaLisa); *bibikreativdirektor* (Bianca Ehlers). Die Vielfalt solcher Selbstnominierungen ist durch den altersbedingten Prozess verursacht, durch den Aufbau von Zielstrukturen (Ich-Ideale und Berufsperspektiven) (Fend, 2003, S. 416). Fast alle Berufe, die von Mädchen erwähnt werden, haben eine kreative Ausrichtung und sind oft mit einem Hobby verbunden.

In dieser Untergruppe von Netzwerknamen wird die Neigung von Adoleszenten zur Namenstransposition fixiert, das heißt die Verwendung von Eigennamen anderer Denotate für Selbstnominationen. Am häufigsten wird der Prozess der Transanthroponymisierung beobachtet – die Übertragung eines Vor- oder Familiennamen von einem Individuum (in der Regel einer bekannten Persönlichkeit) auf einen anderen (sich selbst). Dabei weisen wir darauf hin, dass die Nutzerinnen sich selbst nicht nur die Anthroponyme der anderen Persönlichkeiten aneignen und so ihre wahre Person verschleiern, sondern auch dazu neigen, eine anthroponymische „Mischung“ zu machen, was zu den verschiedenen Gründen zurückzuführen ist. In Übergangs-Nicknamen mit Transanthroponymisierung werden folgende Anthroponyme verwendet:

1) Anthroponyme von realen Denotaten:

1.1) Anthroponyme von Idolen aus verschiedenen Lebensbereichen: *sofycarey* (Mädchen *Sofie Kneill* bevorzugte anstatt seines wirklichen Familiennamens den Anthroponym seiner Lieblings-US-Sängerin Mariah Carey); *AdeLima* (sich für Mode interessierende *Adelina Arndt* schaffte durch die Kontamination der Kurzform ihres Vornamens mit dem Familiennamen des berühmten Top-Modells Adriana Lima den Nicknamen des Übergangstyps, der durch den Klang den offiziellen Namen der Benutzerinnen nachahmt); *laufwunderkatja* (aufstrebende Sportlerin *Katja P.* nennt sich in den sozialen Netzwerken durch eine Kombination ihres eigenen Namens mit dem Spitznamen «Laufwunder», der der berühmten deutschen Biathlonistin Magdalena Neuner gehört);

1.2) Anthroponyme von nahestehenden Personen: *romiundtomi* (die Benutzerin *Romina* hat in den Nicknamen den Vornamen ihres geliebten Tomas eingeschlossen); *babsi_n_grit* (Anfängerbloggerin *Barbara* hat zu ihrem Nicknamen den Vornamen ihrer kleinen Schwester *Margarete* hinzugefügt, dabei ist die Letzte unwillkürlich die Heldin vom Videocontent geworden);

1.3) Anthroponyme von Personen, mit denen in der Gesellschaft bestimmte Assoziationen verbunden sind. In der Regel werden solche Transpositionen metaphorisch verwendet und entstehen aufgrund der Ähnlichkeitsübertragung der Eigenschaften, Ansichten, Tätigkeiten, äußeren Merkmale von zwei Denotaten: *Dora Kleopatra* (die Verwendung des Namens der Königin von Ägypten erfolgt aufgrund der Ähnlichkeit nach der Haarfarbe von Kleopatra und Benutzerin *Dora*);

2) Anthroponyme von irrealen Denotaten. Als solche werden vor allem benutzt man die Namen der Helden der literarischen Werke: *babykisherlock (Kira)*; Filme: *xx_Kiddo_x_Paola_xx (Paola Thiemann)*; Zeichentrickfilme: *Sailor_Moon_Isi (isabel marquardt)*; Computerspiele: *GabiMagSindel (Gabriela)*. Solche Selbstnominationen spiegeln normalerweise die Hobbys von Mädchen wider.

Die überwiegende Anzahl der Transanthroponymisierungen ist das Ergebnis der Übertragungen von Namen der weiblichen Denotate, was auf bestimmte Trends in der Geschlechterselfidentifikation der deutschen Benutzerinnen hindeutet. Die Adoleszenz betrachtet man als sensible Phase der raschen Entwicklung der Geschlechtsidentität des Individuums (Feiring, 1999), deswegen ist der stark ausgeprägte Gendercharakter der Selbstnominationen durch altersbedingte Versuche der Geschlechtsakzentuierung und der Unterstreichung von Weiblichkeit zu erklären.

Die zweite Möglichkeit der Transposition ist Transonymisierung, bei der die anderen Eigennamen (außer Anthroponymen) von einer Klasse in die andere Klasse überführt werden können. Transonymisierungen sind in unseren Beispielen weniger verbreitet. In den Nicknamen des Übergangstyps findet man: Ortsnamenbezeichnungen: *lisahildesheim2*; *BERnicolaLIN*; Waren- und Markenbezeichnungen: *tanja_bmw*; *EsmindaDior.15*; Namen von Musikgruppen: *ManeskinfAnna*.

Trotz der Tatsache, dass die Nicknamen des Übergangstyps reale anthroponymische Angaben manchmal mit auch persönlichen Informationen und Selbstbeschreibungen enthalten, ist die Deanonymisierung der Autoren solcher Selbstnominationen fast unmöglich für die Drittperson, aber gewissermaßen klar und deutlich für Freunde und Bekannte. Dabei zeigt die semantische Analyse von den Nicknamen die Widersprüchlichkeit der Selbstnominierungsmotive der adoleszenten Mädchen an. Einerseits ist mehr als die Hälfte der Jugendlichen bereit, ihre realen Namen (wenn auch nicht in vollem Umfang) offen zu zeigen, dabei versuchen die Userinnen um ihren virtuellen Prototyp maximal nah zur realen Persönlichkeit zu positionieren und somit die volle Verantwortung für ihre Handlungen im Internet-Raum zu übernehmen. Andererseits kann man viele Pseudonyme und andere „Maskierungselemente“ bemerken, die im Gegenteil dazu beitragen, Verantwortung zu vermeiden, das Gefühl von Freiheit, Befreiung, Emanzipation, Spiel, „Karneval“ dem Geschehenen zu vermitteln. Darüber hinaus erfüllen pseudonymische und hybride Nicknamen eine so für die Halbwüchsigen wichtige Funktion wie Selbstaussdruck – entweder durch Individualisierung oder durch

Nachahmung. Eine solche nominative Ambivalenz wird wahrscheinlich durch die psychophysiologischen Besonderheiten der Adoleszenz bedingt, wenn sich eine Person in einem Grenzzustand zwischen Kindheit und Erwachsenenalter befindet.

Virtuelle Selbstnominationen von adolescenten Mädchen offenbaren noch einige weitere interessante Besonderheiten. So gibt es in der zu untersuchenden Schicht des Internet-Anthropomikons solche Nicknamen, die aktuelle Ereignisse im kulturellen, politischen und sozialen Leben der Weltgemeinschaft widerspiegeln. Zum Beispiel konnte 2017 nach dem berühmten Selbstmord von Chester Bennington – dem Frontmann der Musikgruppe Linkin Park – im Webpace der Grad der Resonanz dieses Ereignisses leicht verfolgt werden. Neben der Veröffentlichung vieler Beiträge und Posten änderten die Nutzer ihre Nicknamen (meist nur für eine kurze Zeit) und zeigten damit ihre Bewunderung und Achtung. Verbreitet genug waren auch solche Selbstnominationen, in die der Vorname, Familienname und/ oder Spitzname des Musikers integriert wurden, aber manchmal gebrauchte man alle Anthroponyme von Bennington zugleich: *amy_chesy_na*; *rip.ches*; *BenningtonRose*; *ChazyChazOneLov*. Im untersuchten Korps waren auch die Nicknamen zu treffen, die den anderen Ereignissen gewidmet waren: der Hochzeit von Prinz Harry und Meghan Markle (*bring_harry_zurueck*); dem Feuer in der Kathedrale Notre Dame (*Gottflamme NDP*); den Reden der Öko-Aktivistin Greta Thunberg (*howdareyou.111*), den Wahlen in Amerika (*thetrumpump*), dem Anstieg der sozialen Bewegung Black Lives Matter (*sara_blm7*), sowie der Coronavirus-Epidemie (*scheisscovid19*; *covidart360*) und so weiter. Diese und ähnliche Selbstnominationen zeigen nicht nur persönliche Interessen der Nutzerinnen, sondern auch die allgemeine Einbeziehung von Jugendlichen in den Kontext des öffentlichen Lebens, was ein natürliches Ergebnis der altersbedingten Verbesserung der kognitiven Funktionen ist. Als Folge entwickelt sich das kritische Denken bei Jugendlichen, das sowohl auf die Außenwelt als auch auf die Innenwelt gerichtet ist (Gatzke, 2020).

Das nächste zu beachtende Merkmal der adolescenten Selbstnominationen ist ihre relativ hohe Stabilität. Dies bedeutet, dass Mädchen eher nicht dazu neigen, ihre virtuellen Anthroponyme im Laufe der Zeit zu ändern. Von 452 Nicknamen, die 2017 in das Stichprobenkorpus aufgenommen wurden, demonstrieren beispielsweise nur 18 Nicknamen (4%) zum Zeitpunkt der Accounts-Überprüfung im Jahre 2020 irgendwelche Änderung. Gleichzeitig betrug die Anzahl der gelöschten Accounts 24 (5%). Die Änderungen der Nicknamen bezogen sich hauptsächlich auf die Ablösung autonomer Selbstnominationen, die entweder vollständig durch Pseudonyme ersetzt (*angelika*.

obermeier234 → *itsmemadd243*; *JulianaArias* → *leonelabaena*; *sarah_v* → *ell.kriminell*), oder sämtlichen Transformationen ihrer ursprünglichen Form unterzogen worden waren (*Nataliarogge* → *666natttxd*; *vivien715* → *x.vivimon.x*). Die Motive für solche Veränderungen lagen eher im Wunsch nach mehr Anonymität als in der altersbedingten Instabilität des Selbstkonzeptes. Die Schlussfolgerung wird auch durch die dynamische Beobachtung von 40 zufällig ausgewählten Accounts aus der Kartei während des gesamten Untersuchungszeitraums bestätigt. Eine monatliche Überprüfung dieser Fokusgruppe ergab, dass 38 Selbstnominationen stabil sind und unverändert bleiben, während 2 Nicknamen (5% der Gruppe) von ihren Autoren variiert werden. Im ersten Fall waren die Änderungen minimal und episodisch: *ellinak* → *ellina.k.7* → *ellyky*. Im zweiten Fall fixierte die Beobachtung den Account von Benutzerinnen Laura zehn Umbenennungen, die miteinander nicht verbunden waren: *lauraschrr* → *laurischori* → *kitze_12* → *kitze_mietze* → *valenciagabag* → *so_____so* → *аккаунт был временно удален* → *hieristlala* → *bitte.nicht.so.schnell* → *BroCoColi* → *аккаунт был временно удален* → *edsheeranilu* → *ca.tastrophe* → *niveau317* → ... usw. Im obigen Beispiel könnte man nicht so sehr über die Änderung der Selbstnomination, sondern über die vollständige Verwandlung der virtuellen Person sprechen, da neben dem Nicknamen auch andere Attribute der Selbstpräsentation (Avatar, Selbstbeschreibung) und sogar der Inhalt des Accounts geändert wurden. Die psychisch instabile Zeit der Adoleszenz prägt sicherlich die Selbstbestimmungsprozesse von Mädchen ein und damit beeinflusst die Strategien ihrer Selbstdarstellung, auch im Netzwerk. Die erhaltenen Daten weisen jedoch auf eine sorgfältige Auswahl eines virtuellen Anthroponyms, seinen konstanten Charakter hin, was auch auf eine ziemlich ernsthafte Einstellung der Benutzerinnen zu ihren Internet-Selbstnominationen hindeutet sowie auf ihre Absicht, ein stabiles, von bestimmten Personen erkennbares Ich-Bild in einem entsprechenden Sozialdienst zu schaffen.

Ein bedeutender Aspekt der Analyse von Nicknamen ist auch ihre grammatische Struktur. Dabei spielt die Anzahl der Komponenten, die diese oder jene Selbstnomination konstituieren, eine besondere Rolle. In diesem Sinne beziehen sich alle Internet-Anthroponyme mit auf eine der zwei grundlegenden Gruppen: Monokomponentennicknamen und Polykomponentennicknamen (oder Mehrkomponentennicknamen). Unter Monokomponentennicknamen versteht man virtuelle Anthroponyme, die in Form eines (einziges) Lexems sowohl usuellen als auch okkasionellen Charakters gestaltet sind: *prinzessinstoffal*; *kleopatra2009*; *zejnajlaura*; *topmodel3*. Unter Mehrkomponentennicknamen sind solche Selbstnominationen

gemeint, in denen zwei oder mehr Komponenten deutlich unterschieden werden. Laut besonderen technischen Anforderungen in verschiedenen Online-Diensten ist eine Segmentierung der lexikalischen Komponenten der Monokomponentennicknamen möglich nicht nur mithilfe der Leerzeichen, sondern auch mithilfe von Unterstrichen, Punkten, Symbolen: *Hopi La*, *Mrs_Nmr*; *selina.kara.7*; *cp_lp_sp1013*; *schwarz♥schwanz*.

Das Verhältnis von Mono- und Polykomponentennicknamen zeigt ihre ungefähre Gleichheit. Monokomponentennicknamen machen 44% Beispiele aus, die sowohl durch autonymische (*cathyranson*) als pseudonymische (*suavitatis*) Namen, sowie durch Namen des gemischten Typs (*uteuteomg*) repräsentiert werden. Der größte Teil der monokomponentigen Selbstbezeichnungen fällt auf Nicknamen-Autonyme. Die häufigste Kombination ist die Vereinigung in einem Lexem eines Familiennamens mit kurzer oder unvollständiger Form eines Vornamens oder der Anfangsbuchstaben (Initialen): *mariperner* (*Maria Perner*); *saloewitz* (*Saskia Loewitz*); *mweicheberger* (*Mila Weicheberger*), sowie eine Kombination von einem reduzierten Familiennamen und Vornamen: *kallenje* (*Jenny Kallenbrunnen*). Solche Nicknamen können bei ihrer Interpretation zu Mehrdeutigkeit oder gar Unklarheit führen, was durch das zusammengesetzte Schreiben dieser anthroponymischen Okkasionalismen verursacht wird. Es ist erwähnenswert, dass einige Nicknamen trotz ihrer monokomponentigen Gestaltung ganz deutlich die Grenzen ihnen zugrunde liegender Lexeme zeigen dank der grafischen Technik der Großschreibung einzelner Buchstaben: *EsterEr* (*Ester Erika*); *LortherY* (*Lisa-Yuvonne Orther*).

Monokomponentige pseudonymische und hybride Nicknamen gemischten Typs wecken neben den autonomen Bildungen ein großes Interesse. Die überwiegende Mehrheit davon sind okkasionelle substantivische Komposita, darunter sind volle (*sommerpia*, *jokermaedchen*), unvollständige (*lieblingscaro6*; *himmelsky*) Zusammensetzungen, Zusammenrückungen (*Lisa1ichLiebeDich333aiiyuwX*; *hellalockt*; *siehasstsich*). Die zu analysierenden Nicknamen zeichnen sich vor allem durch Geschlechtstransparenz aus, denn sie enthalten in ihren Komponenten nicht nur weibliche Namen und deren Teile, sondern auch gendermarkierte Formanten wie *-mama*, *-maedchen*, *-tussi*, *-woman*, *-girl* und ähnliche: *_zuckermama_*; *JaJamaedchen*; *KoblenzTussi*; *hypewoman7*; *Alexgirl*.

Die angeführten Beispiele bestätigen die Reifung des intellektuell-kreativen Apparats von adolescenten Mädchen, was sich in den bereits ausreichend entwickelten

Sprachfähigkeiten ausdrückt, die sich in solchen linguokreativen Akten der Bildung komplexer Wörter manifestieren. Solche Selbstnominierungen zeichnen sich durch Vielschichtigkeit und Originalität der Bedeutung sowie durch ein hohes Maß an Individualisierung und Detaillierung des virtuellen «Porträts» aus. Als Bestätigung des Gesagten präsentieren wir einen Kommentar der Nutzerin mit dem realen Vornamen *Yuna*, die von seinem Nicknamen *YounaToobadrin* erzählt (originale Rechtschreibung und Zeichensetzung der Informantin erhalten): *«ich bin youtube fan, mein nick ist quasi eine nachbildung des YT-labels aber mit meinem namen gemischt. ah! und ich bin manchmal ein „toooo bad“ mädchen))»*.

Mehrkomponentige Selbstnominierungen werden in 56% der Beispiele fixiert. In dieser Namensuntergruppe machen autonymische Nicknamen etwas mehr als ein Drittel aus und erscheinen hauptsächlich als Kombinationen von Vor- und Nachnamen, getrennt durch ein Leerzeichen oder durch verschiedene graphische Zeichen, die für einen bestimmten Dienst zulässig sind: *daniela.hecki*; *leona_klossowski*; *Simone Nübli*. Besonders originell sehen die autonomen Nicknamen aus, die infolge der Teilung des realen Anthroponyms in zwei Stücke entstehen: *sarah_magda_lena* (*Sarah Magdalena*); *sus.anne* (*Susanne*); *Marga Reta* (*Margareta*). Diese Technik ermöglicht den Mädchen, ihre Persönlichkeit durch ihren richtigen Namen zu bewahren, auch wenn die Nutzerinnen mit demselben Nicknamen in einem bestimmten sozialen Netzdienst schon registriert sind. Manchmal verursacht die Aufteilung eines autonomen Namens in Komponenten aufgrund der Assoziationen zwischen den isolierten Namenselementen und appellativen Einheiten, dabei entsteht zusätzliche Bedeutung: *leo.nie* (*Leonie*); *Ame_Lie* (*Amelie*); *mad.lenO_o* (*Madlen*).

Mehrkomponentige Nicknamen-Pseudonyme und Übergangsnicknamen, die zwei Drittel der Untergruppe bilden, sind strukturell in Form von Wortverbindungen, seltener – in Form von Sätzen gestaltet. Eine beträchtliche Anzahl von Beispielen fällt auf nominale Wortverbindungen mit einem Substantiv oder einem realen Anthroponym als Hauptwort. Somit wird dem Adjektiv die Rolle eines Bestimmungswortes zugeschrieben, das die vom Mädchen erstellte virtuelle Person konkretisiert und ihr zusätzliche Informationen vermittelt. Wie schon oben erwähnt wurde, zeigen die Userinnen auf solche Weise ihre Neigung zu meliorativen Selbstbeschreibungen: *feurige_ich*; *Ideale Andrea*; *_.das.perfekte.baby._*. In den Nicknamen-Wortverbindungen sind auch substantivische Attribute mit charakterisierender Funktion zu treffen: *queen_zoe*; *Die Besserwiserin*; *herrin.von.herren*.

Besondere Aufmerksamkeit verdienen die polykomponentigen Selbstnominationen, die in Form von verschiedenen Sätzen (168 Beispiele, 7% im Gesamtmaterial) gestaltet sind. Diese Benutzernamen wurden als syntaktische Einheiten eines berichtenden Charakters mit einer relativ vollständigen Prädikation konstruiert: *ich_liebe_David; mein_engel_singt2408; ok_alles_wird_gut*. Meist sind es zweigliedrige erweiterte Aussagesätze, die bestimmte Informationen über die Autorin oder ihre Lebensposition enthalten: *Ich_bin_Neu_hier; ich_schaffe_das2016; Lena.liebt.das.Leben*. In dieser Untergruppe der Beispiele kommen auch solche vor, die in Form eines Aufforderungssatzes als Imperative gestaltet sind: *hilf_mir_bitte; rette.mich; GIB_MIR_DEINE_HAND*. In unserem Korpus tragen die Nicknamen mit einem Verb im Imperativ als Hauptkomponente selten einen reflexiven Charakter, denn sie sind vor allem an den Gesprächspartner in der Kommunikation gerichtet und bezeichnen eine bestimmte Bitte um Hilfe oder ein Aufruf zum Handeln oft. Natürlich kann das Ergebnis einerseits als Versuch interpretiert werden, Aufmerksamkeit zu lenken, um eine Art der präkommunikativen „Message“ zu schaffen. Andererseits mit Bezug auf die alterspsychologischen Besonderheiten der Adoleszenz ist es jedoch offensichtlich, dass die jungen Userinnen in solchen Nicknamen eine der beliebtesten in dieser Altersgruppe konstruktiven Bewältigungsstrategie, nämlich «Suche nach sozialer Unterstützung» verwenden (Bartosh & Bartosh, 2012, S.45), was explizit auf der Ebene der Selbstnominationen im Internet ausgedrückt wird.

Noch ein neben den verbalen Mitteln wesentliches Mittel für Selbstdarstellung und Selbstpräsentation im Prozess der virtuellen Kommunikation ist Grafik. Die besondere visuelle Gestaltung eines Namens, die Anwendung der paragrafemen Elemente können zusätzliche Bedeutungen in Online-Anthroponyme einbringen und dadurch völlig unterschiedliche Aufgaben und Funktionen realisieren. Obwohl verschiedene Web-Ressourcen ihre eigenen technischen Anforderungen und Zeicheneinschränkungen für Nicknamen zur Verfügung stellen, fast immer bleibt die Möglichkeit für die Benutzerinnen, ihren Namen grafisch darzustellen. In unserer Forschungskartei gibt es etwa 71% der Nicknamen (1678 Beispiele), an denen dieses oder jenes grafische Mittel beteiligt ist. Solcher hohe Bedarf an Grafik ist einerseits durch die phänomenologische Polyfunktionalität der paraverbalen Mittel selbst vorgegeben. Andererseits lassen die Analyse virtueller Porträts und Umfragen von Informanten bestimmte persönliche Motive für die Verwendung von grafischen Mitteln in Nicknamen erkennen. Unter von uns festgestellten Hauptmotiven sind folgende zu nennen:

- 5) Schaffung eines spielerischen und/ oder humorvollen Effekts, der in der Regel durch Hervorheben mehrere Buchstaben innerhalb eines Nicknamens erreicht wird, wodurch ein neues Wort entsteht, das sogenannte „Beilage“-Lexem: *l.Aura* (← *Laura* + *Aura*); *Mir_l_Am* (← *Miriam* + *I am*); *Ste(fan)nie* (← *Stefanie* + *Fan*); *ms.kAFFEe* (*Kaffee* + *Affe*). Das Phänomen findet sich in 37 Beispielen, was 1,5% der Kartei ausmacht.

Das zu analysierende Forschungs-Material beschränkt sich nicht auf die angegebenen Motive, da einige von denen oft sehr individuell, situationsbedingt sind. Das Forschungsmaterial zeigt auch, etwa 28% der Nicknamen (656 Beispiele) enthalten gleichzeitig mehrere grafische Mittel. Einerseits ist dies die Folge der Dominanz eines und desselben Motivs der Selbstnominatioю Zum Beispiel zur Vermeidung des Verbots auf gleiche Nicknamen werden gleichzeitig folgende Mittel verwendet: grafische Aufteilung und Hinzufügen der Zahlen *ker_stin3* (← ***Kerstin D.***); grafische Aufteilung und grafische Zahl-zu-Buchstaben-Ersetzung (leetspeak): *wes.se1* (← *Daniela Wessel*); grafische Aufteilung und Iteration: *sun.girlll*. Andererseits helfen verschiedene grafische Mittel, den Benutzerinnen gleichzeitig mehrere anthroponymische Aufgaben innerhalb einer virtuellen Selbstnominatioю zu lösen. So schuf ein Mädchen mit dem realen Namen *Antonia* den Nicknamen *_tONi_//*, in dem sie trotz der großen Zahl der Benutzerinnen mit ähnlichen Namen (Namenschwestern) nicht nur die Kurzform ihres realen Anthroponyms verwendete, sondern auch der Selbstnominatioю ästhetische und semantische Elemente in Form eines symbolischen symmetrischen Rahmens und Großbuchstaben hinzufügte, die sich auf das englische Wort *on* beziehen.

Wie schon oben erwähnt wurde, ist es notwendig, die Polyfunktionalität der grafischen Mittel selbst zu betonen, die von jungen Benutzerinnen bewusst ist und aktiv in ihren Nicknamen dargestellt wird. So kann die Großschreibungstechnik einen Nicknamen visuell unter anderen unterscheiden (*MAGDAMA*; *LALALALALA*), sie verleiht auch eine Art Ästhetik (*Albertina*; *ViVaVi*), markiert Nicknamenteile (*Kamilavolz*; *BarbieDeLux*) oder ein „Beilage“-Wort mit einer zusätzlichen Bedeutung darin (*ivi REISer*; *kLarlssa_Von_Eilers*). Gleichzeitig werden die beliebtesten paraverbalen Mittel – der Unterstrich (689 Beispiele, 29%) und der Punkt (503 Beispiele, 21%) – in der überwiegenden Mehrheit der Fälle verwendet, um das technische Verbot auf identische Nicknamen innerhalb eines Internetdienstes zu überwinden. Ein solches Ergebnis sowie die Analyse der Motive für die Verwendung von Grafik ermöglicht uns zu behaupten, wie wichtig es für Mädchen in der Adoleszenz ist, ihre selbstnominativen Intentionen bei der

Erstellung eines Nicknamens zu verwirklichen. Trotz der hohen Häufigkeit der paragraphemischen Mittel ist offensichtlich, dass die visuelle Komponente des virtuellen Namens für die Benutzerinnen des zu untersuchenden Alters in den Hintergrund tritt. Die äußere Erkennbarkeit und Auffälligkeit dienen als starke Mittel zur Individualisierung der Selbstnominierung und unterscheiden sie von vielen anderen. Für Mädchen wird jedoch solches Potenzial der Grafik viel relevanter, das verschiedene Möglichkeiten und in gewisser Weise auch Freiheit anbietet, den Akt der Selbstnominierung durch gewünschte lexikalische Einheiten ungeachtet der technischen Verbote für identische Nicknamen zu verwirklichen. Diese Tendenz äußert sich besonders deutlich unter den Autonomen, wenn die Benutzerinnen trotz der großen Anzahl von Namensschwestern in einem bestimmten Internet-Dienst ihre realen Anthroponyme als Selbstnominierungen verwenden, jedoch mit minimalen grafischen Modifikationen. Ein solcher utilitäre Umgang mit paragraphemischen Mitteln unterstreicht die für Adoleszenz charakteristische Entwicklung des Selbstbewusstseins, wenn eine Nachhaltigkeit des Selbstwertgefühls und des Selbstkonzeptes entsteht (Berk, 2011; Kuhn & Franklin, 2006). Daher ist die Grafik für Mädchen von 11–17 Jahren nicht nur ein Weg der Selbstdarstellung ihrer virtuellen Persönlichkeit, sondern vorrangig ein Mittel der Selbstidentifikation.

5. Schluss

Die durchgeführte Forschung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Unsere primäre Aufgabe bestand darin, die Hypothese zu überprüfen, dass die Besonderheiten der alters- und geschlechtsspezifischen Zugehörigkeit der Internet-Benutzerinnen bewusst oder unbewusst auf das virtuelle Bild bereits in der präkommunikativen Phase projiziert werden – der Phase der Namenswahl. Die in die Analyse einbezogenen Daten der deutschsprachigen adolescenten Mädchen von 11 bis 17 Jahren bestätigen tatsächlich spezifische sprachliche Tendenzen bei der Gestaltung virtueller Selbstnominierungen. Solche bedeutenden extralinguistischen Faktoren wie das Geschlecht und das Stadium der ontogenetischen Entwicklung befinden sich in einem untrennbaren Zusammenhang mit ihren verbalen Darstellungen in Form von Nicknamen. Die Adoleszenzphase bei Mädchen ist voll von psychophysiologischen Neubildungen, die sich direkt in Internet-Selbstnominierungen wie in den Akten der freiwilligen Selbstdarstellung und Selbstidentifikation, -reflexion und -präsentation widerspiegeln.

Die Entwicklung des Selbstkonzeptes bei deutschen adolescenten Mädchen drückt sich darin aus, dass fast alle Selbstnominierungen mehr oder weniger semantisch motiviert

sind und sich auch in der zeitlichen Perspektive als ziemlich stabil und nachhaltig erweisen. Für die 11-17-jährigen Benutzerinnen wird es wichtiger, eher ein langfristiges, für Kommunikationspartner erkennbares virtuelles Image zu schaffen, anstatt mit ständigen Umbenennungen und Mystifikationen zu spielen. Eben deshalb, aber auch im Hinblick auf die Entwicklung des Selbstbewusstseins von Jugendlichen werden vor allem autonomische Selbstnominierungen von den Benutzerinnen bevorzugt. Die Verwendung realer Namen im Internet ist eine Art Manifest des Erwachsenwerdens, ein Signal der Bereitschaft, Verantwortung für eigene Worte, Taten, Handlungen zu übernehmen, Bewusstsein und Anerkennung sich selbst als eine bestimmte reale Person im Online-Raum. Im Gegenzug dazu zeigt das Vorhandensein einer beträchtlichen Anzahl von Selbstnominierungen pseudonymen und gemischten Charakters das Bedürfnis nach Individualisierung an. Solche Bestrebungen werden auf unterschiedliche Weise umgesetzt. In einem Fall erhalten Selbstnominierungen offensichtliche Bewertungsnuancen, in denen Charakteristiken der körperlichen und äußeren Merkmale überwiegen. Das Forschungsmaterial zeigt, dass junge Benutzerinnen durch eine positive Selbstreflexion gekennzeichnet sind, denn nicht autonomische Selbstnominierungen weisen in der Regel implizit oder explizit auf positive, anerkannte menschliche Eigenschaften, Handlungen, Taten, Tugenden hin. Integraler Bestandteil der Selbstreflexion ist die Gender-Identifikation von Mädchen, die sich in der Verwendung von gendermarkierter Lexik und Wortbildungsformanten, sowie in Selbstnominierungen mit den Namen des weiblichen Anthroponymikons oder mit den der Denotate weiblichen Geschlechts äußert. Die Adoleszenz in 11-17 Jahren bedingt das „Eintauchen“ von Mädchen in den Geschlechtskontext. Diese These wird auch durch eine Reihe der sexozentrischen Nicknamen bestätigt, die auch als Mode-Zugeständnis, eine Art Anpassung an den freien Kommunikationsstil im Internet, Identifizierung im Jugendsoziolekt gelten. Die altersbedingte Entwicklung der kognitiven Funktionen und die Reifung des intelligenten Apparates manifestieren sich in komplexen und vielfältigen Strukturen virtueller Selbstnominierungen, einer ziemlich sicheren Beherrschung der Wortbildungsmittel der Sprache. Die „Empfindlichkeit“ des virtuellen Anthroponymikons deutschsprachiger Mädchen zu den kulturellen, politischen und sozialen Ereignissen der internationalen Gesellschaft unterstreichen die Entwicklung des kritischen Denkens und die Notwendigkeit, in ein bestimmtes gesellschaftliches Paradigma aufgenommen zu werden. Der pragmatische, utilitäre Umgang mit grafischen Mitteln spiegelt das Streben und den Wunsch der Benutzerinnen wider, nicht so sehr visuelle Aufmerksamkeit auf die Nicknamen zu lenken, sondern sich dadurch inhaltlich auszudrücken und ihre ursprüngliche Idee der Selbstnominierung zu verwirklichen.

Die Analyse der Internet-Selbstnominierungen ermöglicht es uns also, ein generalisiertes präkommunikatives Porträt von deutschsprachigen adolescenten Mädchen im Alter von 11-17 Jahren zu erstellen. Dabei handelt es sich um virtuelle Persönlichkeiten mit deutlich ausgeprägten weiblichen Selbstpositionierungen, die zu einem positiven oder übertriebenen Selbstwertgefühl neigen, das Bedürfnis haben, durch eine bestimmte soziale Gruppe anerkannt und in einen sie interessierenden problematischen oder kulturellen Kontext einbezogen zu werden. Die Userinnen sind gleichermaßen geneigt, die Identität im Webspaces zu deanonimisieren und zu anonymisieren, aber in beiden Fällen ist es für sie von großer Bedeutung, die ursprünglichen, originären Absichten der Selbstnominierungen in die Nicknamen äußerst zu übertragen.

6. Danksagung

Die Forschungsarbeit ist mit finanzieller Unterstützung des Deutschen Akademischen Austauschdienstes (2017, 2019) und des Bildungs- und Wissenschaftsministeriums von der Russischen Föderation (2017) durchgeführt. Für wertvolle fachliche Beratung und unerschöpfliche Ideen zur wissenschaftlichen Inspiration danken die Autoren des Beitrags Prof. Dr. phil. Peter Schlobinski. Ebenso sprechen wir unsere Anerkennung der Leibniz Universität Hannover für die angebotene Möglichkeit der Forschungspraktika, Hilfe bei der Arbeit mit Informanten, Zusammenarbeit mit Kollegen und Zugang zu den Bibliotheksmitteln aus.

Begutachtung: Extern begutachtet.

Autorenbeiträge: Beitragskonzept/-konstruktion- K.V., B.T.; Datensammlung- K.V.; Datenanalyse/ Dateninterpretation- K.V., B.T.; Beitragsentwurf- K.V., B.T.; Kritische Inhaltsüberprüfung- K.V., B.T.; Endbestätigung und Verantwortung- K.V.

Interessenkonflikt: Es besteht kein Interessenkonflikt.

Finanzielle Förderung: Deutscher Akademischer Austauschdienst (2017, 2019) und Bildungs- und Wissenschaftsministerium von der Russischen Föderation (2017)

Wissen: Prof. Dr. phil. Peter Schlobinski, Leibniz Universität Hannover, Deutschland.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Conception/Design of Study- K.V., B.T.; Data Acquisition- K.V.; Data Analysis/ Interpretation- K.V., B.T.; Drafting Manuscript- K.V., B.T.; Critical Revision of Manuscript- K.V., B.T.; Final Approval and Accountability- K.V., B.T.

Conflict of Interest: The authors have no conflict of interest to declare.

Grant Support: German Academic Exchange Service (Deutscher Akademischer Austauschdienst) and Ministry of Education and Science of the Russian Federation.

Acknowledgement: Prof. Dr. phil. Peter Schlobinski, Leibniz University Hannover, Germany.

Literaturverzeichnis

- Adamchuk, D. V., & Sobkin, V. S. (2016). Normativnaia reguliatsiia seksual'nogo povedeniia podrostka [Normative regulation of adolescent sexual behavior]. *Upravlenie obrazovaniem: teoriia i praktika – Education management: theory and practice*, 2(22), 36–50.
- Akhrenova, N. A. (2009). *Internet-diskurs kak global'noe mezhkul'turnoe iavlenie i ego yazykovoie oformlenie* [Internet discourse as a global intercultural phenomenon and its language design] (Habilitation dissertation). Moscow State Region University, Moscow.
- Aleksiejuk, K. (2013). Personal names on the internet: usernames as address term. *Language and society*, 4, 187–198. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/309384890_PERSONAL_NAMES_ON_THE_INTERNET_USERNAMES_AS_ADDRESS_TERMS
- Anikina, T. V. (2011). *Sopostavitel'noe issledovanie virtual'nogo antroponimikona angloiazychnykh, russkoiazychnykh i frankoiazychnykh chatov* [Comparative study of the virtual anthroponymicons of English-, Russian- and French-speaking chats] (Doctoral dissertation). Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg.
- Asmus, N. G. (2005). *Lingvisticheskie osobennosti virtual'nogo kommunikativnogo prostranstva* [Linguistic features of the virtual communication space] (Doctoral dissertation). Chelyabinsk State University, Chelyabinsk.
- Balkunova, A. S. (2012). *Rol' setevogo imeni (nikneima) vo vzaimodeistvii sub'ektov virtual'noi kommunikatsii* [The role of the network name (nickname) in the interaction of the subjects of virtual communication] (Doctoral dissertation). Nizhnevartovsk State Humanitarian University, Nizhnevartovsk.
- Bartosh, O. P., & Bartosh, T. P. (2012). Vozrastnye i gendernye osobennosti koping-povedeniia podrostkov [Age and gender characteristics of adolescent coping behavior]. *Psikhologiya. Psikhofiziologiiiia – Psychology. Psychophysiology*, 6(265), 42–46.
- Bechar-Israeli, H. (1995). From <Bonehead> to <LoNehEAd>: nicknames, play, and identity on Internet Relay Chat. *Journal of Computer-Mediated Communication, Volume 1, Issue 2*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1995.tb00325.x>
- Berk, L. E. (2011). *Entwicklungspsychologie* (5. Aufl.). München: Pearson.
- Bohleber, W. (2011). Grundzüge adoleszenter Entwicklung: Psychoanalytische Perspektiven. In: P.J. Uhlhaas & K. Konrad (Hrsg.), *Das adoleszente Gehirn*. (S. 61–66). Stuttgart: Kohlhammer.
- Bolin, G. (2004). Themed Section Introduction: Research on Youth and Youth Cultures. *Young*, 12(3), 237–243. <http://dx.doi.org/10.1177/1103308804044507>
- Engel'gardt, E. E. (2008). Sotsial'naia situatsiia razvitiia i samoosenka devochek raznogo vozrasta [The social situation of development and self-esteem of girls of different ages]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Sotsiologiiiia – Bulletin of St. Petersburg University. Sociology*, 3, 55–61.
- Feierabend, S., Rathgeb, Th., Kheredmand, Th. & Glöckler, S. (2020). *JIM-Studie 2020: Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*. Stuttgart: MPFS. Retrieved from: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2020/JIM-Studie-2020_Web_final.pdf

- Feiring, C. (1999). Gender identity and the development of romantic relationships in adolescence. In W. Furman, B. B. Brown, & C. Feiring (Eds.), *The development of romantic relationships in adolescence* (pp. 211–232). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781316182185.010>
- Fend, H. (2003). *Entwicklungspsychologie des Jugendalters* (3. durchges. Auflage), Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gatson, S. N. (2011). Self-Naming Practices on the Internet: Identity, Authenticity, and Community. *Cultural Studies, Critical Methodologies*, 11(3), 224–235.
- Gatzke, S. (2020). *Psychologische Grundbedürfnisse in Kindheit und Jugend und ihre Bedeutung für ein gelingendes Leben. Was sind Maßnahmen Sozialer Arbeit?* Munich: GRIN Verlag. Retrieved from: <https://www.grin.com/document/936437>
- Gkoutzourelas, G. (2015). Nicknamen in sozialen Medien. Der Fall von Twitter und PlanetRomeo. *Mediensprache*. Retrieved from: <http://www.mediensprache.net/de/websprache/2.0/nicknames/>
- Jens, R., Schlobinski, P., & Siever, T. (1998). *Sprache und Kommunikation im Internet*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kaziaba, V. (2013). Namensmasken im Internet. *Muttersprache*, 4(123), 327–339.
- Kaziaba, V. (2016). Nicknamen in der Netzkommunikation. *Der Deutschunterricht. Nomen (non) est omen – Namenkunde*, 1, 24–30.
- Kessels, U. (2013) Jugend. In: S. Andresen, C. Hunner-Kreisel & S. Fries (Eds.) *Erziehung. J.B. Metzler*. Stuttgart. https://doi.org/10.1007/978-3-476-05023-6_6
- King, V., & Koller, H.-Ch. (2013). *Adoleszenzforschung: Zur Theorie und Empirie der Jugend aus transdisziplinärer Perspektive*. Wiesbaden: VS-Verlag.
- Kon, I. S. (1989). *Psikhologija rannei iunosti* [Psychology of early adolescence]. Moscow: Prosveshchenie.
- Kuhn, D., & Franklin, S. (2006). The second decade: What develops and how. In W. Damon & R. M. Lerner (Eds.), *Handbook of Child Psychology* (6th ed., pp. 953–993). New York: Wiley.
- Meyers, D. G. (2005). *Meyers Psychologie*. Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Ostapova, A. V. (2015). Psikhologicheskie osobennosti podrostkovogo vozrasta [Psychological features of adolescence]. *Evraziiskii nauchnyi zhurnal – Eurasian Scientific Journal*, 7. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-osobennosti-podrostkovogo-vozrasta>
- Sawyer, S. M., Azzopardi, P. S., Wickremaratne, D., & Patton, G. C. (2018). The age of adolescence. *Lancet Child Adolescent Health*, 2(3), 223–228. [https://doi.org/10.1016/S2352-4642\(18\)30022-1](https://doi.org/10.1016/S2352-4642(18)30022-1)
- Scheidt, L. A. (2001). Avatars and Nicknames in Adolescent Chat Spaces. *Gender and Computerization. L591*. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/253226272_Avatars_and_Nicknames_in_Adolescent_Chat_Spaces
- Schlobinski, P. & Siever, T. (Eds.). (2018). *Nicknamen international. Zur Namenwahl in sozialen Medien in 14 Sprachen*. Berlin: Peter Lang GmbH.

- Shtil'shtein, E. S. (2000). Osobennosti prezentatsii «la» v podrostkovom vozraste [Features of the presentation of "Selfconcept" in adolescence]. *Voprosy psikhologii – Psychology issues*, 2, 69–79.
- Stangl, W. (2021). Stichwort: ‚Pubertät – Online Lexikon für Psychologie und Pädagogik! *Online Lexikon für Psychologie und Pädagogik*. Retrieved from: <https://lexikon.stangl.eu/590/pubertaet/>
- Statista – das Statistik-Portal: Statistiken, Marktdaten & Studie (2021). Retrieved from: <https://de.statista.com/themen/2033/internetnutzung-in-deutschland/#dossierKeyfigures>
- Stommel, W. (2007). Mein Nick bin ich! Nicknames in a German Forum on Eating Disorders. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 141–162.
- Velichko, N. V. (2004). Samonominatsiia i samokarakteristika v pis'makh A.P. Chekhova ialtinskogo perioda [Self-nomination and self-characterization in the letters of A.P. Chekhov's Yalta period]. *Uchenye zapiski Tavricheskogo natsional'nogo universiteta im. V. I. Vernadskogo. Ser. «Filologiiiia» – Scientific notes of the Tavrichesky National University named after V. I. Vernadsky. Ser. "Philology"*, 20 (59), 4, 420–424.
- Whitty, M. T., & Buchanan, T. (2010) What's in a Screen Name? Attractiveness of Different Types of Screen Names Used by Online Daters. *International Journal of Internet Science*, 5(1), 5–19.
- Wischmann, A. (2010). *Adoleszenz- Bildung- Anerkennung. Adoleszente Bildungsprozesse im Kontext sozialer Benachteiligung*. Wiesbaden: VS-Verlag.



Kann das doch weg? Zum Umgang mit der deutschen Abtönungspartikel *doch* beim Übersetzen literarischer Texte ins Albanische

Kann das doch weg? Dealing with the German Modal Particle *doch* in Albanian Literary Texts' Translation

Blertë ISMAJLI¹ , Vjosa HAMITI² 



¹Asst. Prof. Dr., University of Prishtina "Hasan Prishtina", Faculty of Philology, Department for German Language and Literature, Prishtina-Kosovo

²Asoc. Prof. Dr., University of Prishtina "Hasan Prishtina", Faculty of Philology, Department for German Language and Literature, Prishtina-Kosovo

ORCID: B.I. 0000-0002-4783-741X,
V.H. 0000-0003-2916-516X

Corresponding author:

Vjosa HAMITI,
University of Prishtina "Hasan Prishtina",
Faculty of Philology, Department for German
Language and Literature, Prishtina-Kosovo, rr.
Xhorxh Bush 31, 10000 Prishtina, Kosovo
E-mail: vjosa.hamiti@uni-pr.edu

Submitted: 31.01.2022

Revision Requested: 27.04.2022

Last Revision Received: 30.04.2022

Accepted: 05.05.2022

Citation: Ismajli, B., & Hamiti, V. (2022). *Kann das doch weg? Zum Umgang mit der deutschen abtönungspartikel doch beim übersetzen literarischer texte ins albanische. Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi - Studien zur deutschen Sprache und Literatur*, 47, 109-134. <https://doi.org/10.26650/sdsl2022-1065764>

ABSTRACT (DEUTSCH)

Die Übersetzbarkeit der deutschen Abtönungspartikeln ist seit Langem ein sehr beliebter Untersuchungsgegenstand der Linguistik, insbesondere ihre Wiedergabe in „partikelarmen“ Sprachen. Der vorliegende Beitrag setzt sich ebenfalls mit diesem Thema auseinander. Im Fokus steht der Umgang mit der Abtönungspartikel *doch* bei der Übersetzung literarischer Texte aus dem Deutschen ins Albanische, das nicht über eine Gruppe der Abtönungspartikeln wie das Deutsche verfügt und als „partikelarme“ Sprache eingeordnet werden kann. Allgemein gelten für (inter)subjektive Sprachelemente, wie in diesem Fall die Abtönungspartikeln, dass ihre Bedeutung erst im Gebrauchskontext voll zum Tragen kommt. Dementsprechend muss der Kontext während der Übersetzung in Betracht gezogen werden. Im Fall der Übersetzung aus dem Deutschen in eine partikelarme Sprache werden andere Ausdrucksmittel gewählt, welche diese Sprache zur Verfügung stellt, um die bestimmte modale Nuancierung zum Ausdruck zu bringen. Diese können morphologische, prosodische Muster oder eine Kombination dieser Elemente sein, kontextuell-pragmatische Mittel und die Nutzung außersprachlicher Faktoren wie Intonation, Stimmhöhe, Satzakkzent sowie Gestik und Mimik. Die Grundlage dieser empirischen Korpusanalyse bilden die Romane „Der Prozess“ von Franz Kafka und „Siddhartha – eine indische Dichtung“ von Hermann Hesse und deren Übersetzungen ins Albanische. Für beide Romane stehen je zwei albanische Übertragungen zur Verfügung. Die Untersuchung von zwei Übersetzungen desselben literarischen Textes ermöglicht einen genaueren Blick auf die lexikalischen und syntaktischen Sprachmittel des Albanischen für die Wiedergabe der Abtönungspartikel *doch*. Im Korpus wird nach den Übersetzungsäquivalenten von *doch* im Albanischen gesucht. In Anlehnung an gängige übersetzungstheoretische Definitionen werden die Übersetzungsäquivalente in vier Kategorien klassifiziert: Auslassung, Transposition, Paraphrasierung, Wort-für-Wort-Übersetzungen.

Schlüsselwörter: Abtönungspartikel *doch*, Bedeutung, Übersetzungsstrategien, Albanisch, Deutsch

ABSTRACT (ENGLISH)

In linguistics, the translatability of the German modal particles is considered a popular study object, particularly because of their rendering in “particle-poor”



languages. Thus, the present study examines the translatability of the modal particle *doch* in Albanian literary texts. Compared to German language, Albanian does not have a group of modal particles and can, therefore, be classified as a “particle-poor” language. In general, (inter)subjective language elements in Albanian, such as modal particles in this case, come to a full meaning only in the context of use. Therefore, the translation must take the context into account. When translating from German to a particle-poor language, other means of expression, such as morphological, prosodic patterns, or a combination of these elements, available in the language are chosen to express the particular modal nuance. These expressions can also include contextual-pragmatic means and the use of extra-linguistic factors such as intonation, voice pitch, sentence accent, gestures, and facial expressions. This empirical corpus analysis is based on two novels: Franz Kafka’s “The Trial” (Der Prozess) and Hermann Hesse’s “Siddhartha - A Poem of India” (Siddhartha – eine indische Dichtung), and their two sets of translations into Albanian. Examining two translations of the same literary text allows for a better understanding of the lexical and syntactical means used in Albanian to render the modal particle *doch*. During the corpus analysis, the translation equivalents of *doch* in Albanian were extracted and classified into omission, transposition, paraphrasing, and word-for-word translations, based on the common translation-theoretical definitions.

Keywords: Modal particle *doch*, meaning, translation strategies, Albanian, German

EXTENDED ABSTRACT

In linguistic studies, the German language is often described as a “particle-rich language.” Hence, it is difficult to translate the German particles, especially modal particles, to other languages. Previously published studies have shown that one should attempt to transfer the language functions using specific means of the target language, instead of looking for direct equivalents. In this article, we start from the hypotheses of Borst/Motsch (1986). They hypothesized the following: first, mental structures of a natural language can be expressed in any other language, and second, every language has specific expressive possibilities “that are not translatable, they can at most be rendered approximately in other languages” (Borst/Motsch 1986, p. 168).

The literature in linguistics contains many studies on the translation of the German modal particles, particularly their rendering in “particle-poor” languages. These research studies have been mainly focused on neighboring languages such as French, Italian, Dutch, English, etc. The present study also focuses on the translation of the German modal particles, but here the translation equivalents of the modal particles are sought in Albanian. This is because, compared to the German language, the Albanian language system does not contain a group of modal particles and can be classified as a “particle-poor” language.

Linguistics has considered modal particles to be a characteristic of spoken language. However, several studies have established alternative modal particles due to the lack of translation corpora (German literary texts and their translations) of spoken German with other languages. In our case, there is no corpus of the spoken German-Albanian language.

Hence, two German novels—Franz Kafka’s “The Trial” and Hermann Hesse’s “Siddhartha - A Poem of India” were used to extract the sentences using the modal particle *doch* and their translations into Albanian-. Each of these novels has two different Albanian translations directly from German, and not from another language, by Albanian native speakers. The transmission of modal particles strongly depends on the feeling for the language. Thus, our translators were competent in identifying the nuances of the modality in German and then translate them into Albanian. The corpus analysis investigates the extent to which the German modal particle *doch* was transferred into Albanian and which lexical and/or syntactic means of expression were used in this transfer.

In general, (inter)subjective language elements, such as modal particles in this case, can be better understood only in the context of use. Therefore, context should also be considered during translation. In this study, we assumed that various translation equivalents will occur in Albanian for the modal particle *doch*. Thus, we also considered that the particle meaning is dependent on the context. Additionally, all translation equivalents, as well as the omission, were considered in this study.

For this corpus analysis, the Albanian translations were classified into the following categories based on the selected translation strategy:

- Omission: This category includes cases whose translation into Albanian did not transfer the modality expressed in the original text. Alternatively, sentences were completely omitted
- Transposition: In this category, “the phenomenon that certain parts of speech or grammatical categories of the source language are replaced by other parts of speech or grammatical categories in the target language” (Koller/Henjum, 2020, p. 350, Stolze, 2018, p. 73)
- Paraphrasing: This category includes special forms of translation in which sentences or phrases are rewritten
- Word-for-word translations: This category includes sentences rendered with particles in Albanian.

The quantitative corpus analysis showed that the majority of cases did not use language elements in the target language for the modal particle *doch*. This resulted in a very high number of omissions (67.12% in total). However, wrong context transfer was

observed in only a few cases. In some cases, omission avoided overloading the target text while still rendering the correct meaning of the sentence. Our findings showed that transposition is the second largest translation strategy (21.23% overall) used when transferring *doch*, compared to paraphrasing (total 10.10%) and word-for-word translation (total 1.54%), which are the least practiced translation strategies. This finding confirms the initial hypothesis of this article that specific expression options for the target language can facilitate the transfer of mental structures from one natural language to any other language.

1. Einleitung

Die deutsche Sprache wird in der einschlägigen Literatur sehr häufig als eine „partikelreiche Sprache“ beschrieben (Weydt, 1969; Feyrer, 1998; Braber, 2006 u.a.)¹. Diese Tatsache trägt zur Erkenntnis der Übersetzungsschwierigkeiten deutscher Partikeln, besonders der Abtönungspartikeln bzw. Modalpartikeln² in anderen Sprachen bei. Die bisherigen Untersuchungen zeigen, dass man nicht nach direkten Äquivalenten suchen sollte, sondern vielmehr den Versuch in Angriff nehmen sollte, mit Hilfe spezifischer Mittel der Zielsprache, ihre Funktionen so gut wie möglich zu übertragen (vgl. Helbig, 1994; Weydt, 1989; Diewald, 2013 u.a.). In diesem Beitrag gehen wir von den Hypothesen von Borst/Motsch (1986) aus, die die Meinung vertreten, dass erstens gedankliche Strukturen einer natürlichen Sprache in jeder anderen Sprache ausgedrückt werden können, und zweitens jede Sprache über spezifische Ausdrucksmöglichkeiten verfügt, „die nicht übersetzbar sind, sie können höchstens annäherungsweise in anderen Sprachen wiedergegeben werden“ (Borst/Motsch, 1986, S. 168).

Die Übersetzung der deutschen Abtönungspartikeln ist seit langem ein sehr beliebter Untersuchungsgegenstand der Linguistik, insbesondere ihre Wiedergabe in „partikelarmen“ Sprachen ist ein Thema, das schon mehrfach in der Literatur diskutiert worden ist. Im Zentrum dieser Untersuchungen waren hauptsächlich benachbarte Sprachen (vgl. Weydt, 1969; Westheide, 1985; Blume, 1988; Feyrer, 1998; Burkhardt, 1995; Braber, 2006 u.v.a.). Im Rahmen der indogermanischen Sprachen wurden Untersuchungen mit germanischen und romanischen Sprachen durchgeführt. Albanisch gehört zur indogermanischen Sprachfamilie, bildet jedoch einen eigenen Zweig. Im Vergleich mit dem Albanischen wurde die Abtönungspartikel *wohl* von Hamiti (2018, 2019), Hamiti/Hamiti (2020) und die Abtönungspartikel *doch* von Hamiti/Ismajli (2022, im Druck) untersucht. Weitere Arbeiten über die Äquivalenz der Abtönungspartikeln im Albanischen sind uns nicht bekannt.

Die vorliegende Untersuchung wird sich auch mit diesem Thema auseinandersetzen, es wird jedoch hier nach Übersetzungsäquivalenten der Abtönungspartikel *doch* im

1 Burkhardt (1994) vertritt die Meinung, dass das Deutsche sich über die Jahrhunderte „nach und nach zu einer Partikel- oder besser: Gesprächswort-Sprache entwickelt“ hat. Ihm nach verfügt das deutsche Sprachsystem über mindestens 51 Abtönungspartikeln, die den Erwerb des Deutschen nicht einfach machen. (vgl. Burkhardt, 1994, S. 130).

2 Die Terminologie dieser Wortgruppe unterscheidet sich sehr, man findet sie in der einschlägigen Literatur auch als: *Satzpartikeln*, *Gliederungssignale*, *modale Partikeln*, *illokutive Partikeln*, *diskursorientierende Partikeln*, *Einstellungspartikeln*, *diskursive Partikeln*, *Gesprächswörter* (vgl. Weydt, 2006, S. 205; Diewald, 2009, S. 117).

Albanischen gesucht, da das albanische Sprachsystem nicht über eine Gruppe der Abtönungspartikeln wie das Deutsche verfügt und als „partikelarme“ Sprache beschrieben werden kann.

2. Methodologisches Vorgehen

Die Partikeln, genauer die Abtönungspartikeln, galten lange Zeit in der Linguistik als Merkmal der gesprochenen Sprache (vgl. Zifonun et al 1997; Hentschel/Weydt 2021; Duden 2016 u.a.). Trotzdem zeigen Untersuchungen, dass sie von großen deutschen Schriftstellern in ihren literarischen Texten Anwendung fanden³ und dass es ein „Partikelprofil eines literarischen Textes“ (Hentschel, 2010, S. 115) geben kann. Aus Mangel an Übersetzungskorpora gesprochener Sprache des Deutschen mit anderen Sprachen der Welt, wird in mehreren Untersuchungen (vgl. Burkhardt 1995, 1994; Feyrer 1998; Hentschel 2010) nach einer Alternative gesucht. Es werden literarische Texte des Deutschen, in denen gesprochene Sprache wiedergegeben wird, und deren Übersetzungen in anderen Sprachen untersucht. Auch für diesen Beitrag existiert kein Korpus der gesprochenen Sprache Deutsch-Albanisch und aus diesem Grund wurden zwei deutsche Romane – Franz Kafkas ‚Der Prozess‘ und Hermann Hesses ‚Siddhartha – Eine indische Dichtung‘ – mit jeweils zwei unterschiedlichen Übersetzungen untersucht. Die Übersetzungen sind von albanischen Muttersprachlern durchgeführt worden. Es wurde darauf geachtet, dass die ins Albanische übersetzten literarischen Texte direkt vom Deutschen übertragen wurden und nicht aus einer anderen Sprache. Da die Übertragung der Abtönungspartikeln stark auch vom Sprachgefühl abhängig ist, wurde bei der Korpuserstellung darauf geachtet, dass die Werke von kompetenten Übersetzern durchgeführt worden sind, die in der Lage sind, die Nuancen der Modalität im Deutschen aufzugreifen und sie auch ins Albanische zu übertragen (vgl. hierzu Métrich 1997; Hentschel 2010). Bei der Korpusanalyse wird der Frage nachgegangen, inwieweit die deutsche Abtönungspartikel *doch* ins Albanische übertragen wurde und welche lexikalischen und/oder syntaktischen Ausdrucksmittel in den Fällen einer Übertragung dafür verwendet wurden.

Allgemein gilt für (inter)subjektive Sprachelemente, wie in diesem Fall die Abtönungspartikel, dass ihre Bedeutung erst im Gebrauchskontext voll zum Tragen kommt. Dementsprechend muss der Kontext während der Übersetzung absolut in

3 Vgl. hierzu die Untersuchungen von Weydt, 1969, Hentschel, 2010, Cullmann, 1997 über Goethe, Schiller, Kafka, Thomas Mann, Ionesco.

Betracht gezogen werden: „Wegen ihrer starken Kontextdeterminiertheit kann nur das Textganze an sich bzw. die Aussage im pragmatisch-kommunikativen Umfeld die übergeordnete Übersetzungseinheit für Aussagen mit MPn [Modalpartikeln] sein.“ (Feyrer, 1998, S. 107). Das Faktum der Kontextdeterminiertheit der Partikelbedeutung wird auch in dieser Untersuchung in Betracht gezogen, weil wir davon ausgehen, dass für die Abtönungspartikel *doch* jeweils diverse Übersetzungsäquivalente im Albanischen vorkommen werden (vgl. hierzu Feyrer, 1998, S. 51). Im vorliegenden Beitrag werden alle Übersetzungsäquivalente wie auch die Auslassung in Betracht gezogen.

3. Abtönungspartikeln

Die Partikeln, genauer die Abtönungspartikeln waren und sind weiterhin ein beliebter Untersuchungsgegenstand der Linguistik. Die einschlägige Literatur zu den Partikeln bzw. Abtönungspartikeln ist sehr umfangreich und sie wurden aus kontrastiver, semantischer, pragmatischer, translatorischer, didaktischer, lexikographischer Perspektive untersucht (Bublitz, 1978; Thurmair, 1989; Beerboom, 1992; Meibauer, 1994; Helbig, 1994; Diewald, 2009; Diewald/Kresić, 2010; Kresić et al, 2017; Averina, 2019 u.a.). Kennzeichnend für die Abtönungspartikeln so wie auch Partikeln im Allgemeinen, ist ihre Kürze, weswegen sie auch ‚kleine Wörter‘ genannt wurden. Lange Zeit wurden sie von der Sprachwissenschaft ignoriert, weil sie wie schon angedeutet, als ein Phänomen der gesprochenen Sprache galten. Man definierte sie als besonders ‚bedeutungsarm‘ und ihre Anwendung wurde oft als ‚schlechter Sprachstil‘ betrachtet (Weydt, 1969). Diese Sichtweise hat sich stark verändert. Gegenwärtig wird das Fehlen von Partikeln bzw. Abtönungspartikeln im Sprachgebrauch oft hinsichtlich des Sprachstils als ‚schroff‘, ‚hölzern‘ oder ‚unverbindlich‘ bezeichnet (vgl. Weydt, 1969, S. 20; Reiter 1983, S. 100) und sie werden als ‚typisch für den Diskurs‘ beschrieben (Zifonun et al, 1997, S. 59). Dementsprechend macht Helbig (1994) auf ihre kommunikativen Nuancen aufmerksam, weil sie:

[...] der Sprache nicht nur Flüssigkeit und Verbindlichkeit verleihen, sondern auch ein bestimmtes Verankern und auf diese Weise auch ausdrücken, wie die Gesprächspartner zueinander stehen, welche Voraussetzungen sie haben und welche Reaktionen erwartet werden. (Helbig, 1994, S. 12f.)

Durch die ‚kommunikativ-pragmatische Wende‘ in den 1970er Jahren gewannen die Partikel in der deutschen Sprachwissenschaft an Bedeutung und zu Recht wird diese Zeit als der „Partikelboom“ beschrieben (Beerboom 1992). Als bahnbrechendes und

richtungweisendes Werk über die Partikel wird bis heute noch Harald Weydts (1969) Forschungsarbeit betrachtet. Die von Weydt herausgegebenen Sammelbände, Monographien und Artikel über die Partikelforschung werden als Aufschwung der pragmatisch orientierten Partikelforschung in der heutigen einschlägigen Literatur gewertet.

Um die kommunikative Funktion der Partikeln besser zu verstehen, muss nach Weydt „ein Hörer oder Leser ausgehend von den geäußerten Sätzen auf die vorausgesetzten und mitzudenkenden Informationen, Kontextfaktoren, Einstellungen etc. schließen können“ (Weydt, 1989, S. 332). So lässt sich sagen, dass die Partikeln ihre kommunikative Funktion erst im und durch den Kontext erlangen, weil sie auch aus dem kommunikativen Zusammenhang beschrieben und erschienen sind (Linke et al, 1991, S. 271). Daher werden Partikeln bzw. Abtönungspartikeln nach der pragmatischen Ebene als sprachliche Mittel, die Sprechereinstellungen ausdrücken, im sogenannten epistemischen Gebrauch bewertet. Der Grund liegt darin, dass sie Träger der epistemischen Modalität sind (vgl. Gornik-Gerhardt, 1981, S. 17) und somit eine wichtige modale Funktion in der Sprache haben. Abtönungspartikeln äußern unterschiedliche Sprecherhaltung, -annahmen, -erwartungen in Bezug auf die geäußerte Proposition.

Das primäre Inventar der deutschen Abtönungspartikeln machen folgende Lexeme aus: *aber, auch, bloß, denn, doch, eben, eigentlich, etwa, halt, ja, mal, nur, schon, vielleicht, wohl* (vgl. Duden, 2016, S. 603). Als sekundäre Mitglieder sind zu nennen: *fein, ganz, gerade, gleich, einfach, erst, ruhig* (vgl. Diewald, 2009, S. 118).

Es muss hinzugefügt werden, dass die Abtönungspartikeln aufgrund von andauernden Grammatikalisierungsprozessen eine offene Wortklasse mit prototypischen und peripheren Mitgliedern ist (Diewald, 2009, S. 128). Prototypische Abtönungspartikeln lassen sich anhand einer Reihe von Kriterien von anderen Partikelklassen abgrenzen:⁴

- Abtönungspartikeln sind unflektiert, unbetont, syntaktisch integriert, topologisch auf die Mittelfeldstellung beschränkt, aber darin variabel, in Abhängigkeit von der Thema-Rhema-Gliederung, als Grenzsignal einsetzbar;
- Abtönungspartikeln haben Heterosemie in anderen Wortklassen (Konjunktionen, Fokuspartikeln, Adjektive, Adverbien, Satzadverbien);

4 Sie wurden ironisch als „Läuse in der Sprache“, „Redefüllsel“, „Flickwörter“ usw. bezeichnet (Burkhardt, 1994, S. 180).

- Abtönungspartikeln sind keine Satzkonstituenten, daher nicht vorfeldfähig, koordinierbar oder als Satzäquivalent einsetzbar;
- Abtönungspartikeln sind jedoch miteinander kombinierbar, wobei die erste Abtönungspartikel semantisch gesehen unspezifischer ist als die folgenden, letztere stehen dagegen im Skopusbereich der vorherigen;
- Abtönungspartikeln zeigen Affinitäten zu bestimmten Satzmodi;
- Abtönungspartikeln haben Satz- oder Äußerungsbezug (propositionaler oder illokutiver Skopus);
- Abtönungspartikeln sind „dialoggrammatische Klasse“ (Diewald, 2009, S. 128), d. h. sie markieren eine Äußerung als nicht-initial, denn die Proposition wird durch die Abtönungspartikeln auf eine pragmatisch vorgegebene Einheit bezogen, wodurch die abtönungspartikelhaltige Äußerung als reaktiver Zug in einer unterstellten dialogischen Sequenz (als kommunikativem Hintergrund) markiert wird;
- Abtönungspartikeln haben keine referentielle Bedeutung.

Trotz zahlreicher Untersuchungen über die Abtönungspartikeln werden die Abgrenzungsdefinitionen dieser Wortgruppe von einigen Linguisten als „mangelnd und unzufriedenstellend“ bewertet (vgl. dazu Diewald, 2013, S. 30).

4. Abtönungspartikel *doch* und ihre Übersetzbarkeit

Wie oben angedeutet verfügt auch die Abtönungspartikel *doch* über Homonyme in anderen Wortarten. Sie kann als Antwortpartikel, als adversative Konjunktion mit der Bedeutung ‚aber‘ und ‚jedoch‘ und als Konjunkionaladverb mit der Bedeutung ‚dennoch‘ und ‚trotzdem‘ vorkommen (vgl. Hentschel/Weydt, 1983, S. 8; Hentschel, 1986, S. 123; Helbig, 1994, S. 117). In diesem Beitrag wird *doch* als Abtönungspartikel untersucht, die zu den am häufigsten gebrauchten in der deutschen Sprache zählt (Hentschel, 1986, S. 123). Der Bedeutung nach markiert die Abtönungspartikel *doch*, dass das Gesagte als wahr gelten kann bzw. dem Hörer bekannt ist bzw. sein sollte (Thurmair, 1989, Schoonjans, 2013, 2018) und, dass „der Hörer im Hinblick auf [diesen] Sachverhalt seine Annahmen und/oder sein Benehmen ändern sollte“ (Thurmair, 1989, S. 103). Der Kontext ist ausschlaggebend für die vielfältigen Nuancen wie Begründung/Erklärung, Vorwurf, Einräumung, Überraschung o. Ä., die *doch* bekommen kann (vgl. hierzu Feyrer, 1998, S. 128; Schoonjans, 2013, S. 74; Müller, 2014, S. 36). Neben den Abgrenzungskriterien bietet die umfangreiche Literatur zu den Abtönungspartikeln zahlreiche Definitionsvorschläge

und Funktionszuschreibungen.⁵ Auch wenn sich den Abtönungspartikeln keine lexikalische Bedeutung zuschreiben lässt, wird in der Literatur ihr „Beitrag zur Interpretation einer Äußerung“ formuliert (Müller, 2014, S. 18). Dazu gehören folgende Aspekte:

- eine Äußerung in den Kommunikationszusammenhang einbinden, indem sie den Stellenwert/die Funktion der Äußerung deutlicher machen
- dem Rezipienten Hinweise zur Interpretation der Äußerung im Kontext geben
- auf gemeinsame(s) Wissen/Annahmen/Erwartungen der Gesprächsteilnehmer verweisen
- Bezug auf vorherige Äußerungen nehmen
- die Einstellung des Sprechers (im Sinne von Emotionen, Annahmen, Erwartungen) zum ausgedrückten Sachverhalt anzeigen. (Müller, 2014, S. 18)

Zifonun et al. (1997) zufolge, lässt sich die Funktion der Abtönungspartikeln nur grob bestimmen. „Sie tragen zur Einpassung der kommunikativen Minimaleinheit in den jeweiligen Handlungszusammenhang bei, indem sie auf den Erwartungen und Einstellungen des Sprechers und der Adressaten operieren.“ (Zifonun et al, 1997, S. 53). Der kommunikative Beitrag der Abtönungspartikel *doch* wird auch von Diewald hervorgehoben:

Die Bedeutung der Abtönungspartikel *doch* indiziert eine Alternative, aus der der Sprecher eine Option auswählt. Man könnte von der Indizierung einer konzessiven Relation zwischen dem pragmatischen Prätext und der in der Äußerung dargestellten Situation sprechen: der Sprecher legt sich auf eine der beiden Alternativen fest, wobei er die Existenz einer entgegen gesetzten Entscheidung anerkennt. (Diewald, 2009, S. 132)

Die bestimmende Rolle des Kontextes für die Bedeutung der Abtönungspartikeln wird auch von Schoonjans (2013) festgestellt. Nur in einem größeren Rahmen lässt sich die modale Nuancierung des Satzes feststellen und anschließend in eine andere Sprache übertragen. Auch in partikelarmen Sprachen, wie dem Albanischen, ist laut Heinrichs die Übersetzung möglich und unerlässlich, „weil sie ganz wesentlich zur Rede gehören oder zum Text dazugehören“ (Heinrichs, 1981, S. 239). Im Fall der Übersetzung aus dem

5 Weydt 1969; Bublitz 1978; Thurmair 1989; Helbig 1994; Zifonun et al 1997; Helbig/Buscha 2001; Molnár, 2002; Autenrieth, 2002, 2005; Hentschel/Weydt 2021; Diewald 2009, 2013; Müller 2014; Duden 2016.

Deutschen in eine partikelarme Sprache wählt man andere Ausdrucksmittel, die diese Sprache zur Verfügung stellt, um die bestimmte modale Nuancierung zum Ausdruck zu bringen. Diese können morphologische, prosodische Muster oder eine Kombination dieser Elemente sein (Schoonjans, 2013, S. 75), kontextuell-pragmatische Mittel und die Nutzung außersprachlicher Faktoren wie Intonation, Stimmhöhe, Satzakzent sowie Gestik und Mimik (vgl. Feyrer, 1998, S. 102; Schoonjans, 2018, S. 5). Bei unserer Korpusanalyse steht statt einer Wort-zu-Wort Äquivalenz die Bedeutung der Abtönungspartikel *doch* im Vordergrund und dient als Ausgangspunkt für die Analyse (vgl. Liefänder-Koistinen, 2004, S. 551). Es ist jedoch unerlässlich, dass der Übersetzer die Funktion der Abtönungspartikel im Ausgangstext isoliert, um in der Lage zu sein, sie in die Zielsprache zu übertragen (vgl. Feyrer, 1998, S. 104). Die Wahl der Sprachmittel in der Zielsprache erfolgt eher intuitiv und ist vom Sprachgefühl geprägt (vgl. Waltereit, 2001, S. 1392). In diesem Sinne hängt sie von der translatorischen Kompetenz und der Sprachkompetenz des Übersetzers ab (vgl. Feyrer, 1998, S. 282).

5. Korpusbeschreibung und -auswertung

Die Grundlage dieser empirischen Korpusanalyse bilden die Romane „Der Prozess“ von Franz Kafka (FK), „Siddhartha – eine indische Dichtung“ von Hermann Hesse (HH) und deren Übersetzungen ins Albanische. Für beide Romane stehen je zwei albanische Übersetzungen zur Verfügung: „Der Prozess“ wurde von Gjergj Vlashi (GJV) und Taulant Hatia (TH), „Siddhartha – eine indische Dichtung“ von Ervin Cami (EC) und Nikolla Pire (NP) übersetzt.⁶ Der Grund für diese Auswahl war, dass die Übersetzungen desselben literarischen Textes von unterschiedlichen Übersetzern eine präzisere Untersuchung der lexikalischen und syntaktischen Sprachmittelpalette des Albanischen für die Wiedergabe der Abtönungspartikel *doch* ermöglichen.

In den deutschen Originaltexten wurden insgesamt 292 verwendbare Belege aufgefunden. Da für diese Untersuchung die vier übersetzten Texte im Vordergrund stehen, erhöht sich diese Gesamtzahl auf 584 Belege bzw. Übersetzungsmöglichkeiten. Für diese Korpusanalyse wurden in Anlehnung an die gängigen Definitionen in der Übersetzungstheoretischen Literatur (Koller/Henjum, 2020; Munday, 2016; Stolze 2018) vier Klassifikationskategorien festgelegt. Abhängig von der ausgewählten Übersetzungsstrategie wurden die albanischen Belege in folgenden Kategorien unterteilt:

6 Im Folgenden werden die in Klammern gesetzten Abkürzungen als Referenz auf die Autoren bzw. Übersetzer verwendet.

- Auslassung: Unter dieser Kategorie sind Belege aufgefasst, bei deren Übersetzung ins Albanische die im Originaltext durch *doch* geäußerte Modalität nicht übertragen bzw. Sätze vollständig ausgelassen wurden;
- Transposition: Unter dieser Kategorie verstehen wir „die Erscheinung, dass bestimmte Wortarten oder grammatische Kategorien der AS in der ZS durch andere Wortarten oder grammatische Kategorien ersetzt werden“ (Koller/Henjum, 2020, S. 350, vgl. auch Stolze, 2018, S. 73);
- Paraphrasierung: Unter diese Kategorie werden Sonderformen der Übersetzungen zusammengefasst, bei denen Sätze oder Phrasen umgeschrieben werden (Koller, 2004, S. 200);
- Wort-für-Wort-Übersetzungen: Zu dieser Kategorie zählen Belege, die auch im Albanischen mit Partikeln wiedergegeben worden sind.

Die quantitative Korpusanalyse ergibt, dass die Abtönungspartikel *doch* in 67.12 % der Fälle ganz ausgelassen wird. In 21.23% wird die Übersetzungsstrategie Transposition und in 10.10 % die Übersetzungsstrategie Paraphrasierung angewendet. Die Wort-für-Wort-Übersetzung kommt mit 1.54 % in den wenigsten Fällen vor.

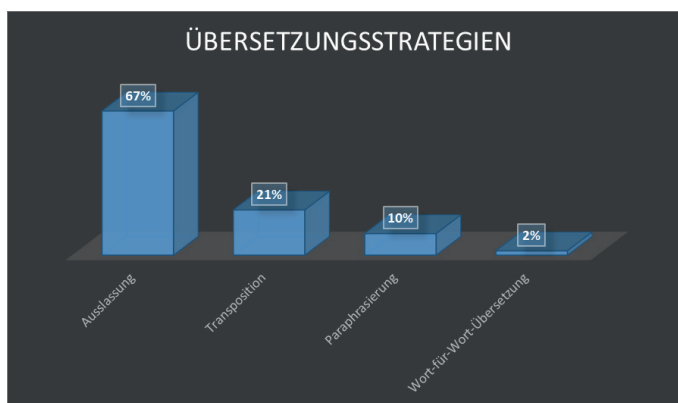


Abb. 1: Im Korpus angewendete Übersetzungsstrategien

Im Folgenden gehen wir auf die Übersetzungsauswertung der einzelnen Romane ein.

5.1. Siddhartha

Im deutschen Originaltext wurden 48 verwendbare Belege exzerpiert. Die Gesamtzahl der Übersetzungen ins Albanische beträgt 96 Belege. In der Fachliteratur gilt im

Allgemeinen, dass die Abtönungspartikel *doch* in den überwiegenden Fällen nicht übertragen wird (vgl. Burkhard, 1995, S. 181), was auch an der Abbildung 1 zu beobachten ist. Der Vergleich der Übersetzungen von NP und EC ergibt aber ein anderes Bild.

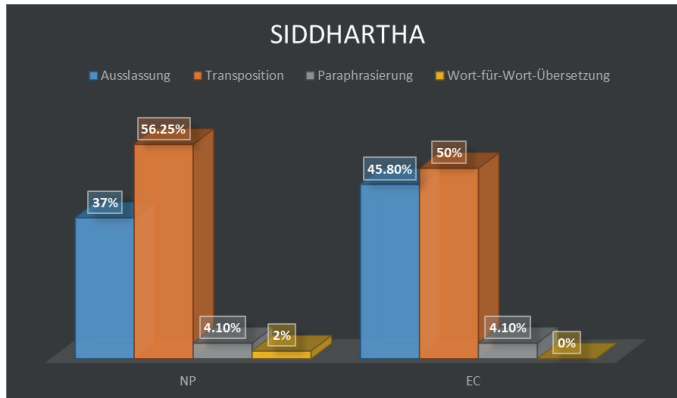


Abb. 2: Angewendete Übersetzungsstrategien bei NP und EC

Im Gegensatz zu EC hat NP in nur 37 % der Fälle die Bedeutung von *doch* bei der Übertragung ausgelassen. Stattdessen hat er die modale Nuancierung durch unterschiedliche Sprachmittel des Albanischen übertragen:

- (1) HH: Wie wenn einer, der allzu viel gegessen oder getrunken hat, es unter Qualen wieder erbricht und *doch* der Erleichterung froh ist, so wünschte sich der Schlaflose, in einem ungeheuren Schwall von Ekel sich dieser Genüsse, dieser Gewohnheiten, dieses ganzen sinnlosen Lebens und seiner selbst zu entledigen. (S. 86)
- EC: Ashtu sikurse dikush, që e ka tepruar me të ngrëna e me të pira, i vjell plot vuajtje të gjitha dhe i gëzohet lehtësimit, kështu dëshironte edhe i pagjumi, në një valë të përbindshme neverie të çlirohej nga këto shije, nga këto zakone, nga gjithë kjo jetë e pakuptimtë dhe nga vetë vetja e tij. (S. 70)
- NP: Si një njeri, që ka ngrënë dhe ka pirë shumë dhe që e çliron stomakun me një të vjellë sflilitëse dhe dërmuese dhe pastaj i gëzohet lehtësimit, kështu dhe ai, i sflilitur nga pagjumësia, ëndërronte në krizën e përbindshme të gërdisë të çlirohej nga këto kënaqësira, nga këto zakone, nga gjithë kjo jetë e pakuptimtë, nga vetvetja. (S. 65)
- (2) HH: Obwohl er nahe der Vollendung war, und an seiner letzten Wunde trug,

schien ihm *doch*, diese Kindermenschen seien seine Brüder, ihre Eitelkeiten, Begehrlichkeiten und Lächerlichkeiten verloren das Lächerliche für ihn, wurden begreiflich, wurden liebenswert, wurden ihm sogar verehrungswürdig. (S. 134)

EC: Megjithëse ai i ishte afruar përkryerjes dhe vuante prej plagës së fundit, i dukej se këta njerëz fëmijërorë ishin vëllezërit e tij. Kotësitë, lakmitë e çilimillëqet e tyre nuk ishin më qesharake për të, por ishin të kuptueshme, meritonin dashuri, meritonin, ndoshta, edhe adhurim. (S. 109)

NP: E megjithëse e ndjente veten afër përsosjes dhe vuante nga plaga që kishte marrë tani, *prapëseprapë* i dukej se këta njerëz-fëmijë i kishte si vëllezër. Gultimi, limaksia, meskiniteti i tyre nuk e trazonin, u bënë për të si të thuash të kuptueshëm, të denjë për t'i dashur, të denjë bile edhe për t'i respektuar. (S. 96)

Aus diesem Grund ist die Kategorie Transposition bei NP breiter ausgelegt und umfasst mehr Sprachmittel, wie Konjunktionen (1), Adverbien (2), Modalwörter (3), Interjektionen (4) und Jussiv-Konstruktionen (5). Bei EC kommen in dieser Kategorie nur Konjunktionen (6) und Adverbien (7) vor.

(3) HH: „Sehr hübsch ist dies alles“, rief Kamaswami unwillig, „aber tatsächlich bist du *doch* ein Händler, sollte ich meinen! Oder bist du denn nur zu deinem Vergnügen gereist?“ (S. 73)

NP: Kjo është një gjë shumë e mirë – bërtiti me zemërim Kamasvami, por ti *sidoqoftë* je tregtar, kështu e kuptoj unë! Apo shkove atje për qejf? (S. 55)

(4) HH: Wahrlich, da schmerzte mich der Atem in der Brust, und ich dachte bei mir: möchte *doch* auch ich, möchten *doch* auch wir beide, Siddhartha und ich, die Stunde erleben, da wir die Lehre aus dem Munde jenes Vollendeten vernehmen! (S. 27)

NP: Mua me të vërtetë m'u zu fryma në grykë dhe thashë me vete: „Ah, kur do të vijë edhe për mua, dhe për ne të dy, për Sid'hart'hën dhe për mua, ajo orë kur të marrim mësim nga vetë goja e të Përsosurit!“ (S. 24)

(5) HH: Käme *doch* ein Blitz und erschlüge ihn! Käme *doch* ein Tiger und fräße ihn! Gäbe es *doch* einen Wein, ein Gift, das ihm Betäubung brächte, Vergessen und Schlaf, und kein Erwachen mehr! (S. 91)

NP: *Le të vijë* tigri dhe ta kollofitë! *Le t'i sjellë* vera dhe helmi dehje, harrim dhe gjumë që të mos zgjohet më. (S. 68)

- (6) HH: Längst wußte er sich nicht mehr von Gotama getrennt, dessen Lehre er *doch* nicht hatte annehmen können. (S. 116)
- EC: Prej kohësh, nuk e ndante më ai veten prej Gotamës, mësimin e të cilit, *megjithatë*, nuk kishte mundur ta pranonte. (S. 94)
- (7) HH: Govinda, welcher noch nicht völlig verstand, wiederholte mit einem Ton von Ungeduld seine Frage: „Sprich *doch*, ich bitte dich, mein Lieber! Sage mir, wie es ja nicht anders sein kann, daß auch du, mein gelehrter Freund, deine Zuflucht zum erhabenen Buddha nehmen wirst!“ (S. 36)
- EC: Govinda, që nuk kishte kuptuar ende plotësisht, përsëriti me një ton padurimi pyetjen e tij:
 “Thuamë, *pra*, të lutem, o i dashur! Thuamë se nuk mund të ndodhë ndryshe dhe se edhe ti, o miku im i ditur, do të pranosh të strehohesh në Budën!” (S. 28)

Auffällig ist hier die Verwendung von Jussiv. Über die Zugehörigkeit dieser Formen zum Bereich der albanischen Verbmodi besteht keine Einigkeit in der Literatur. Autoren wie Newmark et al. (1982) und Buchholz/Fiedler (1987) betrachten sie als ein Verbmodus. In der Grammatik der albanischen Standardsprache (Agalliu et al, 2002, S. 415) werden diese Konstruktionen jedoch nicht als ein Verbmodus bezeichnet, sondern als Partikelkonstruktionen (vgl. hierzu Ismajli, 2019, S. 72). Bei *le* handelt es sich um eine aus dem Vollverb *lër* (lassen) grammatikalisierte Form, die kein Träger morphologischer Marker ist, die Bedeutung der Verbform aber im Hinblick auf die Modalität modifiziert. In dieser Hinsicht besteht eine funktionale Ähnlichkeit mit den deutschen Partikeln. Diese Diskussion würde allerdings den Rahmen dieser Untersuchung sprengen, weswegen davon abgesehen wird, darauf näher einzugehen.

Die Übersetzungsstrategie Paraphrasierung wird von beiden Übersetzern in 4.1 % der Fälle ausgewählt, manchmal auch in demselben Kontext, wie hier:

- (8) HH: Was für ein wunderbarer Schlaf war dies *doch* gewesen! Niemals hatte ein Schlaf ihn so erfrischt, so erneut, so verjüngt! (S. 94)
- EC: *Ç'gjumë të mrekullueshëm që kishte bërë!* Kurrë ndonjëherë nuk e kishte çlodhur, freskuar e rinuar kaq shumë gjumi! (S. 77)
- NP: *Po si mundi të flinte kështu!* Kurrë nuk kishte bërë vaki që gjumi ta freskonte e ta rinovonte kështu! (S. 70)

Eine Übertragung der Abtönungspartikel *doch* durch eine Partikel des Albanischen wurde nur einmal bei NP belegt. Bei EC kommen solche Fälle gar nicht vor:

- (9) HH: Sprich *doch*, ich bitte dich, mein Lieber! Sage mir, wie es ja nicht anders sein kann, daß auch du, mein gelehrter Freund, deine Zuflucht zum erhabenen Buddha nehmen wirst! (S. 36)
- NP: *Hë de folë, miku im, të lutem! Se s'ka si të jetë ndryshe, më thuaj edhe ti, miku im i ditur, a do të bashkohesh edhe ti me Budën e Lartë?* (S. 30)

Im Allgemeinen lässt sich feststellen, dass Transposition und Auslassung die meistgewählten Übersetzungsstrategien sind. Im Fall der Auslassung kann in der Zielsprache die modale Nuancierung des Satzes verloren gehen (vgl. auch Beleg 11):

- (10) HH: Lange Zeit hatte Siddhartha das Leben der Welt und der Lüste gelebt, ohne ihm *doch* anzugehören. (S. 79)
- NP: *Sid'hart'ha jetoj gjatë me kënaqësitë, me jetën e një bote ku nuk bënte pjesë.* (S. 60)
- EC: *Për një kohë të gjatë kishte jetuar Siddharta jetën e botës dhe të kënaqësive pa u bërë pjesë e saj.* (S. 65)

Im Bereich der Transpositionen gibt es weitgehend Übereinstimmung bei der Verwendung der Konjunktionen *„megjithatë“* (trotzdem) und *„por“* (aber). Im Allgemeinen werden konzessive Konjunktionen verwendet, was auch als eine der Bedeutungen für *doch* gilt, die eine „konzessive Relation zwischen dem pragmatischen Prätext und der in der Äußerung dargestellten Situation“ (Diewald, 2009, S. 132) markiert.

5.2. Der Prozess

Der vom Roman „Der Prozess“ exzerpierte Korpus beträgt 244 verwendbare Belege in der Ausgangssprache und 488 Belege in der Zielsprache, die hier untersucht wurden. In beiden Übersetzungen sind weitaus mehr Auslassungen zu beobachten, als es bei „Siddhartha – eine indische Dichtung“ der Fall war (vgl. Abbildungen 2 und 3). Diese Auslassungen könnten textbeding sein und aus stilistischen Gründen vorkommen.

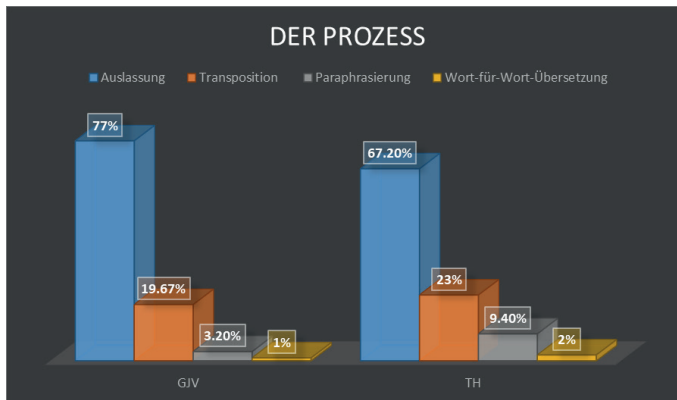


Abb. 3: Angewendete Übersetzungsstrategien bei GJV und TH

Bei GJV betragen Auslassungen sogar fast 77 %, bei TH sind es 67 %. Diese Diskrepanz lässt vermuten, dass es auch hier Fälle gibt, bei denen einer der Übersetzer eine Strategie angewendet hat, um die modale Nuancierung wiederzugeben, wie im folgenden Beleg zu beobachten ist:

- (11) FK: Er war schlank und *doch* fest gebaut, er trug ein anliegendes schwarzes Kleid, das, ähnlich den Reiseanzügen, mit verschiedenen Falten, Taschen, Schnallen, Knöpfen und einem Gürtel versehen war und infolgedessen, ohne daß man sich darüber klar wurde, wozu es dienen sollte, besonders praktisch erschien. (S. 7)
- TH: Qe paksa hollak, *por* truplidhur, kishte veshur një kostum të zi që i rrinte në masë por, si ata të udhëtimeve, kishte shumë pala, xhepa, tokëza e kopsa, si dhe një rrip mesi të cilat të krijonin përshtypjen se ishte mjaft praktik, por pa e kuptuar mirë se për çfarë shërbenin të gjitha ato. (S. 11)
- GJV: Ishte shtatlartë, hijerëndë, i veshur me një kostum të zi, ngjante sikur gatitej të ndërmerre ndonjë udhëtim; binin në sy tegela, stringla, xhepa e një rrip, që e bënte kostumin të dukej shumë praktik, megjithëse nuk merrej vesh përse hynin në punë gjithë ato gjëra. (S. 13)

Die konzessive Markierung durch *doch* wird von TH mittels der konzessiven Konjunktion *,por'* (aber) übertragen. GJV hingegen lässt diese Markierung aus, indem er eine einfache Aufzählung wiedergibt.

Die nächste größere Übersetzungsstrategie Transposition beträgt bei TH 23.36 % und bei GJV 19.67 %. Auffällig ist jedoch, dass bei GJV die Palette der Sprachmittel im Albanischen viel breiter ist, trotz der sehr hohen Anzahl an Auslassungen (76.6 %). Bei beiden Übersetzern sind Sprachmittel zu belegen, die üblicherweise zur Kategorie Transposition gezählt werden, wie Konjunktionen, Adverbien, Modalwörter, Interjektionen und Verben bzw. Verbmodus. Außer diesen Mitteln wurde in diesem Korpus die Abtönungspartikel *doch* mittels Satzbau die Zieffer (10) entfernen:

- (12) FK: „Kommen Sie *doch* herein“, hatte K. gerade noch sagen können. (S. 11)
TH: *Ejani, hyni, - arriti të thoshte K-ja.* (S. 15)
- (13) FK: Keiner hat eine Uniform, wenn man nicht Ihr Kleid – hier wandte er sich an Franz – eine Uniform nennen will, aber es ist *doch* eher ein Reiseanzug. (S. 16)
- GJV: *Asnjëri nga ju nuk ka uniformë. (Si tha këto fjalë, u kthye nga Franci). Këtë nuk mund ta quajmë dot uniformë, sepse është më shumë një kostum udhëtimi.* (S. 21)

Der Satzbau stellt eine Besonderheit im Bereich der Transposition dar, als eine Form der Wiedergabe der Abtönungspartikel *doch*. Die Wiederholung desselben Verbs (14) bzw. die Verwendung von zwei Verben zur Verstärkung der modalen Nuancierung (15), Wiederholung von der Negationspartikel (16) oder Einsetzung des Personalpronomens *ju'* (Sie), obwohl das Albanische eine Prodrop-Sprache ist und in der Satzposition das Pronomen grammatikalisch weglassbar ist (17), erscheinen als Lösungen, die die Übersetzer dafür ausgewählt haben:

- (14) FK: „Sehen Sie *doch!*“ rief sie. (S. 28)
GJV: - *Shiko, shiko – thirri ajo.* (S. 31)
- (15) FK: „Der Herr hier fragt ja nur, worauf Sie warten. Antworten Sie *doch.*“ (S. 64)
TH: - *Zotëria këtu po ju pyet vetëm se çfarë prisni. Jepini, përgjigjuni.* (S. 81)
- (16) FK: „Es geht *doch* nicht“, sagte er kopfschüttelnd und setzte sich seufzend wieder nieder. (S. 69)
- GJV: - *Jo, jo, nuk mund të eci – tundi kokën, psherëtiu dhe sërish u ul.* (S. 63)
- (17) FK: „Sie sind *doch* angeklagt“, sagte der Gerichtsdiener. (S. 62)
TH: *Ju jeni i akuzuar, – tha ftuesi i gjyqit.* (S. 79)
GJV: - *Ju jeni i pandehur, apo jo? – pyeti ftuesi.* (S. 58)

Im Beleg (17 GJV) gibt es eine doppelte modale Markierung, durch die Verwendung des Personalpronomens ‚ju‘ (Sie) und der Vergewisserungsfrage ‚apo jo‘ (nicht wahr) (Buchholz/Fiedler, 1987, S. 498). Durch diese Vergewisserungsfrage, ähnlich wie auch im Beleg (16) durch die Wiederholung der Negationspartikel ‚jo‘ (nein) ermöglicht der Übersetzer eine konzessive bzw. einräumende Bedeutung auch im albanischen Satz. Es entsteht ein rationales Abwägen zwischen Alternativen, die *doch* im Deutschen hat, das in drei Schritten verläuft: Bejahung, Verneinung und Rückkehr zur Bejahung (vgl. hierzu Brünjes, 2014).

Die Übersetzungsstrategie Paraphrasierung kommt mit 9.4 % bei TH und 3.2 % bei GJV in relativ geringen Fällen vor. Es gibt jedoch Belege, wo beide Übersetzer beim selben Ausgangssatz diese Strategie verwendet haben:

- (18) FK: Der Untersuchungsrichter würde *doch* nicht auf dem Dachboden sitzen und warten. (S. 60)
 TH: Gjykatësi nuk kishte si të rrinte e të priste atje, në papafingo. (S. 76)
 GJV: Nuk ishte e mundur që gjykatësi të ishte ngjitur në çati dhe ta priste atje te hatullat. (S. 56)

Noch seltener kommt die Wort-für-Wort Übersetzungsstrategie vor, bei der *doch* durch eine Partikel im Albanischen übertragen wird. Bei TH liegt die Verwendung auf 2 % und bei GJV auf 1.22 %:

- (19) FK: Sie aber hätten sich dadurch *doch* einige Freunde verscherzt. (S. 54)
 GJV: Madje mund t'ju bënte të humbni ndonjë mikun tuaj dhe unë s'dua që të ndodhë kjo. (S. 52)
 (20) FK: Ich wäre Ihnen sehr dankbar, sagte der Gerichtsdienner etwas förmlich, er schien eigentlich *doch* nicht an die Erfüllbarkeit seines höchsten Wunsches zu glauben. (S. 63)
 TH: Do t'jua dija shumë për nder, – tha ftuesi i gjyqit në mënyrë paksa formale, dukej se nuk e besonte dot që do t'i realizohej dëshira më e madhe që kishte. (S. 79)

Dieses geringe Vorkommen bestätigt die allgemeine Feststellung in der Fachliteratur, dass Abtönungspartikeln als Träger pragmatischer Bedeutungen nicht unbedingt durch Partikel wiedergegeben werden müssen:

In diesen Fällen muss die pragmatische Funktion Ziel der fremdsprachlichen Wiedergabe sein. Sie muss in partikelarmen Sprachen mit den spezifischen Mitteln der Zielsprache erreicht werden, in den meisten Fällen gar nicht mit Hilfe von Partikeln. (Weydt, 1989, S. 247)

5.3. Abschließende Bemerkungen

Trotz Schwierigkeiten bei der Übersetzung von Abtönungspartikeln des Deutschen, kann nicht behauptet werden, dass sie nicht translationsrelevant sind. Ihre kommunikative Funktion innerhalb einer Aussage macht sie nicht weglassbar bei einer Übersetzung. Das bedeutet, dass der Übersetzer Sprachmittel finden sollte, diese Funktion in die Zielsprache zu übertragen. Zur Erreichung dieses Ziels spielt das Sprachgefühl des Übersetzers eine ausschlaggebende Rolle. Bei der Übertragung der Abtönungspartikel handelt es sich in erster Linie um Textäquivalenz und nicht unbedingt um Wortäquivalenz. Wie von Stolze unterstrichen, wird nicht „die Textstruktur übersetzt, sondern der verstandene übersummativ Sinn des Ganzen“ (Stolze, 1982, S. 32), mit anderen Worten ist das Ganze mehr als die Summe seiner Teile. Dem Übersetzer kommt also nicht einfach die Rolle eines Mittlers zwischen Sprachen, sondern zwischen Kulturen zu. Dass nicht jede Abtönungspartikel des Deutschen übersetzt werden sollte bzw. kann, sieht man auch an der hohen Zahl der Auslassungen, die nicht nur im Sprachenpaar Deutsch-Albanisch zu beobachten ist. Die vorliegende Korpusanalyse bestätigt, dass nicht alle Auslassungen zur fehlenden Übertragung der kommunikativen Funktion führen. In einigen Fällen vermeidet man durch Auslassung eine Überladung des Zieltextes, gibt aber die korrekte Satzbedeutung wieder:

- (21) HH: Und die Neugierigen lachten und unterhielten sich darüber, wie töricht und leichtgläubig *doch* das Volk solche leere Gerüchte verbreite. (S. 115)
- NP: Dhe këta kureshtarë habiteshin me naivitetin e njerëzve, që hapnin fjalë të tilla boshe dhe shanin budallallëkun njerëzor. (S. 83)
- EC: Dhe kureshtarët qeshnin e bisedonin me njëri-tjetrin, duke thënë se sa shpejt përhapen fjalët boshe e sa shpejt u besojnë njerëzit marrëzive të tilla. (S. 93)

Aber die Belege (1), (2), (11), in denen nur einer der Übersetzer eine Übersetzungsstrategie zur Wiedergabe von *doch* verwendet hat, zeigen die ausschlaggebende Rolle der transaltorischen und sprachlichen Kompetenz. Durch die

Anwendung dieser Strategie haben sie die kommunikative Funktion in die Zielsprache übertragen, die bei Auslassungen in denselben Belegen fehlt. Der Behauptung Schoonjans/Feyaerts (2010), dass eine höhere Anzahl von Auslassungen in Übersetzungen auf eine fortgeschrittene Bedeutungsverblässung deutet, kann nicht ganz zugestimmt werden.

Ausgehend vom Sprachgefühl wählen die Übersetzer unterschiedliche Sprachmittel des Albanischen für die Übertragung von *doch*, die in dieser Arbeit unter der Übersetzungsstrategie Transposition zusammengefasst sind. Dazu gehören neben den universal als konzessiv-einräumend geltenden Sprachmitteln wie Konjunktionen, Adverbien, Modalwörter, Interjektionen auch Verben bzw. Verbmodus, sowie der Satzbau. Die Korpusanalyse ergab, dass Verbmodi Admirativ⁷ (22) und Jussiv (5) die kommunikative Funktion im Albanischen erfüllen können.

(22) FK: „Aber *doch* das eigentlich Interessante“, sagte Fräulein Bürstner. (S. 28)

TH: Po kjo *qenka* më interesantja, – tha zonjusha Byrstner. (S. 37)

Ähnliche Funktion bekommt auch das Modalverb *mund*, das nur in einem Beleg vorkommt:

(23) FK: „Frauenhände bringen *doch* im Stillen viel fertig“, dachte er. (S. 23)

GJV: „Sa gjëra *mund të bëjnë* duart e një gruaje,“ mendoi. (S. 26)

Weitere Übersetzungsstrategien sind Paraphrasierung und die Wort-für-Wort-Übersetzung, bei der Partikeln des Albanischen zur Übertragung von *doch* verwendet werden. Diese Strategien sind seltener belegt als die obengenannten. Auch diese Untersuchung bestätigt, dass dem Übersetzer überlassen wird, welche ihm zur Verfügung stehende Sprachmittel er für die Übertragung von *doch* anwendet: „Er ist es, der letzten Endes entscheidet, was, wann und wie übersetzt wird, und zwar kraft seiner Kenntnis von Ausgangs- und Zielkultur und -Sprache“ (Reiß/Vermeer, 1994, S. 57).

6. Zusammenfassung

Schwerpunkt dieses Beitrags war die Problematik der Übersetzbarkeit aus einer partikelreichen in eine partikelarme Sprache. Im Fokus stand die Abtönungspartikel *doch* und ihre Übertragung ins Albanische. Den untersuchten Korpus bildeten die Romane „Der Prozess“ von Franz Kafka und „Siddhartha – eine indische Dichtung“ von Hermann

7 Ausführlicher über die Verbkategorie Admirativ s. Ismajli, 2014.

Hesse mit jeweils zwei unterschiedlichen Übersetzungen ins Albanische. Der Vergleich von zwei Übersetzungen des gleichen Ausgangstextes erweiterte die Untersuchung der verwendeten Übersetzungsstrategien, mit dem Ziel festzustellen, inwieweit die kommunikative Funktion und die Bedeutung in der Zielsprache übertragen wurden.

Die Korpusanalyse hat ergeben, dass in der überwiegenden Zahl der Fälle für die Abtönungspartikel *doch* keine Sprachmittel in der Zielsprache verwendet wurden. Das führte zu einer sehr hohen Anzahl von Auslassungen (insgesamt 67.12 %). Jedoch muss hinzugefügt werden, dass nicht in allen Fällen die Auslassung zur falschen Kontextübertragung führte. Transposition ist die zweitgrößte Übersetzungsstrategie (insgesamt 21.23 %), die Anwendung fand. Paraphrasierung (insgesamt 10.10 %) und Wort-für-Wort-Übersetzung (insgesamt 1.54 %) als Übersetzungsstrategien werden bei der Übertragung von *doch* am wenigsten ausgewählt. Das bestätigt die Ausgangshypothese dieses Beitrages, dass sich gedankliche Strukturen von einer in jede andere natürliche Sprache übertragen lassen, indem für die Zielsprache spezifische Ausdrucksmöglichkeiten angewendet werden.

Des Weiteren bietet diese Studie eine gute Basis für Folgestudien bezüglich einer Untersuchung einer partikelarmen Sprache (Albanisch) mit einer partikelreichen Sprache (Deutsch) in einem kontrastiven übersetzungsorientierten Sprachvergleich. Dieser Folgestudie sollen die Sprachmittel des Albanischen zum Ausdruck der Modalität als Ausgang dienen, die im Deutschen durch die Abtönungspartikel *doch* wiedergegeben werden. Ein Vergleich der Kontexte in denen *doch* als Abtönungspartikel erscheint, soll zur Ergänzung des Bedeutungsrahmens dieser Partikel beitragen.

Begutachtung: Extern begutachtet.

Autorenbeiträge: Beitragskonzept/-konstruktion- B.I., V.H.; Beitragsentwurf- B.I., V.H.; Kritische Inhaltsüberprüfung- B.I., V.H.; Endbestätigung und Verantwortung- B.I., V.H.

Interessenkonflikt: Es besteht kein Interessenkonflikt.

Finanzielle Förderung: Dieser Beitrag wurde von keiner Institution finanziell unterstützt.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Conception/Design of Study- B.I., V.H.; Drafting Manuscript- B.I., V.H.; Critical Revision of Manuscript- B.I., V.H.; Final Approval and Accountability- B.I., V.H.

Conflict of Interest: The authors have no conflict of interest to declare.

Grant Support: The author declared that this study has received no financial support.

Literaturverzeichnis

- Agalliu, F., Angoni, E., Demiraj, SH., Dhrimo, A., Hysa, E., Emil, L., & Likaj E. (2002). *Gramatika e gjuhës shqipe. Vëllimi I, Morfologjia*. Tiranë: Maluka.
- Autenrieth, T. (2002). *Heterosemie und Grammatikalisierung bei Modalpartikeln. Eine synchrone und diachrone Studie anhand von eben, halt, e(cher)t, einfach, schlicht und glatt*. Tübingen: Max Niemeyer. (= Linguistische Arbeiten 450).
- Autenrieth, T. (2005). „Grammatikalisierung bei Modalpartikeln. Das Beispiel eben“. In: T. Leuschner, T. Mortelmans, S. de Groodt (ed.): *Grammatikalisierung im Deutschen*. 309–334. Berlin: Walter de Gruyter. (= Linguistik – Impulse & Tendenzen 9).
- Averina, A. (2019). Modalpartikeln im Deutschen als Komponenten eines modal-bewertenden Rahmens (am Beispiel der Modalpartikeln *ja, doch* und *wohl*). *Lebende Sprachen* 64 (1). 140-54.
- Beebom, C. (1992). *Modalpartikeln als Übersetzungsproblem: eine kontrastive Studie zum Sprachenpaar Deutsch-Spanisch*. Heidelberger Beiträge zur Romanistik 26. Frankfurt am Main / Bern / New York / Berlin: Peter Lang.
- Blume, H. (1988). Die Partikel man im norddeutschen Hochdeutsch und im Niederdeutschen. *Zeitschrift für germanistische Linguistik*, 16(2), 168–182.
- Borst, D., & Motsch, W. (1986). In welchem Maße sind Sprachen ineinander übersetzbar?. *Zeitschrift für Sprachwissenschaft*, 5(2), 167-186.
- Braber, N. (2006). Emotional and emotive language: Modal particles and tags in unified Berlin. *Journal of Pragmatics*, 38(9), 1487–1503.
- Brunjes, L. (2014). *Das Paradigma deutscher Modalpartikeln. Dialoggrammatische Funktion und paradigminterne Oppositionen*. Berlin/München/Boston: Walter de Gruyter.
- Bublitz, W. (1978). *Ausdrucksweisen der Sprechereinstellung im Deutschen und Englischen: Untersuchungen zur Syntax, Semantik und Pragmatik der deutschen Modalpartikeln und Vergewisserungsfragen und ihre englische Entsprechungen*. Linguistische Arbeiten 57. Tübingen: Narr.
- Buchholz, O., & Fiedler, W. (1987). *Albanische Grammatik*. Leipzig: Verlag Enzyklopädie.
- Burkhardt, A. (1994). Abtönungspartikeln im Deutschen: Bedeutung und Genese. *Zeitschrift für germanistische Linguistik*, 22(2), 129–151.
- Burkhardt, A. (1995). Zur Übersetzbarkeit von Abtönungspartikeln. Am Beispiel von Hofmannsthal's Der Schwierige. *Zeitschrift für germanistische Linguistik*, 23(2), 172–201.
- Cullmann, T. (1997). Modalpartikeln in der Literatur: Ein Übersetzungsvergleich der Modalpartikeln in Ionescos Dramen. In: R. Keller (ed.), *Linguistik und Literaturübersetzen*, 119-139. Tübingen: Gunter Narr Verlag,
- Diewald, G., & Kresić, M. (2010). Ein übereinzelsprachliches kontrastives Beschreibungsmodell für Partikelbedeutungen. *Linguistik Online*, 44(4) <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/400> (01. Februar 2021).
- Diewald, G. (2009). Abtönungspartikel. In: L. Hoffmann (ed.), *Handbuch der deutschen Wortarten*, 117–142. Berlin/New York: de Gruyter.

- Diewald, G. (2013). Same same but different – Modal particles, discourse markers and the art (and purpose) of categorization. In: L. Degand, B. Cornillie & P. Pietrandrea (ed.): *Discourse Markers and Modal Particles. Categorization and Description* (Pragmatics & Beyond New Series 234), 19-46. Amsterdam, New York: Benjamins.
- Duden. (2016⁹). *Die Grammatik*. Mannheim u. a.: Dudenverlag.
- Feyrer, C. (1998). *Modalität im Kontrast: ein Beitrag zur übersetzungsorientierten Modalpartikelforschung anhand des Deutschen und des Französischen*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Gornik-Gerhardt, H. (1981). Zu den Funktionen der Modalpartikel „schon“ und einiger ihrer Substitutentia. Tübingen: Narr.
- Hamiti, V., & Hamiti, M. (2020). The Curious Case of Translating German Modal Particle *wohl* into English and Albanian. *XLinguae European Scientific Language Journal*, 1(43), 39–67. DOI: 10.18355/XL.2020.13.02.05.
- Hamiti, V. (2018). Sind Abtönungspartikeln übersetzbar?. *Ditura 12- Zeitschrift für Germanistische Sprach- und Literaturwissenschaft*, 47-54.
- Hamiti, V. (2019). *Epistemische Modalität – die Äußerungsmöglichkeiten im Deutschen und ihre Äquivalente im Albanischen*. Wiesbaden: Harrassowitz Verlag.
- Hamiti, V., & Ismajli, B. (2022). *Zur Übersetzbarkeit der Abtönungspartikel doch ins Albanische*. Lebende Sprachen. Zeitschrift für interlinguale und interkulturelle Kommunikation. Berlin, Boston: De Gruyter. [im Druck].
- Heinrichs, W. (1981). *Die Modalpartikeln im Deutschen und Schwedischen. Eine kontrastive Analyse*. (Linguistische Arbeiten 101). Tübingen: Niemeyer.
- Helbi, G., & Buscha, J. (2001). *Deutsche Grammatik - Ein Handbuch für den Ausländerunterricht*. Stuttgart: Klett.
- Helbig, G. (1994). *Lexikon deutscher Partikeln*. Leipzig: Verlag Enzyklopädie.
- Hentschel, E., & Weydt, H. (1983). Kleines Abtönungswörterbuch. In H. Weydt (ed.), *Partikel und Interaktion*, 3-24. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Hentschel, E., & Weydt, H. (2021). *Handbuch der Deutschen Grammatik* (5., überarbeitete und aktualisierte Auflage. ed., De Gruyter Studium). Berlin, Boston: De Gruyter.
- Hentschel, E., (1986). *Funktion und Geschichte deutscher Partikeln: ja, doch, halt u. eben*. (Reihe germanistische Linguistik 63). Tübingen: Niemeyer.
- Hentschel, E. (2010). Partikelprofile literarischer Texte. In Harden, Theo, Elke Hentschel (ed.): *40 Jahre Partikelforschung*. 97-118. Tübingen: Niemeyer.
- Ismajli, B. (2014). Verbmodi im Deutschen und Albanischen im Vergleich. Der Fall Admirativ. In: R. Babel, N. Feßler, S. Fluhrer, S. Huber & S. Thede (ed.), *Alles Mögliche. Sprechen, Denken und Schreiben des (Un)Möglichen* (Linguagetalks 3), 163–177. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Ismajli, B. (2019). *Das deutsch-albanische Modusfeld als Übersetzungsproblem*. Wiesbaden: Harrassowitz Verlag.
- Koller, W. (2004⁷). *Einführung in die Übersetzungswissenschaft*. Wiebelsheim: Quelle und Meyer.
- Koller, W., & Henjum, K. B. (2020⁹). *Einführung in die Übersetzungswissenschaft*. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag.

- Kresić, M., Batinić Angster, M. & Diewald, G. (2017). A format for the description of German modal particles and their functional equivalents in Croatian and English. In C. Fedriani & A. Sansó (ed.), *Pragmatic Markers, Discourse Markers and Modal Particles: New perspectives* (Studies in Language Companion Series 186), 230 – 254. Amsterdam: John Benjamins, Liefländer-Koistinen, L. (2004). Modalpartikeln als Übersetzungsproblem. In H. Kittel, A. P. Frank, N. Greiner, T. Hermans, W. Koller, J. Lambert & F. Paul (ed.), *Übersetzung – Translation – Traduction: Ein internationales Handbuch zur Übersetzungsforschung / An International Encyclopedia of Translation Studies / Encyclopédie internationale de la recherche sur la traduction*, 550-554. Berlin / New York: Walter de Gruyter.
- Linke, A., Nussbaumer, M., Portmann, R. P., & Willi, U. (1991). Studienbuch Linguistik. Tübingen: Niemeyer.
- Meibauer, J. (1994). *Modaler Kontrast und konzeptuelle Verschiebung Studien zur Syntax und Semantik deutscher Modalpartikeln*. (Linguistische Arbeiten 314). Tübingen: Niemeyer.
- Métrich, R. (1997). De la non traduction des ‚mots de la communication‘ de l’allemand en français. *Zeitschrift für französische Sprache und Literatur*, 107(2), 143–172.
- Molnár, A. (2002). *Die Grammatikalisierung deutscher Modalpartikeln: Fallstudien*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Müller, S. (2014). *Modalpartikeln*. Heidelberg: Universitätsverlag Winter.
- Munday, J. (2016⁴). *Introducing Translation Studies: Theories and Applications*. London, New York: Routledge.
- Newmark, L., & Hubbard, P. & Prifti, P. (1982). *Standard Albanian: A Reference Grammar for Students*. Stanford: University Press.
- Petrič, T. (2017). Deutsche Modalpartikeln und modalpartikelartige Lexeme im Slowenischen. In: V. Jesenšek (ed.): *Germanistik in Maribor: Tradition und Perspektiven*, 177-196. Maribor: Univerzitetna založba Univerze v Mariboru.
- Reiß, K., & Vermeer, H. J. (1984). *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*. (Linguistische Arbeiten 147). Tübingen: Narr.
- Reiter, N. (1983). Pragmatische Norm und fakultative Setzung von Partikeln, untersucht an Übersetzungen aus dem Russischen. In: H. Weydt (ed.): *Partikeln und Interaktion*, 96-105. Tübingen: Niemeyer.
- Schoonjans, S. (2013). Zu den französischen Entsprechungen der deutschen Modalpartikeln eben und einiger bedeutungsähnlicher Ausdrücke in literarischen Texten. *Studia Neophilologica*, 85, 73–88. <https://doi.org/10.1080/00393274.2013.780219>.
- Schoonjans, S. (2018). *Modalpartikeln als multimodale Konstruktionen*. (Empirische Linguistik / Empirical Linguistics 8). Berlin / Boston: Walter de Gruyter.
- Schoonjans, S., & Feyaerts, K. (2010). Die Übersetzung von Modalpartikeln als Indiz ihres Grammatikalisierungsgrades: die französischen Pendants von denn und eigentlich. *Linguistik Online*, 44(4). <https://doi.org/10.13092/lo.44.404>.
- Stolze, R. (1982). *Grundlagen der Textübersetzung*. Heidelberg: Groos.
- Stolze, R. (2018⁷). *Übersetzungstheorien. Eine Einführung*. Tübingen: Narr Francke Attempto.
- Thurmair, M. (1989). *Modalpartikeln und ihre Kombinationen*. (Linguistische Arbeiten 223). Tübingen: Niemeyer.

- Waltereit, R. (2001). Modal particles and their functional equivalents: a speech-act-theoretic approach. *Journal of Pragmatics*, 33(9), 1391–1417.
- Westheide, H. (1985). Eine kontrastive Analyse der Partikeln dt. wohl und nl. wel. *Zeitschrift für germanistische Linguistik*, 13(2), 186–202.
- Weydt, H. (1969). *Abtönungspartikel. Die deutschen Modalwörter und ihre französischen Entsprechungen*. Bad Homburg/Berlin/Zürich: Gehlen.
- Weydt, H. (1989). Was soll der Übersetzer mit deutschen Partikeln machen? – »Nachts schlafen die Ratten doch« als Beispiel. Andrzej Katuy (eds.), *Studien zur kontrastiven Linguistik und literarischen Übersetzung*, 235–252. Berlin: Peter Lang.
- Weydt, H. (2006). What are particles good for? In Kirsten Fischer (eds.), *Approaches to Discourse Particles* (Studies in Pragmatics 1), 205–218. Amsterdam: Elsevier.
- Zifonun, G., Hoffmann, L., & Strecker, B. (1997). *Grammatik der deutschen Sprache*. 3 Bände. Berlin, New York: de Gruyter.

Quellenangabe

- Hesse, H. (1974). Siddhartha. Eine indische Dichtung. Frankfurt am Main: Suhrkamp Taschenbuch Verlag.
- Hesse, H. (2002). Siddhart'ha. Poemë indiane. Tiranë: Plejad. Übersetzung aus dem Deutschen von Nikolla Pire.
- Hesse, H. (2005). Siddhartha. Tiranë: Plejad. Übersetzung aus dem Deutschen von Edvin Cami.
- Kafka, F. (2005). Procesi. Prishtinë: Koha ditore. Übersetzung aus dem Deutschen von Gjergj Vlashi.
- Kafka, F. (2014). Procesi. Prishtinë: Dota Shqiptare. Übersetzung aus dem Deutschen von Taulant Hati.
- Kafka, F. (1998). Der Prozess. Frankfurt am Main: Suhrkamp.



Almanca ve Türkçe Dergi Reklamlarında Yabancı Dil Kullanımı Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme

Foreign Language Use in German and Turkish Magazine Advertisements: A Comparative Analysis

İrem ATASOY¹ 



¹Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi,
Edebiyat Fakültesi, Alman Dili ve Edebiyatı
Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye

ORCID: İ.A. 0000-0002-7661-2164

Corresponding author:

İrem ATASOY,
İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi,
Alman Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı,
İstanbul, Türkiye

E-mail: irem.atasoy@istanbul.edu.tr

Submitted: 14.03.2022

Accepted: 26.03.2022

Citation: Atasoy, İ. (2022). Almanca ve Türkçe dergi reklamlarında yabancı dil kullanımı üzerine karşılaştırmalı bir inceleme. *Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi - Studien zur deutschen Sprache und Literatur*, 47, 135-163.
<https://doi.org/10.26650/sdsl2022-1087784>

öz

Günümüzde küreselleşen satış pazarının etkisiyle, uluslararası markalar ile uluslu reklam ajanslarının artması sonucunda yabancı dildeki yapılar reklamlarda bir ikna aracı olarak sıklıkla yer almaya başlamıştır. Yabancı dildeki yapılar reklam iletileri içinde kendilerine özgü farklı sesbilimsel ve biçimbilimsel özellikleri sayesinde bireyler tarafından kolaylıkla ayırt edilebilir ve anımsanabilir olan dilsel kodlardır. Reklamlarda yabancı dildeki yapıları öne çıkarmak için tipografi düzleminde yazı tipi, punto büyüklüğü, büyük-küçük harf kullanımı ve renk gibi çeşitli görsel kodlardan yararlanılmaktadır. Reklam dili üzerine yapılan çalışmalarda en çok ele alınan konulardan biri yabancı dil kullanımudur. Bu çalışmada dilin bir gösterge ve reklamın ise ileti dizgesi olduğu yaklaşımı temel alınarak, Almanca ve Türkçe dergi reklamlarındaki yabancı dil kullanımının karşılaştırmalı olarak incelenmesi ve aralarındaki benzerliklerle farklılıkların ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Araştırma bütüncüsü *Elle* dergisinin 2021 yılında Almanya ve Türkiye’de çevrimiçi yayınlanan ilk üç sayısında bulunan reklamlardan oluşmaktadır. Araştırma planı kapsamında *Elle* dergisinin Almanya ve Türkiye sayılarından toplanan veriler nicel ve nitel özelliklerine göre sınıflandırılarak dilbilimsel ve göstergebilimsel ölçütlerle üç aşamada analiz edilecektir. Verilerin çözümlemesinde kullanılacak olan yöntemin ilk aşaması sözcük, sözcük öbeği ve tümce düzeyinde dilbilimsel ölçütlerle göre yapılacak olan incelemelere ayrılmıştır. İkinci aşama yabancı dildeki yapıların reklam içerisindeki görsel kodları olarak kabul edilen tipografik unsurların göstergebilimsel çözümlemesini kapsamaktadır. Üçüncü aşamada dilsel ve görsel kodların analizinden elde edilen bulguların genel değerlendirmesi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yabancı dil, Almanca reklamlar, Türkçe reklamlar, dilbilim, göstergebilim

ABSTRACT (ENGLISH)

Advertisements today are influenced negatively by the use of foreign language as a persuasive tool. This is driven by globalization and the expansion of international brands and multinational advertising agencies. Advertisers frequently use foreign languages to attract attention and to evoke associations and internationality. Foreign words and phrases in advertisements are defined as linguistic codes that



can be easily distinguished and remembered by individuals because of their distinctive phonological and morphological features. Such foreign words and phrases are emphasized by using various visual codes (e.g., font, point size, uppercase/lowercase letters, and color) as typographic components. The use of foreign language in advertisements is one of the most analyzed subjects in the field of advertising language. This study seeks to examine the use of foreign languages in German and Turkish magazine advertisements. Adopting more linguistic and semiotic approaches, which treat language as a sign and advertisement as a message system, this paper focuses on the growing role of foreign languages in German and Turkish advertisements. The corpus consists of the first three online issues of *Elle* magazine published in 2021 in Germany and Turkey. The data are first classified quantitatively and qualitatively then analyzed in three steps applying linguistic and semiotic criteria. The first step involves the linguistic analysis of foreign words and phrases. The second step undertakes a semiotic analysis of the typographic elements employed as visual codes of foreign language usage in advertisements. The third step is devoted to a discussion and comparison of the results of the foregoing analysis.

Keywords: Foreign language, German advertisements, linguistics, semiotics, Turkish advertisements

EXTENDED ABSTRACT

Advertisements today are influenced negatively by the use of foreign language as a persuasive tool. This is driven by globalization and the expansion of international brands and multinational advertising agencies. Advertisers frequently use foreign expressions to attract attention and to evoke associations and internationality. Foreign words and phrases in advertisements may be defined as linguistic codes that can be easily distinguished and remembered by individuals because of their distinctive phonological and morphological features. Such foreign lexical structures are emphasized through the use of various visual codes as typographic components that affect the readability of the written text.

The use of foreign verbal signs in advertisements is one of the most analyzed subjects in the field of advertising language. This study seeks to examine the use of foreign languages in German and Turkish magazine advertisements. Adopting more linguistic and semiotic approaches, which treat language as a sign and advertisement as a message system, this paper focuses on the growing role of foreign languages in German and Turkish advertisements. The corpus consists of the first three online issues of *Elle* magazine published in 2021 in Germany and Turkey. The selection criterion for advertisements was their inclusion of foreign words and/or phrases in their body, headline, and/or slogans. Advertisements in which foreign language appeared only in brand and/or product names were excluded.

This paper's methodology is based on linguistic and semiotic text analysis theories of Hartmut Stöckl (2004), and Janina Wildfeuer & John Bateman (2014). The data are first

classified quantitatively and qualitatively then analyzed in three steps applying linguistic and semiotic criteria. The first step involves the linguistic analysis of foreign words and phrases in the corpus. The second step undertakes a semiotic analysis of the typographic elements employed as visual codes of foreign language usage in advertisements. The third step is devoted to a discussion and comparison of the results of the visual and verbal codes identified in the foregoing analysis. Framed by a linguistic-semiotic analysis and interlingual comparison, this paper presents the similarities and differences in German and Turkish advertisements. It then compares these findings with the results of previous comparative studies of the use of foreign language in print advertisements.

Results are presented separately for each language and interpreted comparatively by highlighting similarities and differences between the analyzed advertisements in German and Turkish. Notably, both German and Turkish advertisements use English, French, and Italian words/phrases to evoke positive connotations and to enhance value in the international ad market. The use of English is remarkably frequent in both sets of advertisements analyzed, which is likely associated with the dominance of English in the global market. As previous studies on advertising language have noted, English words typically make advertisements look more modern and attractive to consumers. English verbal structures also play a significant role in the target groups' evaluations of a product, since they convey a positive image. The analysis shows that both German and Turkish advertisements use similar visual codes (e.g., font, point size, uppercase and/or lowercase letters, and color) to emphasize foreign verbal structures typographically. This may reflect the increasing impact of globalization on advertising. The results also indicate some differences in the frequency of particular visual codes. Foreign words and phrases in German advertisements are written in uppercase letters, whereas Turkish advertisements prefer lowercase letters to highlight them. This may be associated with the differing spelling conventions of German and Turkish: whereas all nouns are capitalized in German, this true only of proper nouns in Turkish. The results further indicate that the use of foreign language in advertisements might negatively influence the integrity of verbal structures in German and Turkish. The distinctive grammatical structure and naturalness of these languages might therefore be in danger of corruption.

1. Giriş

Reklamların temel amacı, bireyleri en kısa sürede satın alma davranışına yönlendirmektir. Bu amacı gerçekleştirebilmek için hedef kitlenin dikkatini çeken, onlarda merak uyandıran, dinamik iletilerin üretilmesi gerekir. Reklamlarda kişileri belli bir ürün ya da hizmeti satın almaları konusunda ikna edebilmek için çeşitli dilsel yapılardan yararlanır. Dil düzleminde reklamı canlı ve ilginç kılmak amacıyla özellikle basılı reklamlarda sözcük, sözdizim ve anlam düzeyinde bazı yapıların kullanım sıklığı dikkat çekmektedir. Tüketicilerin dikkatini reklamda tanıtılan ürün veya hizmete çekerek zihinlerinde bunlara ilişkin olumlu çağrışımlar yaratabilmek için en çok tercih edilen dilsel yönlendirme biçimlerinden biri yabancı dildeki sözcükler, sözcük öbekleri ya da tümcelerdir.

Günümüzde reklamlarda yabancı dilden alınmış yapılarla sıklıkla karşılaşmaktayız. Özellikle uluslararası markalar, global pazarda başarılı olabilmek ve satışlarını artırabilmek için reklamlarında yabancı dil kullanımına çoğunlukla yer vermektedir. Bu dilsel iletilerin ortak özelliği, reklamın yayınlandığı ülkede konuşulan resmi dildekenden farklı sesbilimsel ve biçimbilimsel yapılara sahip olmaları nedeniyle tüketiciler tarafından kolaylıkla ayırt edilebilmeleri ve bu sayede daha kolay akılda kalmalarıdır.

Yabancı dildeki yapıların reklamlarda üstlendikleri çeşitli işlevler vardır. Störiko bu işlevleri uluslararası görünme ve olumlu çağrışımlar oluşturma olarak tanımlar (1995, s. 454-458). Herder, yabancı dildeki yapıların reklamlarda, markaya veya ürüne yönelik farkındalık yaratma işlevi taşıdıklarından bahseder (2002, s. 36). Stöckl, bu tür yapıların işlevlerini; belli kültürlere yönelik stereotiplerin üretilmesi (Ör: Fransa'nın moda ile özdeşleştirilmesi gibi) ve markayla ürünü bireyler için çekici kılmak olarak sıralar (2004, s. 239). Yücel'e göre reklamlarda yabancı dil kullanımının değer yaratma işlevi vardır (2004, s. 135). Mahovský ise yabancı dilden alınan yapıların, uluslararası olma, dikkat çekme, seçkinlik ve sözdebilimsel çağrışım yaratma işlevleri üstlendiklerini belirtir (2007, s. 45). Batı'ya göre reklamlarda yabancı dil kullanımı, markaların uluslararası görünme, elit, farklı ve başarılı olma gibi özelliklerini vurgulanma işlevini yerine getirmektedir (2010, s. 179-180).

Reklam iletilerinde yabancı dildeki yapıların tercih edilmesi, yukarıda sıralanan işlevleri yerine getirilmesinin yanı sıra, belli bir yaşam biçimine de gönderimde bulunmaktadır. Kullanılan dilin türüne göre bu yaşam biçimi değişiklik gösterebilir. Örneğin, Apple

markası “Think different” sloganıyla farklı olmak, Opel ise “Wir leben Autos!” sloganıyla tutkulu bir yaşam ile özdeşleşmiştir. Günümüzde uluslararası çapta faaliyet gösteren markaların çoğu global pazarda tutunabilmek ve hedef kitleyi etkilemek için reklamlarında Batı dillerinden alınan çeşitli ifadelerden yararlanmaktadır. Söz konusu etkinin ilk başladığı düzlem, göstergebilimciler tarafından görsel gösterge olarak tanımlanan dilin yazılı halidir. Yazılı dil, dilin işitsel olarak kullanıldığı konuşma diliyle karşılaştırıldığında daha standart ve anlaşılır bir yapıya sahiptir. Bilindiği üzere sözlü dildeki iletiler söz zincirinde birbiri ardına gelen sesler aracılığıyla üretilir, yazılı dil ise harf ya da sembol adı verilen, görsel olma özellik taşıyan göstergelerle sabitlenmiştir. Yazı aracılığıyla üretilen iletiler, üzerinde önceden düşünülmüş, belli bir amaç doğrultusunda dilbilgisi kuralları göz önünde bulundurularak hazırlanmış metinlerdir. Tekrar okunabilir ve paylaşılabilir olması nedeniyle yazılı dil, sözlü dile göre çok daha kalıcıdır ve hatırlanabilirlik özelliğine sahiptir. Reklamlardaki yazılı dil kullanımı göstergebilimde “hedef kitlenin görsel olarak algıladığı metinler” olarak tanımlanmaktadır (Janich, 2010, s. 87). Bireyler genelde reklamlarda bulunan görsel kodlardan çok daha hızlı etkilenmektedir. Bunun temel nedeni, iletinin alınma sürecinde görme eyleminin işitme eyleminden önce gelmesidir. Stöckl (2010, s. 47) ve Janich (2010, s. 129) de, bireylerin reklamı yapılan ürün veya hizmete yönelik ilgisinin yazı aracılığıyla daha çabuk çekildiğini ve yazılı dilin tüketicilerin satın alma davranışına yönlendirilmesinde sözlü dil ile karşılaştırıldığında daha etkili olduğunu savunurlar.

Bu durumu reklamlarda kullanılan yabancı dildeki yapılar açısından değerlendirecek olursak, radyoda ya da televizyonda yayınlanan bir reklamda işitilen yabancı dildeki iletiler bireylere belli bir tempoda ve tonda aktarılır. İşitme eylemi bilişsel düzlemde gerçekleştiği için dinleyici ya da izleyici sesletimi anadilindekinden farklı bir sözcük duyduğunda bunun başka bir dile ait olduğunu anlayabilir ancak o ifadenin ne anlama geldiğini bilmiyorsa, aynı sözcüğü farklı reklamlarda tekrar tekrar duysa bile, bu yapıyı ana dilinde kullanmaya başlaması zaman alır. Buna karşın aynı sözcüğün yazılı haliyle karşılaşan bir birey, o sözcüğün anlamını bilmiyorsa bile sözlükten bakarak öğrenebilir, onu sonradan gördüğünde hatırlayabilir ve benimseyerek günlük hayatında kullanmaya başlayabilir. Bu anlamda basılı ortamlarda yayınlanan reklamlarda yer alan yabancı dildeki yapıların reklamın üretildiği dile olan etkisinin daha kalıcı olduğu söylenebilir. Buraya kadar yapılan açıklamalar çerçevesinde bu çalışmada Almanca ve Türkçe dergi reklamlarındaki yabancı dil kullanımının dilbilimsel ve göstergebilimsel yöntemlerle karşılaştırmalı olarak incelenmesi ve aralarındaki benzerlik ve farklılıkların ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır.

2. Dergi Reklamları

Stöckl'in (2012, s. 48) yaptığı temel sınıflandırmaya göre basılı reklamlar¹ kategorisinde yer alan dergi reklamları, iletilerin tüketicilere yazılı dil, fotoğraf, resim, çizim, grafik ve tipografi gibi hareketsiz öğeler aracılığıyla aktarıldığı reklam türleridir. Bu kategorideki reklamların dil düzlemindeki temel bileşenleri başlık, ana metin, slogan, marka ve ürün adıdır (Stöckl, 2008; Janich, 2010).

Başlık: Kendine özgü yazı tipi, rengi ve punto büyüklüğü gibi tipografik özellikleri açısından ana metinden ayrı öğeler olarak karşımıza çıkan başlıklar, basılı reklamlarda okuyucunun ilgisini ve dikkatini uyandırmayı amaçlayan ve onlarla ilk teması kuran dilsel kodlardır (Janich, 2010, s. 55; Salmi ve Sillman, s. 2012). Bu anlamda çoğu zaman kısa tümcelerden ya da tek bir sözcükten oluşurlar.

Ana Metin: Tüketicilere reklamı yapılan ürün ya da hizmetle ilgili bilgilerin ayrıntılı olarak aktarıldığı kısımdır (Janich, 2010, s. 58). Ana metinde genellikle kısa tümceler tercih edilir ve ürün ya da hizmet özellikleri, fiyatı, deneme süresi, satış sonrası destek gibi bireyleri bir şeyler satın almaları için harekete geçirebilecek bilgiler yer alır (Salmi ve Sillman, 2012, s. 16).

Slogan: Belli bir marka veya ürüne yönelik imaj oluşturan, ortaya somut bir vaat koyan ve reklamın genel konseptini özetleyen en uzun soluklu dilsel yapılarıdır (Lapšanská, 2006, s. 16; Friedrich, 2015, s. 58). Sloganlar yinelendikçe marka ya da ürünle özdeşleşerek onların piyasadaki benzerlerinden ayrılmasına katkı sağlarlar.

Marka Adı ve Ürün Adı: Marka ve ürün adları basılı reklamda doğrudan markayı ve markanın değerini temsil eden öğelerdir (Atasoy, 2019, s. 18). Çoğunlukla sayfa düzeni içinde ya en yukarıda ya da en aşağıda bulunurlar. Bu bileşenin temel işlevi marka ya da ürünü tanımlayarak okuyucunun ilgisini o yöne çekmektir (Janich, 2010, s. 65).

1 Stöckl, reklamları kullanılan göstergelerin türüne göre *basılı reklamlar*, *işitsel reklamlar* ve *görsel-işitsel reklamlar* olmak üzere üç gruba ayırır (2012, s. 247). Bu sınıflandırmaya göre basılı reklamlardaki göstergeler dilsel ve görsel kodlardan, işitsel reklamlardaki göstergeler dilsel ve işitsel kodlardan, görsel-işitsel reklamlardaki göstergeler ise dilsel, görsel, işitsel ve sinematografik kodlardan oluşur.

3. Reklamlarda Yabancı Dil Kullanımı Üzerine Yapılan Araştırmalar

Reklam dili üzerine yapılan araştırmalarda en çok incelenen konulardan biri yabancı dildeki yapılardır (Janich, 2010). Bu durum, reklamlarda yabancı dil kökenli sözcük, sözcük öbeği ya da tümce şeklindeki dilsel yapıların kullanımının, bilimsel araştırma ve inceleme konusu olarak da dikkat çekiciliğine ve aynı zamanda önemine işaret etmektedir. Aşağıda reklamlarda dil kullanımını mercek altına alan karşılaştırmalı ve tek bir dildeki reklamlara odaklanan araştırmalardan elde edilen sonuçlara değinilecektir.

Yücel (2004) çalışmasında Türkçe dergi reklamlarda kullanılan yabancı dildeki sözcükleri inceler. Bütüncesi 2003 yılı Mart ve Haziran ayları arasında yayınlanan reklamları içermektedir. Anlambilimsel bağlantılar üzerinde yürüttüğü incelemesinde Türkçe reklamlarda yer alan yabancı sözcüklerin birinci ve ikinci anlamlarını mercek altına alan araştırmacı, bu sözcükleri reklamlardaki kullanım biçimlerine göre üç farklı gruba ayırır (2004, s. 135): Türkçeye uygunlaştırılmış sözcükler, doğrudan alınan sözcükler ve melezlemeler. Yücel'in yaptığı inceleme sonrasında vardığı sonuç, Türkçe reklamlarda kullanılan yabancı sözcüklerin karmaşık bir modernlik imgesi ve bilimsellik izlenimi yarattığı yönündedir.

Mahovský'nin (2007) çalışması Almanca reklamlardaki yabancı dil kullanımını ele alır. İnceleme nesnesi ulusal ve uluslararası markaların şekerli ürünler, süt ürünleri, organik ürünler, bira ile alkolsüz içecek reklamlarından oluşmaktadır. Çözümleme sonucunda elde ettiği bulgular şöyle sıralanabilir (Mahovský, 2007, s. 51-64): Almanca reklamlarda çok yoğun İngilizce ifadeler kullanılmıştır ve bu yapılara özellikle ürün adı veya ürün özelliklerini açıklarken yer verilmektedir. Mahovský incelediği reklamlarda İngilizce yapıların tercih edilmesinin nedenini, bu dildeki sözcüklerin Almandakilere göre çok daha kısa olmaları ve bireylerin zihninde modernlik, gençlik, dinamiklik, uluslararasılık gibi kavramlarını çağrıştırmalarıyla ilişkili olduğunu belirtir.

Gau'nun (2007) araştırması Almanca ve Fransızca dillerinde yayınlanan reklamlar üzerinedir. Bütüncesinde farklı sektörlerden seçtiği reklamlar bulunmaktadır. Gau çalışmasında incelediği reklamlardaki sözdizimsel ve anlambilimsel bağlantılara odaklanır. İncelemesinin sonunda Almanca reklamlarda çok fazla İngilizce yapılarla karşılaşılmasına rağmen, Fransızca reklamlarda yabancı dilde herhangi bir sözcüğe rastlanmadığına dikkat çeker. Gau, çözmediği Almanca reklamlardaki İngilizceden alınan dilsel ifadelerin kullanım yoğunluğunun, bu yapılara yer veren markaların piyasadaki benzerlerinden

farklılaşarak daha modern ve yeni görünmek istemeleriyle ilgili olduğunu belirtir (2007, s. 190-197). Buna karşın Fransızca reklamların tüketici kitlesinin kendi gelenek ve anadillerine bağlı olması nedeniyle yabancı dilde yapıları tercih etmediğini vurgular.

Buggisch'in (2008) araştırması Almanca, İngilizce ve İtalyanca dergi reklamlarının karşılaştırmalı incelemesini içerir. Araştırmanın bütüncesinde Almanya, İngiltere ve İtalya'da yayınlanan yemek dergilerinden seçilen 30 farklı gıda reklamı yer alır. Gıda reklamlarının üretildiği kültüre göre değişkenlik gösterebileceği ve yabancı dilde sözcükler içerebileceği savından yola çıkan Buggisch, inceleme nesnesini oluşturan reklamları çok katmanlı metin yaklaşımıyla ele alır. Yaptığı inceleme sonucunda her üç dildeki reklamlarda da yabancı dilden alınan yapıların bulunduğunu ortaya koyar ve çözümlenen Almanca gıda reklamlarda İngilizce, Fransızca ve İtalyanca sözcüklere ve sözcük öbeklerine rastlandığını belirtir (Buggisch, 2008, s. 106).

Elsen (2008), araştırmasında Almanca ve Fransızca reklamlardaki İngilizce kullanımına odaklanır. Bütüncesinde Almanya ve Fransa'da yayınlanan *Cosmopolitan* dergisinin 2002 Haziran ve Temmuz sayılarındaki reklamlar bulunmaktadır. Elsen yaptığı çözümlemede sözdizimsel ve anlambilimsel bağlantıları ele alır. Araştırmacının çözümleme sonucunda ortaya çıkardığı bulgulara göre Almanca ve Fransızca parfüm reklamlarında İngilizce sözcük kullanımına rastlanmamıştır. Elsen bu durumu parfümün bireylerin zihninde pahalı bir tüketim ürünü olarak algılanmasıyla ilişkilendirir ve bu nedenle parfüm reklamlarında İngilizce sözcüklere ihtiyaç duyulmadığını vurgular (Elsen, 2008, s. 102). Bütüncesindeki diğer reklamların tamamında İngilizce'den alınan yapılar yer verildiği ortaya konmuştur. Elsen'in çalışmasının en önemli sayılabilecek sonuçlarından biri de İngilizce yapıların Almanca reklamlarda Fransızca reklamlara göre çok daha fazla kullanılmış olmasıdır. Araştırmacıya göre bu fark Fransızcanın özellikle kozmetik sektöründe tüm dünyada baskın dil olarak kabul edilmesinden ve Almancanın, bu sektörün reklamları için gerekli olan güzellik, estetik ve gençlik gibi olumlu anlamları çağırıştırabilecek sesbilgisel özelliklerden yoksun olmasından kaynaklanmaktadır (Elsen, 2008, s. 102-103).

Pfennich (2011) çalışmasında Almanca ve İtalyanca kozmetik reklamlarını dilbilimsel özellikleri açısından karşılaştırmıştır. Bütüncesi Almanya ve İtalya'da aylık olarak yayınlanan farklı kadın dergilerinden derlediği L'Oréal markasına ait kozmetik reklamlarından oluşmaktadır. Bu reklamları çok katmanlı metin yaklaşımıyla karşılaştırmalı olarak analiz eden Pfennich, yaptığı çözümlemenin sonunda her iki dildeki reklamlarda

İngilizce ve Fransızca sözcüklerin kullanıldığını belirlemiştir (2011, s. 97-98). Araştırmacı bu sözcüklerin özellikle ürün adlarında bulunduğunu belirtir. İncelediği reklamlarda ürün adında Fransızca sözcüklerin yer almasını L'Oréal'in Fransız markası olmasıyla ilişkilendiren Pfennich, İngilizce sözcüklerin bulunmasını nedenini ise reklamı veren markanın uluslararasılaşma hedefinden kaynaklandığını savunur.

Atasoy (2017) Almanca, İtalyanca ve Türkçe reklamları çok katmanlı metin yaklaşımıyla karşılaştırmalı olarak incelediği çalışmasında, 2016 yılında Almanya, İtalya ve Türkiye'de yayınlanan aylık kadın dergilerindeki kozmetik sektöründen seçtiği Vichy markasına ait yaşlanma karşıtı özellikli krem ve serumların tanıtıldığı reklamları ele alır. Çözümleme sonucunda yabancı dil kullanımına ilişkin ulaşılan bulgular şunlardır (2017, s. 327): Yabancı dildeki yapıların kullanımı bakımından her üç dilde de İngilizce sözcüklere ve sözcük öbeklerine yer verildiği belirlenmiştir. Almanca reklamda Türkçe ve İtalyanca reklamlarla karşılaştırıldığında daha fazla İngilizce yapının bulunduğu görülmektedir. Atasoy, bu farklılığın nedenini Almanca'nın kozmetik sektöründe tercih edilen estetik çağrışımlar yaratabilecek sesbilgisel özellikler taşıyor olmasıyla ilişkilendirir.

4. Yöntem

Bu çalışmada incelenen dergi reklamlarının analizinde Stöckl (2004) ile Wildfeuer ve Bateman (2017) tarafından geliştirilen dilbilimsel ve göstergebilimsel çözümleme ölçütlerinden yararlanılmıştır. Stöckl'e (2004, s. 207) göre her basılı reklam dilsel ve görsel kodların kendi içinde biçimsel, işlevsel ve anlamsal bir bütünlük oluşturduğu bir metin olarak tanımlanır. Dilsel kodlar reklam iletilerinin dil dizgesine dayalı boyutunu içerirler. Reklamdaki ürünün ya da hizmetin özelliklerinin, kullanım alanlarının ve ayrıcalıklarının anlatıldığı, bireylerin reklamlarda gördükleri şeyi satın almaları için dil düzleminde ikna edildikleri kısımdır (Stöckl, 2004, s. 235). Dergi reklamlardaki dil kullanımı yazılı olarak yani harfler ile gerçekleşir. Yazı temelde iki boyutlu bir görüntüdür ve yazıyı oluşturan harfler dilin görsel kodlarıdır, bu anlamda görmeye dayalı bir anlamlandırma süreci içerirler. Genellikle marka veya ürün adı, ürün faydaları, slogan, iletişim bilgileri, fiyat bilgisi, sosyal medya yönlendirmeleri ve öne çıkarılmak istenen bazı temel ürün ya da hizmet özelliklerine ilişkin bilgilerin vurgulanması için görsel düzlemde çeşitli tipografik araçlardan yararlanır. Hedef kitlenin görsel algısındaki etkiyi arttırmak için, reklam iletilisini taşıyan dilsel kodlar zaman zaman yazı tipi, punto büyüklüğü, büyük-küçük harf kullanımı ve renkler gibi çeşitli tipografik unsurlarla öne çıkarılabilir (Stöckl, 2013, s. 248).

Stöckl'in ortaya koyduğu her reklamın bir metin olduğu yaklaşımından yola çıkan Wildfeuer ve Bateman (2017) geleneksel metin çözümleme yöntemlerinin reklamlar üzerinde de uygulanabileceğini savunurlar. Her reklam ilk bakışta kolaylıkla alınılan genel bir anlamın dışında, iletinin içine saklanmış olan ikincil ve derin bir anlam daha içerir. Reklamları inceleyen bilimsel disiplinlerden biri olan göstergebilimin bu anlamın ne olduğundan çok nasıl ve hangi göstergeler üzerinden üretildiği ile ilgilenir. Reklamlarda anlam üretiminde her göstergenin belirli bir görevi ve işlevi olduğunu varsayan Wildfeuer ve Bateman'a (2017) göre öncelikle hangi dilsel ve görsel kodların kullanıldığı saptanmalıdır. Sonrasında dilsel ve görsel kodlar arasındaki bağlantılarda hangi anlamların saklandığının belirlenmesi gerekir.

Tablo 1: Araştırma Yöntemi	
Dilsel Kodların Çözümlemesi	Görsel Kodların Çözümlemesi
<ul style="list-style-type: none"> · Sözcük düzlemi (ad, eylem, zarf, sıfat, melezleme vb.) · Sözcük öbekleri düzlemi (ad tamlamaları, sıfat tamlamaları, iyelik öbekleri, vb.) · Tümce düzlemi (ünlem, bildirme, soru, emir, eksiltili tümce vb.) 	<ul style="list-style-type: none"> · Tipografi düzlemi (renk, punto büyüklüğü, büyük ve küçük harf kullanımı, yazı tipi)
Çözümlemeden Elde Edilen Verilerin Değerlendirilmesi	

Yukarıdaki tabloda verilen çözümleme ölçütleri Stöckl (2004), Wildfeuer ve Bateman (2017) tarafından geliştirilen analiz adımlarının birleştirilmiş versiyonudur. Bu çalışmada yararlanılan çözümleme modeli üç aşamadan oluşmaktadır. Analizin ilk aşaması sözcük, sözcük öbeği ve tümce düzeyinde dilbilimsel ölçütlere göre yapılacak olan nicel çözümlemelere ayrılmıştır. Bu aşamada öncelikle araştırma örneklemini oluşturan reklamlarda yer alan yabancı dildeki sözcükler, sözcük öbekleri ve tümcelere yönelik ayrıntılı bir tarama yapılarak bu yapıların hangi dilden alındıkları ve reklam metni içerisinde nerede, ne sıklıkta ve hangi öğelerle ilişki içinde kullanıldıkları belirlenecektir. Sonrasında yabancı dildeki sözcüklerin (ad, eylem, sıfat, melezleme vb.) ve/veya tümcelerin türü (ünlem tümcesi, bildirme tümcesi, soru tümcesi, emir tümcesi, eksiltili tümce vb.) ile buldukları reklamlarda üstlendikleri işlevler üzerinde durulacaktır. Böylelikle bütüncedeki reklamların ait oldukları sektör, yayımlandıkları dergi, tanıtılan marka ve ürünle yabancı dil kullanımları arasında doğrudan bir ilişki olup olmadığı ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır. Analizin ikinci aşamasında, çözümlenen reklamlarda bulunan yabancı dildeki yapıların görsel kodları olan tipografik unsurlar göstergebilimsel ölçütlere göre yapılacak olan çözümleme ile incelenerek yabancı dildeki sözcüklerin, sözcük öbeklerinin ve tümcelerin reklamlarda tipografik olarak ana metinden farklı puntoda,

büyükte ve renkte yazılı olup olmadıkları saptanmaya çalışılacaktır. Bu aşamada ana metinden farklı görsel özellikler taşıdığı belirlenen yabancı dildeki yapıların reklamda fark edilmesinde ve dikkatin o yapılara çekilmesinde rol oynayan görsel kodlar olan yazı tipi, punto büyüklüğü (büyük-küçük harf kullanımı) ve renk dizgesi gibi tipografik öğelerin çözümlenen reklamlarda üstlendikleri işlevler gösterilmeye çalışılacaktır. Üçüncü ve son aşamada dilsel ve görsel kodların çözümlenmesinden elde edilen verilerin genel değerlendirmesi yapılarak Almanca ve Türkçe dergi reklamlarında yabancı dil kullanımları arasındaki benzerlik ve farklar ortaya çıkarılacaktır.

5. Bütüncü

Almanca ve Türkçe dergi reklamlarında kullanılan yabancı dildeki yapıların belirlenebilmesi, öncelikle reklamın iletilmesinde etkili olan yayın araçları arasından bir sınırlama yapılmasını zorunlu kıldığı için bütüncü oluştururken ilk dikkate alınan ölçütlerden biri, seçilecek dergilerin erişime açık bir çevrimiçi arşivi olmasıydı. Araştırmada yararlanılan dergilerin basılı versiyonları yerine çevrimiçi versiyonlarının tercih edilmesinin nedeni, internet ortamında yayınlanan dergilerin basılı olanlara göre çok daha sık güncellenmesi ve arşivleme olanakları sayesinde istenilen sayıya daha kolay ulaşma olanağı sağlamasıydı. Çözümlemenin tutarlılığını sağlayabilmek ve doğru bir inceleme yapabilmek için kullanılacak dergilerin yayınlandığı tarih aralığının sınırlandırılması gerekiyordu. Bir diğer ölçüt ise çalışmanın kuramsal temelini oluşturan dilbilimsel ve göstergebilimsel yöntemlerin ilgili dergiler aracılığıyla iletilen reklamlar üzerinde uygulanabilir olmasıydı. Bu nedenle bütüncenin seçimi reklamlardaki dilsel kodların kullanım sıklığı dikkate alınarak yapılmıştır ve yalnızca sözcük, sözcük öbeği ya da tümce düzleminde yabancı dilde yapıların bulunduğu reklamlar seçilmiştir. Yabancı dil kullanımının sadece marka adı ve/veya ürün adıyla sınırlı kaldığı saptanan reklamlar ise kapsam dışı bırakılmıştır. Açıklanan bu ölçütler çerçevesinde bu çalışmada bütüncü olarak Fransız moda, güzellik, sağlık ve eğlence konulu aylık *Elle* dergisinin 2021 yılında Almanya ve Türkiye’de yayınlanan ilk üç sayısında çıkan reklamlardan yararlanılmıştır. Reklamlara yönelik yapılan ayrıntılı taramada *Elle* dergisinin Almanya sayılarında 81 reklam, Türkiye sayılarında ise 114 reklam olduğu saptanmıştır. Bunlar arasında yabancı dilde yapıların bulunduğu 95 reklama ulaşılmıştır. Araştırmada incelenmek üzere iki farklı dili temsilen kozmetik, parfüm, giyim, aksesuar, gıda, beyaz eşya, konaklama ve otomotiv sektörlerinden ulusal ve uluslararası markalara ait 48 Almanca ve 47 Türkçe reklam seçilmiştir.

6. Almanca Reklamların Çözümlemesinden Elde Edilen Bulgular

Bütüncedeki Almanca dergi reklamlarında kullanılan yabancı dildeki yapıların belirlenmesine yönelik yapılan dilsel kod çözümlemesinde sözcük, sözcük öbeği ve tümce düzleminde 87 İngilizce, 15 Fransızca ve 1 İtalyanca olmak üzere toplam 103 farklı yapıya rastlanmıştır. İncelenen 26 reklamda dil düzleminde hiç Almanca kullanılmadığı, yalnızca yabancı dilde yapıların bulunduğu saptanmıştır (bkz. Ek 1). Araştırmada incelenen toplam Almanca reklam sayısının 48 olduğu düşünüldüğünde yabancı dildeki yapıların kullanım yoğunluğunun dikkat çekici boyutta olduğu görülmektedir. Bu bulgu Almanca reklamlarda yabancı dilde yapılara çok yoğun biçimde yer verildiğini ortaya koyan diğer çalışmaların sonuçlarıyla örtüşmektedir (karş.: Mahovský, 2007, s. 58; Gau, 2007, s. 191; Pfennich, 2011, 97-98; Atasoy, 2017, s. 327).

Tablo 2: Almanca Reklamlardaki İngilizce Yapılar

Sözcükler	Sözcük Öbekleri	Tümceler
For, Anniversary, Boutique (x 2), Boutique, Collection (x 3), Balance, Spring (x 2), Summer (x 2), Shade, Satin, Twenty, Matte, Metallic, Velvet, New, Concealer, Voyage, Follow	Flying Dragon, Big Bang, King Gold, The Leader in Diamond Traceability, Flagship Stores (x 2), The Spotlight Squad (x 2), The Sense and Science of Japan (x 2), May Production Site Germany, Elements of Five, The New Couture Lipstick, Floral Lip Care, A Sculpture by Louise Frydman (x 2), Medical School, Anti-Aging Generation, For the planet, Winter Edition, Beauty Box, Infinitely Woman, Fine Jewelry, The New Fragrance (x 2), Collagen Concentrate 7-Days System, Hydration Boost, Beauty Science, Natalia's Maxx Moment, The New Parfum Intense, Sparkling Bouquet, For Her, Big Love, The New Intensity, Skin Genius, Spring Edition, Extra Firming Energy, Glow Plus Complex, Soft for all skin types, Not New	Should we slow down or speed up? (x 2) Answer at prada.com (x 2) Shop online at armani.com (x 2) Print re-edition Sense sells Visit us at may.com Re-balance yourself Discover more at vagabond.com (x 2) Inspired by nature (x 2) Can your emotions be engineered? Express your worlds Shop online at geox.com Made in the black forest (x 2) Charged with passion Rethink fashion Respect your skin Live beautifully The pioneer spirit lives on

Tablo 3: Almanca Reklamlardaki Fransızca ve İtalyanca Yapılar

Fransızca Sözcükler	Fransızca Sözcük Öbekleri	İtalyanca Sözcükler
Mon, Rouge, Les beiges, La nuit (x 2), La belle, Le parfum	Eau de parfum (x 5), Soleil Crystal, Très paris, Musc noir	unico

Yukarıdaki tablolardan da açıkça anlaşılacağı üzere bu çalışmada çözümlenen Almanca reklamlarda ağırlıklı olarak sözcük öbeği düzleminde yabancı dilden alınan yapıların tercih edildiği görülmektedir. Bu yapıların tamamı ad ya da sıfat tamlamalarından oluşmakta ve reklamların ana metinlerinde, başlıklarda veya sloganlarda yer almaktadır. Almanca karşılıklarına bakıldığında sözcük sayısı bakımından herhangi bir fark yaratmayacak olmalarına rağmen İngilizce ve Fransızca dillerinden alınan yapıların kullanılması bu reklamları veren markaların hedef kitlenin zihninde modernlik ve uluslararası olmak gibi unsurları çağrıştırmayı hedeflediklerine işaret etmektedir. Yapılan incelemede İngilizce sözcük öbeklerinin kozmetik, parfüm, giyim, aksesuar, gıda, beyaz eşya, konaklama ve otomotiv sektöründeki tüm reklamlarda, Fransızca sözcük öbeklerinin ise yalnızca parfüm ve çanta reklamlarında yer aldıkları belirlenmiştir. Bu durum Fransa'nın parfüm ve çanta üretiminde tüm dünyada öne çıkan ve ilk akla gelen ülke konumunda olmasıyla ilişkilendirilebilir (karş.: Elsen, 2008, s. 102). İngilizce sözcük öbeklerinin sektöre dayalı bir ayırım olmaksızın daha geniş bir kullanım alanı olması ise globalleşen satış pazarının reklamlar üzerindeki etkisinden kaynaklanıyor olabilir. Belirlenen yabancı dildeki sözcük öbeklerinin tamamı yer aldıkları reklamlardaki ürünlerin öne çıkarılmak istenen bazı özelliklerine ilişkin bilgiler içermektedir. Dolayısıyla incelenen Almanca reklamlardaki İngilizce ve Fransızca sözcük öbeklerinin temel işlevinin ürün özellikleri hakkında bilgi vermek olduğu sonucuna varılabilir.

Kullanım yoğunluğu açısından ikinci sırada sözcük düzlemindeki yapılar bulunmaktadır. İncelenen Almanca reklamlarda İngilizce, Fransızca ve İtalyanca olarak yer alan sözcük türlerinin ad, sıfat, edat ve iyelik adlı oldukları belirlenmiştir. Bu sözcüklerin tamamı ana metinlerde kullanılmıştır. Bütüncedeki Almanca reklamlarda en sık kullanılan sözcük türünün adlar olduğu görülmektedir. Bu bulgu reklamlarda en çok rastlanılan sözcük türünün adlar olduğunu gösteren diğer çalışmaların sonuçlarıyla benzerlik taşımaktadır (karş.: Mahovský, 2007, s. 57). Yapılan çözümlenmede İngilizce sözcüklerin ad, sıfat ve edat, Fransızca sözcüklerin ad ve iyelik adlı, İtalyanca sözcüğün ise sıfat oldukları saptanmıştır. İtalyanca sıfat saat reklamında kullanılmıştır. İlgili reklamlarda İtalyanca sözcüğün tercih edilmesinin nedeni İtalya'nın tasarım ve estetik alanlarında öncü ülkelerden biri olmasıyla bağlantılı olabilir. Fransızca sözcükler parfüm ve kozmetik sektöründeki reklamlarda yer almaktadır. Bu reklamlardaki Fransızca kullanımı markalarla ilişkili olabilir. Söz konusu markaların tamamı Fransız firmalarıdır. Çözümlenen Almanca reklamlarda sözcük düzlemindeki yabancı dilden alınan yapıların ortak özelliği olumlu çağrışım değeri taşıyan anlamlara (Ör: summer/TR: yaz, la belle/TR: güzel, unico/TR: eşsiz) sahip olmalarıdır. Bu durum yabancı dildeki sözcüklerin Almanca reklamlarda çağrışım yapma işlevi taşıdığını göstermektedir.

Yapılan çözümlemede bütüncedeki Almanca reklamlarda tümce düzleminde yalnızca İngilizce yapıların bulunduğu belirlenmiştir. Bu yapıların tamamı kısa tümcelerden² oluşmakta ve reklamların ana metinlerinde ve/veya sloganlarında yer almaktadır. Kısa tümcelere yer verilmesi, reklamları veren markaların farklı sesbilgisel özelliklere sahip tümcelere hedef kitlelerinin dikkatini çekmeyi ve bu sayede reklam iletilisinin akılda kalıcı olmasını amaçladıkları yönünde yorumlanabilir. Tümce uzunluğunun reklam iletilisinin alınılmasına doğrudan etki ettiği düşünüldüğünde ilgili reklamlarda özellikle yabancı dildeki tümcelerin kısa tutulması okuyucuları karmaşık zihinsel süreçlere sokmadan dikkatlerinin gördükleri ürün üzerinde yoğunlaşmasına katkı sağladığı söylenebilir. En sık rastlanan tümce türü emir tümceleridir. İşlevsel açıdan bakıldığında burada incelenen Almanca reklamlardaki İngilizce emir tümcelerinin bireyleri reklamlardaki ürünlerle veya markalarla bağlantılı bir şeyler yapmaları yönünde harekete geçirmek amacıyla kullanıldıkları görülmektedir. Özellikle tüketicileri doğrudan markaların internet sayfalarına yönlendiren (Ör: Discover more at vagabond.com/ TR: vagabon.com'da daha fazlasını keşfet) tümceler aracılığıyla marka ve bireyler arasında daha kalıcı bir bağ kurulmaya çalışılmaktadır. Dolayısıyla emir tümcelerinin bu reklamlarda hedef kitle ve tanıtılan ürünler arasında ilişki kurma işlevi taşıdıkları sonucuna varılabilir. Tümce düzleminde ikinci sırada bildirme tümceleri öne çıkmaktadır. Bu tümceler üzerinden reklamların alıcılara tanıtılan ürünlerin bazı temel özellikleriyle ilgili bilgiler (Ör: Inspired by nature / TR: Doğadan esinlenildi) aktarılmaktadır. Böylelikle tüketicilerin, reklamda gördükleri ürünlerin kendilerine sağlayacağı yararlar konusunda ikna edilmesi amaçlanmaktadır. Almanca reklamlarda rastlanan İngilizce bildirme tümcelerinin büyük bir kısmının eylemlerinin geçmiş zaman kipinde edilgen çatı olarak kullanılmaları iletilmek istenen anlamın reklamdaki ürün ortaya çıkmadan çok önce oluştuğuna ve eylemin kendisinin öne çıkarılmaya çalışıldığına işaret etmektedir. Geniş zaman kipinde çekimlenen eylemi bulunan bildirme tümceleri (Ör: sense sells / TR: duyu satar) ise eylemin sürekliliğini ve değişmezliğini yansıtmaktadır. Dolayısıyla İngilizce bildirme tümcelerinin incelenen Almanca reklamlardaki temel işlevinin hedef kitlenin dikkatini çekmek ve onları ikna etmek olduğu söylenebilir. Bütüncedeki Almanca reklamlardaki İngilizce yapılar arasında bir diğer öne çıkan tümce türü soru tümceleridir. Reklamı görenlerden herhangi bir cevap beklemeden sorulan bu sorular (Ör: Should we slow down or speed up? / TR: Yavaşlamalı mıyız yoksa hızlanmalı mıyız?) aslında onları bilişsel bir sürece sokarak ve zihinlerinde bu sorulara cevap olarak reklamı veren markalarla

2 Bernard Sowinski'ye göre, reklamlarda kullanılan tümceler uzunluklarına göre kısa tümceler (1-7 sözcük), orta uzunluktaki tümceler (8-20 sözcük) ile uzun tümceler (20 ve daha fazla sayıda sözcük) olmak üzere üç temel gruba ayrılır (1998, s. 62).

bağlantılı bir şeyler oluşturmalarının beklendiğine işaret etmektedir. Bu anlamda İngilizce soru tümcelerinin çözümlenen Almanca reklamlarda hedef kitle ve marka arasında ilişki kurmak ve dikkat çekmek işlevleri taşıdığı düşünülebilir.

İNGİLİZCE YAPILAR		
Sözcükler	Sözcük Öbekleri	Tümceler
<p>Beyaz Renk ve Büyük Harf BOUTIQUE (x 2), BALANCE, SPRING, SUMMER, SHADE, SATIN, MATTE, METALLIC, VELVET, NEW, CONCEALER</p> <p>Beyaz Renk ve Küçük Harf Follow</p> <p>Siyah Renk ve Büyük Harf BOUTIQUE, TWENTY, VOYAGE</p> <p>Siyah Renk ve Küçük Harf For, Spring, Summer</p> <p>Diğer Renkler ile Büyük/Küçük Harf ANNIVERSARY, Collection (x 3)</p>	<p>Beyaz Renk ve Büyük Harf BIG BANG, FLAGSHIP STORES (x 2), THE SENSE AND SCIENCE OF JAPAN (x 2), THE NEW COUTURE LIPSTICK, FLORAL LIP CARE, INFINITELY WOMAN, COLLAGEN CONCENTRATE 7-DAYS SYSTEM, HYDRATION BOOST, BIG LOVE, SKIN GENIUS, SOFT FOR ALL SKIN TYPES</p> <p>Beyaz Renk ve Küçük Harf The spotlight squad (x 2), May production site Germany</p> <p>Siyah Renk ve Büyük Harf KING GOLD, THE LEADER IN DIAMOND TRACEABILITY, ELEMENTS OF FIVE, FOR THE PLANET, BEAUTY BOX, FINE JEWELRY, THE NEW FRAGRANCE (x 2), SPARKLING BOUQUET, GLOW PLUS COMPLEX, NOT NEW</p> <p>Siyah Renk ve Küçük Harf Flying dragon, medical school, anti-aging generation, winter edition, beauty science, Natalia's Maxx moment, the new parfum intense, for her, spring edition</p> <p>Diğer Renkler ile Büyük/Küçük Harf A SCULPTURE BY LOUISE FRYDMAN (x 2), THE NEW INTENSITY, Extra Firming Energy</p>	<p>Beyaz Renk ve Büyük Harf SHOULD WE SLOW DOWN OR SPEED UP? (x 2)</p> <p>SENSE SELLS</p> <p>CAN YOUR EMOTIONS BE ENGINEERED?</p> <p>EXPRESS YOUR WORLDS</p> <p>CHARGED WITH PASSION</p> <p>RESPECT YOUR SKIN</p> <p>Beyaz Renk ve Küçük Harf Shop online at ARMANI.com (x 2) Visit us at may.com Re-balance yourself shop online at GEOX.COM</p> <p>Siyah Renk ve Büyük Harf ANSWER AT PRADA.COM (x 2) MADE IN THE BLACK FOREST (x 2) LIVE BEAUTIFULLY THE PIONEER SPIRIT LIVES ON</p> <p>Siyah Renk ve Küçük Harf Print re-edition Discover more at vagabond.com (x 2) Rethink fashion</p> <p>Diğer Renkler ile Büyük/Küçük Harf INSPIRED BY NATURE (x 2)</p>
FRANSIZCA VE İTALYANCA YAPILAR		
Fransızca Sözcükler	Fransızca Sözcük Öbekleri	İtalyanca Sözcükler
<p>Beyaz Renk ve Büyük Harf ROUGE</p> <p>Siyah Renk ve Küçük Harf Man, Les beiges</p> <p>Diğer Renkler ile Büyük/Küçük Harf La nuit (x 2), LA BELLE, LE PARFUM</p>	<p>Beyaz Renk ve Büyük Harf Eau de parfum</p> <p>Siyah Renk ve Büyük Harf SOLEIL CRYSTAL, MUSC NOIR</p> <p>Siyah Renk ve Küçük Harf Eau de parfum (x 2), très paris,</p> <p>Diğer Renkler ile Büyük/Küçük Harf Eau de parfum (x 2)</p>	<p>Beyaz Renk ve Büyük Harf UNICO</p>

Yukarıdaki tablo bu çalışmada incelenen Almanca reklamlarda yer alan yabancı dildeki yapıların tipografik özelliklerini içermektedir. Tablo oluşturulurken dilsel kodların analizi aşamasında belirlenen yabancı dildeki yapıların tamamı ilgili reklamlarda yer aldıkları şekilde verilmeye çalışılmıştır.

Reklam iletilerinin anlaşılabilirliğine ve çekiciliğinde etki eden tipografik unsurların en temel görsel kodu olan renk düzleminde yapılan çözümlemede ilk olarak 34 Almanca reklamda metinlerin monokrom (tek renkli) harf düzenleme tekniğine, 14 reklamda ise polikrom (çok renkli) harf tasarımına rastlanmıştır. Metinlerdeki dağılım oranı ve kullanım sıklığı bakımından en baskın renklerin beyaz ve siyah oldukları belirlenmiştir. Beyaz renk özellikle İngilizce yapıların bulunduğu reklamlarda yoğun biçimde kullanılmıştır. Bununla birlikte bütüncü tek İtalyanca yapının yer aldığı Almanca reklamda da beyaz punto ile harf düzenlemesi yapılmıştır. İlgili reklamların sayfa düzeni incelendiğinde arka planda çoğunlukla beyaz puntoyu öne çıkaran kırmızı, sarı, siyah, gri, bej, mavi vb. renklerin seçildiği görülmektedir. Yabancı dildeki yapıların saflık, temizlik, güven, asalet, zarafet, masumiyet ve güven anlamlarını çağrıştıran bir renk ile görsel olarak vurgulanması, hedef kitlenin algısının bu yapılar üzerine çekilerek reklamın etkisinin artırılmasının amaçlandığına işaret etmektedir. Tipografi düzleminde öne çıkan bir diğer renk olan siyah İngilizcenin yanı sıra Fransızca yapılar da yer almaktadır. Siyah puntonun yabancı dildeki ifadelerde kullanıldığı Almanca reklamların çoğunda arka fonda beyaz veya beyaza yakın çok açık tonlarda renklerden yararlanılmıştır. Bu bulgu Almanca reklamlarda tipografik unsurlar arasında beyaz yüzey üzerinde siyah rengin tercih edildiğini ortaya koyan diğer araştırmalardan elde edilen sonuçları desteklemektedir (karş.: Atasoy, 2017, s. 323). Böylelikle siyah renkli harfler ilgili reklamlarda görsel olarak öne çıkarılarak okuyucuların ilgisi bu yapılar üzerine yönlendirilmektedir. Sonsuzluk, kurumsallık, kalite, resmiyet ve güç anlamlarını taşıyan bir renk olan siyahın punto rengi olarak üstlendiği işlevin görsel algıdaki etkiyi artırmak olduğu söylenebilir. Yabancı dildeki yapıların bütüncüde ele alınan Almanca reklamlarda siyah ve beyaz dışında pembe, bej, sarı, kırmızı ve turuncu harflerle gösterildikleri bulgulanmıştır. Sarı ve bej İngilizce ve Fransızca, turuncu, pembe ve kırmızı ise yalnızca İngilizce yapıların vurgulanmasına kullanılmıştır. Yabancı dildeki yapıların sarı harflerle gösterildiği reklamların tamamında arka fonda siyah renk tercih edilmiştir. Böylelikle görüntüye derinlik kazandırılarak ilgili sözcüklerin ve sözcük öbeklerinin okuyucular için daha dikkat çekici olmaları sağlanmıştır. Pembe, kırmızı, bej ve turuncudan yararlanılan reklamlarda ise arka fon beyaz olmakla birlikte metinlerde polikrom düzenleme tekniği bulunmaktadır. Ana metinleri siyah punto ile yazılan bu reklamlarda belli sözcükler ve sözcük öbekleri dinamik, titreşimi kuvvetli olan canlı renklerle verilerek karşıtlık yaratılmaktadır. Yabancı dildeki yapılar bu karşıtlık üzerinden vurgulanarak reklamı gören bireyler için ilginç hale getirilmektedir. Dolayısıyla bu renklerin taşıdıkları işlevin ilgi çekmek ve detaylandırmak olduğu söylenebilir.

Punto büyüklüğüne yönelik yapılan çözümlemede bütüncedeki 48 Almanca reklamın 28'inde yabancı dildeki yapıların öne çıkarılması için ana metinden daha büyük punto kullanıldığı belirlenmiştir (karş.: Pfennich, 2011, s. 93). Bu anlamda büyük puntunun işlevinin yabancı dildeki yapıları fark edilir kılmak olduğu sonucuna varılabilir. Geri kalan 20 reklamda ise yabancı dildeki yapıların ana metinlerle aynı büyüklükte oldukları görülmektedir. İlgili reklamlarda Almanca dışındaki sözcüklerin, sözcük öbeklerinin ve tümcelerin vurgulanması sayfa düzenindeki boş alanlar yardımıyla sağlanmaktadır. Dilsel kodlar arasında uygun boşluklar bırakılarak okuyucunun dikkati yabancı dildeki yapıları yönlendirilmektedir.

İnceleme sonucunda büyük harf kullanımının tüm yabancı dildeki yapılar arasında baskın olduğu saptanmıştır. Dilsel kodların incelemesinde sözcük, sözcük öbeği ve tümce düzleminde belirlenen 103 farklı yapının 63'ünde büyük harflerden yararlanıldığı görülmektedir. Yabancı dildeki sözcüklerin tamamı büyük harflerle dizildiğinde, ortaya birbiriyle aynı yükseklikte harflerden oluşan durağan bir hat çıkmaktadır, bu durum okuyucunun okuma süresini uzamasına neden olacağı için ilgili sözcükler karşısında daha fazla zaman geçirmesine yol açacaktır. Dolayısıyla büyük harf kullanımının işlevinin bireylerin ilgisini sesbilgisel özellikleri Almancadan farklı olan yabancı dildeki yapılarda tutmak olduğu düşünülebilir. Ayrıca bu yapıların 26'sının kalın fontlu harflerle yazılmış oldukları belirlenmiştir. Bu bulgu Almanca reklamlarda yabancı dildeki sözcüklerin vurgulanması için kalın fontlu harflerden yararlanıldığını ortaya koyan diğer çalışmaların sonuçlarıyla örtüşmektedir (karş.: Atasoy, 2017, s. 323). Kalın yazı tipi, harfler arasındaki boşluğu azaltarak bireylerin doğrudan belli sözcüklere bakmasını sağlamaktadır. Yoğunlaştırılmış koyu renkli yazı karakterleri aracılığıyla Almanca dışındaki sözcükler ana metinden ayırıştırılarak okuyucular üzerindeki etkisi artırılmaktadır. Yabancı dildeki yapıların küçük harflerle verildiği reklamlarda farklı yüksekliklerdeki harfler değişken bir yapı oluşturarak tüketicilerin dikkatinin Almanca dışındaki dilsel kodlara yönlendirmektedir.

Yazı tipi üzerinde yapılan ayrıntılı çözümlemede 43 reklamda yabancı dildeki yapıların sans-serif yazı tiplerinden, geri kalan beş reklamda ise el yazısı görünümlü yazı tekniğinden yararlanıldığı bulgulanmıştır. Sans-serif tipi yazıya İngilizce, Fransızca ve İtalyanca tüm yapılarda, el yazısı benzeri düzenlemeye ise Fransızca ve İngilizce yapılarda rastlanmıştır. Sans-serif tipi yazı karakterleri genellikle uzaktan bakıldığında bile kolaylıkla seçilebilme özelliğine sahiptir. Söz konusu reklamlarda kullanılan yabancı dildeki yapılar hedef kitleye sesbilgisel özellikleri farklı olsalar bile yeniden karşılaşmaları durumunda

kolaylıkla anımsayabilmeleri için gündelik hayatlarında alışık oldukları sans-serif yazı tipiyle verilmeye aktarılmaya çalışılmaktadır. Bu anlamda sans-serif yazı karakterinin işlevinin yabancı dildeki yapıları tüketicilere benimsetmek olduğu söylenebilir. Resmîyetten uzak, samimi bir hava yaratan el yazısı benzeri harflerle verilen yapılar ise okuyucunun zihninde reklamda tanıtılan ürüne yönelik olumlu çağrışımlar oluşturmaktadır. Tüketiciler bu türde bir yazı karakteri üzerinden reklamı veren markaların kendileriyle doğrudan iletişime geçmeye çalıştıkları yönünde bir hisse kapılıp kendilerini özel hissedebilirler. Dolayısıyla el yazısı benzeri harflerin hedef kitle ve yabancı dildeki yapılar arasında ilişki kurma işlevi taşıdığı düşünülebilir.

7. Türkçe Reklamlar Çözümlemesinden Elde Edilen Bulgular

Bu çalışmada incelenen Türkçe dergi reklamlarında kullanılan yabancı dildeki yapıların saptanmasına yönelik yapılan dilsel kod analizinde sözcük, sözcük öbeği ve tümce düzleminde 102 İngilizce, 2 Fransızca ve 4 İtalyanca olmak üzere toplam 108 farklı yapıya rastlanmıştır. Yapılan tarama sonucunda dil düzleminde hiç Türkçe ifadenin yer almadığı sadece yabancı dilde yapıların bulunduğu 21 reklamın olduğu belirlenmiştir (Bkz. Ek 2). Bütüncüye dahil edilen toplam reklam sayısı ile karşılaştırıldığında yabancı dildeki yapıların kullanım yoğunluğunun Türkçe reklamlarda da oldukça fazla olduğu görülmektedir. Bu bulgu Türkçe reklamlarda yabancı dilde yapılarla rastlandığını gösteren diğer araştırmalarda ortaya çıkarılan sonuçlarla benzerlik göstermektedir (karş.: Yücel, 2004, s. 135; Atasoy, 2017, s. 327).

Tablo 5: Türkçe Reklamlardaki İngilizce Yapılar

Sözcükler	Sözcük Öbekleri	Tümceler
above, beyond, since (x 2), residence (x 6), beach (x 3), water, less, hotel (x 2), residence, restaurant, wedding, meeting, boutique (x 2), villas, resort (x 2), voyage, spring (x 2), summer (x 2), recycled, booster, outdoor, design, tentation, balance, geometric, decoupling, moment, amazing	innovation design for a resilient future, plug-in hybrid, the new fragrance (x 2), on a NYC rooftop, bright boost, waves for water, the luxury of freedom, Yatch charters, surf & beach hotel, warm hospitality, excellent service, rosa collection (x 2), all safe, something about you, sparkling bouquet, anti-aging, Istanbul at the Bosphorus, spring collection, Borea outdoor collection, Natalia's Maxx moment, classic plus, elite plus, sun protection (x 2), the new fragrance, my titanic story, design by Piero Lissoni, antimagnetic 5-day power reserve, 10-year warranty, a new movement, ultimate ears, beauty from collagen (x 3), the new standard, time to play, Italian lingerie, real sunshine	Spring Cleans Your Mind Shop Online Magical Moments to come in Thailand Starting at Usd Enjoy Bodrum Should We Slow Down or Speed Up? Answer At Prada.Com Expect Innovation What Else? Refresh your Soul Feel the Flow Born in Le Brassus Raised Around the World The New Aquis Date is powered by Oris Be Bright (X 7) Print Re-Edition

Tablo 5: Türkçe Reklamlardaki Fransızca ve İtalyanca Yapılar

Fransızca Sözcükler	Fransızca Sözcük Öbekleri	İtalyanca Sözcükler	İtalyanca Sözcük Öbekleri
Mon	Juste un clou	Splendida	Dieci, cento modi di vivere, Bandiere da Parata, Il sogno di Agarthi

Yukarıdaki tablolar çözümlenen Türkçe reklamlarda yer alan yabancı dildeki yapıları içermektedir. Kullanım sıklığı bakımından sözcük öbeği düzlemindeki yapılar öne çıkmaktadır. Reklamların ana metinlerinde, başlıklarında ve sloganlarında ad tamlaması (Ör: sun protection/ TR: güneş koruması), sıfat tamlaması (Ör: the new standard /TR: yeni standart), iyelik öbeği (Ör: Il sogno di Agarthi/ TR: Agarthi'nin rüyası) ve belirtme öbeği (Ör: Juste un clou / TR: sadece bir çivi) olarak bulunan bu yapıların ortak özelliği tüketicilere reklamı yapılan ürünler hakkında kısa yoldan bilgi aktarabilmeleridir. İlgili reklamlarda Türkçe karşılıkları yerine yabancı dildeki ifadelerin seçilmiş olması reklam yapan markaların tüketicilerin zihninde modernlik, dinamiklik ve uluslararasılık kavramlarını çağırıştırarak kendi imajlarını güçlendirmeye çalıştıklarını göstermektedir.

Yapılan incelemede kozmetik, parfüm, giyim, aksesuar, gıda, beyaz eşya, mobilya, konaklama ve otomotiv sektöründeki tüm reklamlarda İngilizce sözcük öbeklerinin, giyim ve mobilya reklamlarında İtalyanca sözcük öbeklerinin, saat reklamında ise Fransızca

sözcük öbeğinin kullanıldığı bulgulanmıştır. Fransızcanın saat reklamında yer alması reklamı veren markanın Fransız firması olmasıyla ilişkilendirilebilir. Giyim ve mobilya reklamlarındaki ürün tanıtlarında İtalyancadan yararlanılması ise bu iki sektörde İtalya'nın dünya çapında ilk akla gelen ülkelerden biri olmasından kaynaklanabilir. İngilizce sözcük öbeklerinin markalarının faaliyet gösterdiği sektör ya da firmanın genel merkezinin hangi ülkede bulunduğundan bağımsız olarak neredeyse tüm reklamlarda kullanılması bu reklamların yayımlandığı ülkenin yani Türkiye'nin dışında çok daha geniş bir kitleye erişilmeye çalışıldığına işaret etmektedir. Çözömlenen Türkçe reklamlarda rastlanan yabancı dildeki sözcük öbeklerinin tümü buldukları reklamlardaki ürünlerin belli özelliklerinin vurgulanmasını sağlayan bilgiler içermektedir. Bu anlamda yabancı dildeki sözcük öbeklerinin temel işlevinin hedef kitleye ürün hakkında bilgi vermek olduğu düşünölebilir.

Bütüncedeki Türkçe reklamlarda sözcük öbeklerinden sonra kullanım sıklığı bakımından ikinci sırada sözcük düzleminde yabancı dildeki yapılar bulunmaktadır. İlgili reklamların ana metinlerinde İngilizce, Fransızca ve İtalyanca olarak yer alan bu sözcük türlerinin ad, eylem, sıfat, zaman zarfı ve iyelik adlı oldukları bulgulanmıştır. Bu yapılar arasında en çok karşılaşılan sözcük türü addır. Elde edilen bu veri Türkçe reklamlarda sözcük düzleminde yabancı dilde yapıların bulunduğunu ortaya koyan diğeri çalışmaların sonuçlarıyla örtüşmektedir (Yücel, 1004, s. 142, Atasoy, 2017, s. 327). Yapılan incelemede İngilizce sözcüklerin ad, eylem ve zaman zarfı, Fransızca sözcüğün iyelik adlı, İtalyanca sözcüğün ise sıfat oldukları belirlenmiştir. İtalyanca ve Fransızca sözcükler parfüm reklamlarında kullanılmıştır. İlgili reklamlardaki Fransızca ve İtalyanca sözcük tercihinin nedeninin reklamları veren markalarla ilişkisi olduğu düşünölebilir. Söz konusu markalar İtalyan ve Fransız firmaları oldukları için kendi dillerinde sözcüklere yer vermeyi uygun görmüş olabilirler. İngilizce sözcükler ise kozmetik, parfüm, giyim, aksesuar, konaklama ve turizm reklamlarında yer almaktadır. Özellikle konaklama ve turizm sektörüne yönelik olan reklamlardaki İngilizce sözcük kullanımının dikkat çekici boyutta olduğu görölmektedir. Bu reklamların tamamı Türkiye'de bulunan ulusal ve uluslararası markaların beş yıldızlı otelleriyle tatil köylerinin tanıtlmasına ayrılmıştır. İngilizcenin ilgili reklamlarda baskın dil olarak kullanılmasının nedeni konaklama sağlayan tesislerin öncelikli olarak yurtdışından turist çekme amacıyla üretilmiş olduklarıyla ilişkilendirilebilir. İncelenen Türkçe reklamlarda yabancı dildeki sözcüklerin ortak özelliği tanıtlanan ürünlerin ne olduğuna, kullanım alanlarına ve özelliklerine yönelik bilgiler (Ör: splendida/TR: harika, beach/TR: plaj, spring/TR: ilkbahar) içermeleridir. Dolayısıyla yabancı dildeki sözcüklerin Türkçe reklamlarda bilgi verme işlevi üstlendiği söylenebilir.

Çözömlenen Türkçe reklamlarda tümce düzlemindeki yabancı dil kullanımına bakıldığında sadece İngilizce yapıların bulunduđu saptanmıştır. Tamamı kısa tümcelerden oluşan bu yapılara reklamların ana metinlerinde ve/veya sloganlarında rastlanmıştır. Yabancı dilde kısa tümcelerin tercih edilmesinin bu reklamlarının tüketicilerin dikkatini en hızlı şekilde çekmeyi hedeflemek istemiş olmalarıyla bağlantılı olduđu düşünölebilir. Bunun yanı sıra tümcelerin kısalığının okurlar açısından reklam iletisinin çekici olarak görölmesine ve anlaşılabilirliğine etki ettiđi de söylenebilir. En sık rastlanan tümce türü emir tümceleri olduđu belirlenmiştir. İncelenen Türkçe reklamlarda yer alan İngilizce emir tümceleri üzerinden tüketicilerin reklamlarda karşılaştıkları ürünlerle ya da markalarla ilgili eyleme geçmelerinin beklendiđi görölmektedir. Özellikle bireyleri doğrudan reklamı veren belli internet sayfalarına yönlendiren tümceler (Ör: shop online/ TR: çevrimiçi alışveriş yap) öne çıkmaktadır. Kendilerine doğrudan seslenen bu tümceler aracılığıyla tüketiciler ve marka arasında önce sanal düzlemde devamında ise daha kalıcı bir bağ kurulmaya çalışıldıđı sonucuna varılabilir. Bu anlamda İngilizce emir tümcelерinin Türkçe reklamlarda ilişki kurma işlevi üstlendikleri söylenebilir. Bir diđer sık karşılaşılan tümce türü ise bildirme tümcelерidir. Bu tümceler reklamlarda tanıtılan ürünlerin bazı temel özelliklerine (Ör: Born in Le Brassus / TR: Le Brassus'ta doğdu) gönderimde bulunmaktadır. Bu sayede okuyucular reklamda karşılaştıkları ürünleri kullanmaya başladıkları takdirde kendilerine sağlayacağı faydalar ve ayrıcalıklar konusunda ikna edilmeye çalışılmaktadır. Türkçe reklamlarda bulunan İngilizce bildirme tümcelерinin çoğunun eylemlerinin geçmiş zaman kipinde edilgen çatı olarak kullanıldıkları belirlenmiştir. Böylelikle reklamları veren markaların tarihsel arka planlarına yönelik bir zamansallık algısı yaratılarak eylemin uzun süre önce gerçekleştiđi vurgulanmakta ve hedef kitlenin zihninde bu markalar hakkında kalite ve güven gibi olumlu çağrışımlar oluşturulmaktadır. Geniş zaman kipinde çekimlenen bildirme tümcesi (Ör: Spring cleans your mind/ TR: İlkbahar zihnini arındırır) ise buradaki eylemin devamlılıđını ve deđişmezliğini öne çıkarmaktadır. Dolayısıyla bildirme tümcelерinin bu reklamlardaki temel işlevinin bilgi vermek ve hedef kitlenin dikkatini çekmek olduđu sonucuna varılabilir. Tümce düzleminde yabancı dil kullanımına yönelik yapılan analizde son olarak türü soru tümcelерinin öne çıktığı bulgulanmıştır. Okuyucuların dikkatini reklamlara yönlendirmek üzere kurgulanmış retorik sorular olan bu tümcelerin (Ör: What else? / TR: Başka?) cevabı reklamdaki markalar veya ürünlerdir. Reklamı görenlerin bu sonuca belli bir zihinsel deneyim sonrası kendilerinin varması beklenmektedir. Bu bakımdan İngilizce soru tümcelерinin burada çözümlenen Türkçe reklamlardaki temel işlevlerinin bireyler ve markalar arasında bağ kurmak ve dikkat çekmek olduđu söylenebilir.

Tablo 6: Türkçe Reklamlardaki Yabancı Dildeki Yapıların Tipografik Özellikleri

İNGİLİZCE YAPILAR			
Sözcükler	Sözcük Öbekleri	Tümceler	
Bevez Renk ve Büyük Harf ABOVE, BEYOND, SINCE RESIDENCE (x 6) Bevez Renk ve Küçük Harf Beach, water, less, hotel, residence, beach, restaurant, wedding, Meeting, Boutique (x 2), Villas Siyah Renk ve Büyük Harf RESORT (x 2), VOYAGE, SPRING (X 2), SUMMER (X 2), RECYCLED, SINCE, BEACH, BOOSTER, HOTELS, OUTDOOR Siyah Renk ve Küçük Harf Design, Tentation Diğer Renkler ile Büyük/Küçük Harf BALANCE	Bevez Renk ve Büyük Harf INNOVATION DESIGN FOR A RESILIENT FUTURE Bevez Renk ve Küçük Harf Plug-In Hybrid, The new fragrance (x 2), on a NYC rooftop, Bright boost, Waves for water, The luxury of freedom, Yacht charters, Surf & Beach hotel, Warm hospitality, Excellent service Siyah Renk ve Büyük Harf ROSA COLLECTION, ALL SAFE, SOMETHING ABOUT YOU, SPARKLING BOUQUET, ANTI-AGING, ISTANBUL AT THE BOSPHORUS, SPRING COLLECTION, BOREA OUTDOOR COLLECTION Siyah Renk ve Küçük Harf <i>Natalia's Maxx moment</i> , Classic plus, Elite plus, Sun Protection (x 2), The new fragrance, My Titanic Story, Design by Piero Lissoni, Antimagnetic 5-day power reserve, 10-year warranty, A new movement Diğer Renkler ile Büyük/Küçük Harf Beauty from collagen (x 3), Geometric, The new standard, decoupling, TIME TO PLAY, Italian lingerie, SPRING, COLLECTION, <i>moment</i> , ULTIMATE EARS, REAL SUNSHINE, <i>amazing</i>	Bevez Renk ve Büyük Harf SPRING CLEANS YOUR MIND SHOP ONLINE Bevez Renk ve Küçük Harf Magical moments to come in Thailand starting at USD, Enjoy Bodrum Siyah Renk ve Büyük Harf SHOULD WE SLOW DOWN OR SPEED UP? ANSWER AT PRADA.COM EXPECT INNOVATION WHAT ELSE? REFRESH YOUR SOUL FEEL THE FLOW BORN IN LE BRASSUS RAISED AROUND THE WORLD THE NEW AQUIS DATE IS POWERED BY ORIS Siyah Renk ve Küçük Harf Be bright (x 7), <i>Print revolution</i>	
FRANSIZCA VE İTALYANCA YAPILAR			
Fransızca Sözcükler	Fransızca Sözcük Öbekleri	İtalyanca Sözcükler	İtalyanca Sözcük Öbekleri
Man	Siyah Renk ve Büyük Harf JUSTE UN CLOU	Siyah Renk ve Büyük Harf SPLENDIDA	Siyah Renk ve Küçük Harf dieci, cento modi di vivere, <i>Bandiere da Parata, Il sogno di Aspetti</i>

Yukarıdaki tabloda bu çalışmada çözümlenen Türkçe reklamlarda rastlanılan yabancı dildeki yapıların tipografik özellikleri yer almaktadır. Tablo oluşturulurken dilsel kod incelemesi sırasında saptanan yabancı dildeki yapıların tümü ilgili reklamlarda buldukları haliyle verilmeye çalışılmıştır.

Reklam iletilerinin anlaşılabilirliğine ve çekiciliğinde etki eden tipografik unsurların en temel görsel kodu olan renk düzleminde yapılan çözümlerde ilk olarak 37 Türkçe reklamda metinlerin tek renkli harf tasarımıyla, 10 reklamda ise çok farklı renklerdeki harflerle oluşturuldukları belirlenmiştir. Dağılım oranı ve kullanım yoğunluğu açısından İngilizce, Fransızca ve İtalyanca yapıların görsel düzenlemesinde en çok siyah renkten yararlandııldığı görülmektedir. Bu rengin yazı tasarımı yer aldığı reklamlarda arka fonda beyaz, gri ya da açık mavi kullanılmıştır (karş.: Atasoy, 2017, s. 323). Birbirine zıt iki tonda rengin sayfadaki dağılımı görsel düzlemde karşıtlık yaratarak yazılanların daha kolay okunmasını sağlamakta ve reklamı gören bireylerin dikkatinin yabancı dildeki yapılara yönlendirilmesine yardımcı

olmaktadır. Siyah rengin çağrıştırdığı kalite, resmiyet ve güç gibi olumlu anlamlar göz önünde bulundurulduğunda, bu rengin tipografi düzleminde taşıdığı işlevin görsel algıdaki etkiyi pekiştirmek olduğu düşünülebilir. İncelenen Türkçe reklamlarda yabancı dildeki yapıların iletilmesinde bir diğer baskın olan yazı rengi ise beyazdır. Bu renk yalnızca İngilizce ifadelerin yer aldığı reklamlarda beyazı vurgulayan lacivert, siyah, pembe, kırmızı, mavi gibi tonların kullanıldığı yüzeyler üzerinde bulunmaktadır. Böylelikle okuyucuların anadilinden farklı özelliklere sahip yapılar üzerine odaklanması kolaylaştırılmaktadır. Beyaz renkli puntoların ilgili reklamlarda dikkat çekme işlevi taşıdığı söylenebilir. Türkçe reklamlardaki İngilizce yapıların görsel olarak vurgulanmasında bir diğer öne çıkan renk ise mavidir. Bu rengin yer aldığı reklamların tamamında arka planda sayfa rengi olarak açık mavinin seçildiği ve ana metinlerdeki Almanca ifadelerin siyah harflerle yazıldığı bulgulanmıştır. Böylelikle İngilizce sözcükler ve sözcük öbekleri ilgili reklamlarda Almanca yapılardan ayrıştırılarak belirgin hale getirilmektedir. Bu durum anlamsal açıdan sakinlik, özgürlük ve derinlik gibi olumlu çağrışımlara sahip mavi rengin bu reklamlardaki işlevinin detaylandırmak ve dikkat çekmek olduğuna işaret etmektedir. Belirlenen diğer renkler sarı, kırmızı ve pembedir. Tamamı polikrom harf tasarımında siyah harflerle verilen metinlerde yer alan bu renkler üzerinden İngilizce sözcükler görsel olarak vurgulanmakta ve bireylerin algısının o yapılara yönlendirilmesi amaçlanmaktadır. Dolayısıyla bu renklerin işlevi hedef kitlenin dikkatini yabancı dildeki yapılara çekmektir.

Punto büyüklüğüne yönelik inceleme sonucunda 47 Türkçe reklamın 25'inde yabancı dildeki yapıların öne çıkarılması için ana metinden daha büyük punto kullanıldığı saptanmıştır. Büyük puntolar yazıya dekoratif etki kazandırarak, tüketicileri, reklamda karşılaştıkları belli sözcükleri öncelikli okumaya yönlendirmektedir. Dolayısıyla büyük puntunun yabancı dildeki yapıları ana metinden ayırıp vurgulama işlevi taşıdığı söylenebilir. Geri kalan 22 reklamda yabancı dildeki yapıların sayfa içerisindeki boş alanlar üzerinden ana metinlerle aynı büyüklükte olan puntolarla öne çıkarıldıkları belirlenmiştir.

Dilsel kodların çözümlenmesinde sözcük, sözcük öbeği ve tümce düzleminde belirlenen 108 yabancı dildeki yapının 59'unda küçük harf kullanımının öne çıktığı görülmektedir. Bu bulgu Türkçe reklamlarda yabancı dildeki ifadelerin büyük harflerle verildiği ortaya koyan diğer çalışmaların sonuçlarıyla farklılık göstermektedir (Atasoy, 2017, s. 326). Dizilim esnasında birbiriyle aynı olmayan yüksekliklere sahip harfler metin içerisinde hareketli bir tasarım oluşturarak okuyucuların dikkatinin Türkçe dışındaki dilsel kodlara çekmektedir. Bu anlamda küçük harflerin dikkat çekme işlevi üstlendiği söylenebilir. Türkçe dışındaki dilsel kodların büyük harflerle iletildiği reklamlarda aynı yükseklikte harfler aracılığıyla

daha sabit ve durağan görünen bir yapı yaratılarak ve hedef kitlenin bu yapılar karşısında geçireceği zamanın uzatılması amaçlanmaktadır. Bu sayede bireyler Türkçeden farklı yapıları yeniden gördüklerinde daha kolay anımsayabileceklerdir.

Yabancı dildeki yapıların görsel tasarımına etki eden unsurlardan biri olan yazı tipine yönelik yapılan ayrıntılı incelemede 44 reklamda sans-serif yazı karakterin, geri kalan dört reklamda ise el yazısı benzeri karakterlerin kullanıldığı belirlenmiştir. Bu iki farklı yazı tipine bütüncede saptanan İngilizce, Fransızca ve İtalyanca yapılarda rastlanmıştır. Sans-serif tipi yazı karakterleri genellikle eşit ağırlıklı çizgilerden oluştuğu için kolaylıkla okunabilme ve fark edilebilir olma özelliği taşırlar. Bu bağlamda sans-serif yazı tipinin hedef kitleye reklamlarda gördükleri yabancı dildeki yapıları benimsetmek olduğu varsayılabilir. Sans-serif ile karşılaştırıldığında çok daha içten ve samimi bir görünüme sahip olan el yazısı benzeri harflerle gösterilen dilsel kodlar ise bireylerde reklamdaki ürün ve marka hakkında olumlu anlamlar çağrıştırmaktadır. Tüketiciler bu türde bir yazı karakterini kendi el yazıları ile özdeşleştirerek farklı bir dilde bile olsa benimseyebilirler. Böylelikle yabancı dildeki yapılar ve hedef kitle arasında ilişki kurulabilmektedir.

8. Sonuç

Almanca ve Türkçe dergi reklamlarında bulunan yabancı dildeki yapıların dilsel ve görsel kodlardan oluşan bir anlamlar dizgesi olarak ele alındığı bu çalışmada dilbilimsel ve göstergebilimsel ölçütlerle yapılan çözümleme sonucunda iki dil arasında benzerlikler ve farklılıklar bulunduğu belirlenmiştir.

Dilsel kodlara yönelik yapılan dilbilimsel incelemede bu iki dildeki reklamlarda İngilizce, Fransızca ve İtalyanca yapılara rastlanmıştır. Kullanım yoğunluğu bakımından İngilizce ifadelerin hem Almanca hem de Türkçe reklamlarda öne çıktığı görülmektedir. Sözcük, sözcük öbeği ve tümce düzleminde her iki dilde de İngilizcenin baskın konumda olmasının çeşitli nedenleri vardır. Bu durum öncelikle ilgili reklamları yapan markaların kendilerini piyasadaki benzerlerinden farklılaştırarak daha modern görünmek istemeleriyle ve daha geniş kitlelere ulaşmayı hedeflemeleriyle ilgili olabilir. Bir başka neden ise her iki dilde de çözümlenen reklamların çoğunun uluslararası markalara ait olmalarıdır. Dolayısıyla bu benzerlik globalleşen satış pazarı anlayışının reklam sektörüne yansımalarıyla bağlantılı da olabilir. Günümüzde İngilizcenin dünyada küresel bir *lingua franca* konumunda olmasının da Türkçe ve Almanca dergilerde yayınlanan reklamları veren markaların veya onları hazırlayan ajansların dil tercihini etkilemiş olduğu

söylenbilir. Yapılan incelemede Türkçe reklamlarda Almanca reklamlarla karşılaştırıldığında çok daha fazla İngilizce yapı bulunduğu belirlenmiştir. Bu durum kültürel düzlemde Almanların anadillerine bağlı olmalarından kaynaklanıyor olabilir. Söz konusu farklılık Türkiye’de İngilizcenin Batı kültürünün öncelikli temsilcisi olarak kabul edilmesinden ve Türkçenin Anglo-Amerikan söyleyiş ve yazım biçimlerindeki modernlik ya da uluslararasılık gibi olumlu çağrışımlar yaratan sesbilgisel özelliklere sahip olmamasıyla da ilişkilendirilebilir. İncelenen Almanca reklamlarda İngilizceden sonra ikinci sırada Fransızca yapılar, Türkçe reklamlarda ise İtalyanca yapılar yer almaktadır. Bu fark hem reklamların ait oldukları sektörlerden hem markalardan kaynaklanmaktadır. Saat, kozmetik, parfüm ve çanta gibi çağrışım değeri yüksek olan pahalı tüketim ürünlerini tanıtan Fransız, İtalyan ve İsviçre markalarının reklamlarında İtalyanca ve Fransızca sözcüklere yer vermeleri milliyetçi bir tutum olarak yorumlanabileceği gibi ayrıca bu yapıların temsil ettiği anlamlar üzerinden ilgili markaların örtük olarak kendi kimliklerini parlatmaya çalıştıkları da düşünülebilir.

Yabancı dildeki yapıların görsel kodlarının göstergebilimsel çözümlemesinde hem Almanca hem Türkçe reklamlarda bu yapıları vurgulamak için benzer tipografik unsurlardan yararlandığı belirlenmiştir. Her iki dilde de yabancı dildeki sözcükleri, sözcük öbeklerini ve tümceleri görsel olarak ana metinden ayırıştırıp öne çıkarmak için yoğun olarak siyah ve beyaz renkli harfler kullanılmıştır. Dağılım oranlarına bakıldığında Almanca reklamlardaki yabancı dilden alınan ifadelerde beyaz puntonun, Türkçedekilerde ise siyah puntonun baskın olduğu görülmektedir. İncelenen reklamlarda yabancı dildeki yapılar bu iki renk dışında sarı, mavi, pembe, kırmızı, bej ve turuncu harflerle yazılmıştır. Harflerdeki renk tercihi, reklam metinlerinin fark edilir olmasına ve okunurluğuna etki eden en temel unsurlardan biridir. İnsan gözü genelde beyaz fondaki siyah yazıyı ve siyah fondaki beyaz yazıyı renkler arası zıtlık nedeniyle daha kolay algılamaktadır. Punto renklerinde farklılık bulunsa da her iki dildeki reklamlarda da harflerin arka planlarında veya ana metni oluşturan harflerde karşıt renkler kullanılarak sayfa tasarımı dinamik hale getirilmiştir. Böylelikle Türkçe ve Almanca dışındaki yapıların okuyucular tarafından daha kolay fark edilmektedir. Yabancı dildeki yapıların her iki dildeki reklamlarda da tipografi düzleminde ana metinden daha büyük punto ile yazıldıkları belirlenmiştir. Büyük puntodaki yazı, reklamla karşılaşan bireyleri, iletiyi bir bütün olarak değil, parçalar halinde algılamaya yönlendirmektedir. Bu sayede hedef kitlenin yabancı dildeki yapıları görüp alımlaması kolaylaştırılmaktadır. Yabancı dildeki ifadelerin yazımında büyük ve küçük harf kullanımına bakıldığında Almanca reklamlarda büyük harflerin, Türkçe reklamlarda ise küçük harflerin baskın

olduğu görülmektedir. Büyük ve küçük harf tercihlerindeki bu fark Almanca ve Türkçenin dilbilgisel yazım kurallarıyla ilişkili olabilir. Almanca sözcük düzleminde nesne ve varlık adlarının ilk harfi daima büyük yazılmaktadır. Dolayısıyla Alman veya Almanca bilen hedef kitle büyük harf kullanımına alışkındır. Türkçede ise böyle bir kural yoktur. Bu anlamda ilgili reklamlarda yabancı dildeki yapıların tüketicilerin gündelik hayatlarında sıklıkla karşılaştıkları ve kullandıkları harflerle aktararak benimsetilmeye çalışıldığı düşünülebilir. Yazı tipiyle ilgili yapılan çözümlemede Almanca ve Türkçe reklamlarda yabancı dildeki yapıların sans-serif ve el yazısı görünümü karakterlerle yer aldıkları saptanmıştır. Kullanım oranı bakımından sans-serif yazı tipi her iki dildeki reklamlarda da öne çıkmaktadır. Herhangi bir dilsel yapının okunabilir olmasının temel ölçütü, o yapıyı oluşturan harflerin biçimlerinin görsel alımlama sürecinde birbirilerinden ayrılmasıdır. Bu anlamda söz konusu benzerliğin reklamcılık sektöründe metin oluşturulurken seçilen yazı tipinin hızlı ve kolay okunur olması gerektiğiyle yakından ilişkili olduğu söylenebilir.

Sonuç olarak bu çalışma Almanca ve Türkçe dergi reklamlarında yoğun olarak yabancı dilden alınan yapılara yer verildiğini ortaya koymuştur. Yabancı dildeki yapılar reklamlarda tanıtılan marka ya da ürüne yönelik somut bir imaj oluşturmaktır. Böyle bir imajın oluşması bu dilsel ifadelerin her reklamda sürekli yinelenmesine dayanır. Bunun sonucunda ilk önce marka ya da ürün ile özdeşleşirler, sonrasında da reklamın üretildiği dile etki etmeye başlarlar. Reklamların her an her yerde farklı medya araçları üzerinde karşılaşılan ve kitleleri etkileyen bir bildirişim aracı olduğu düşünüldüğünde yabancı dilden alınan yapıların, zamanla reklamın üretildiği dilin gündelik kullanımına yerleşmeye başlaması kaçınılmazdır. Dil yozlaşması adı verilen bu durum, bir dilin doğallığının ve kendine özgü dilbilgisel yapısının bozulmasına yol açmaktadır. Bu sorununun önüne geçilebilmesi için reklamlardaki yabancı dil kullanımları hakkında daha fazla araştırma yapılması ve bu konuda farkındalık yaratılması gerekmektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author has no conflict of interest to declare.

Grant Support: The author declared that this study has received no financial support.

Kaynakça

- Atasoy, İ. (2017). Dilbilimsel ve Göstergibilimsel Yaklaşımla Almanca, İtalyanca ve Türkçe Dergi Reklamlarında Çok Katmanlılık Analizi, *International Journal of Language Academy, Cilt 5 (Sayı 8)*, 316-330.
- Atasoy, İ. (2019). *Almanca, İngilizce ve Türkçe Reklam Filmlerinin Dilbilimsel İncelemesi*. (Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Batı, U. (2010). *Reklamın Dili*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Buggisch, B. (2008). Nahrungsmittelwerbung und Kulturspezifität. Ein interkultureller Vergleich, In Held, G. & Bemdel, S. (Hrsg.), *Werbung Grenzlos: Multimodale Werbetexte im interkulturellen Vergleich*, (S. 95-124). Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag.
- Elsen, H. (2008). Englische Elemente in der Kosmetikwerbung. Deutsche und Französische Anzeigen im Vergleich. In Dumiche, B. & Klöden, H. (Hrsg.) *Werbung und Werbesprache: Eine Analyse im Interdisziplinären Kontext* (S. 87-121). Wiesloch: WM-Druck GmbH Verlag.
- Friedrich, S. (2015). *Deutsch und Englischsprachige Werbung: Textpragmatik, Medialität, Kulturspezifität*, Berlin: Frank Timme Verlag.
- Gau, D. (2007). *Erfolgreiche Werbung im interkulturellen Vergleich: Eine Analyse deutsch- und französischsprachiger Werbung*, Tübingen: Narr Verlag.
- Herder, A. (2002). *"Weil ich es mir Wert bin": Eine linguistische Untersuchung zur Darstellung von Frauen in der Zeitschriftenwerbung*. Hamburg: Diplomica GmbH.
- Janich, N. (2010). *Werbesprache ein Arbeitsbuch*. Tübingen: Narr Verlag.
- Lapšanská, J. (2006). *The Language of Advertising with the Concentration on The Linguistic Means and the Analysis of Advertising Slogans* (Lisans Tezi). Bratislava Üniversitesi.
- Mahovský, M. (2007). *Sprachliche Ausdrucksmittel der Werbung in der Lebensmittelindustrie* (Yüksek Lisans Tezi). Masaryk Üniversitesi.
- Pfennich, S. (2011). *Werbesprache - Eine sprachwissenschaftliche Analyse italienisch- und deutschsprachiger Kosmetikanzeigen*. University of Graz Hochschulschriften. <https://unipub.uni-graz.at/obvugrhs/download/pdf/215335?originalFilename=true>, Son erişim tarihi: 06 Kasım 2020.
- Salmi, J. & Sillman, K. (2012). *Kontrastive Analyse deutschsprachiger und finnischsprachiger Kosmetikwerbeanzeigen von "Brigitte" und "Me Naiset"*. (Lisans tezi). Tampere Üniversitesi.
- Stöckl, H. (2004). Werbekommunikation – Linguistische Analyse und Textoptimierung. In Knapp, K. et al. (Hrsg.), *Angewandte Linguistik-Ein Lehrbuch*, (S. 233–254). Tübingen: UTB Francke.
- Stöckl, H. (2006). Zeichen, Text und Sinn – Theorie und Praxis der multimodalen Textanalyse. In Eckkrammer, E. M. & Held, G. (Hrsg.), *Textsemiotik. Studien zu multimodalen Medientexten (= Sprache im Kontext)*, (S. 11–36). Frankfurt am Main: Lang Verlag.
- Stöckl, H. (2008). *Werbetypographie – Formen und Funktionen. Werbung – grenzenlos. Multimodale Werbetexte im interkulturellen Vergleich*. Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag.

- Stöckl, H. (2010). Sprache-Bild-Texte lesen. Bausteine zur Methodik einer Grundkompetenz, In Diekmannshenke, H. & Klemm, M. & Stöckl, H. (Hrsg.) *Bildlinguistik*, S. 43-70. Berlin: Erich-Schmidt Verlag.
- Stöckl, H. (2012). Werbekommunikation semiotisch. In Janich, N. (Hg.), *Handbuch Werbekommunikation. Sprachwissenschaftliche und interdisziplinäre Zugänge*, (S. 243–262). Tübingen: UTB Francke.
- Stöckl, H. (Hg.). (2013). *Werbung keine Kunst? Phänomene und Prozesse der Ästhetisierung von Werbekommunikation*. Heidelberg: Universitätsverlag.
- Störiko, U. (1995). *Wir legen Word auf gutes Deutsch. Formen und Funktionen fremdsprachiger Elemente in der deutschen Anzeigen- Hörfunk- und Fernsehwerbung*. Viernheim: Cubus Verlag.
- Wildfeuer, J. & Bateman, J.A. (2017). *Film Text Analysis: New Perspectives on the Analysis of Filmic Meaning (Routledge Advances in Film Studies, Band 50)*. New York: Routledge.
- Yücel, H. (2004). "Reklamlarda Yabancı Dil Kullanımı", *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, Sayı 1*, s. 135-145.

Bütünce

- Elle* (deutsche Ausgabe), März 2021, München: Burda Hearst Publishing.
- Elle* (deutsche Ausgabe), April 2021, München: Burda Hearst Publishing.
- Elle* (deutsche Ausgabe), Mai 2021, München: Burda Hearst Publishing.
- Elle* (Türkiye), Şubat 2021, İstanbul: Doğan Burda Dergi Yayıncılık.
- Elle* (Türkiye), Mart 2021, İstanbul: Doğan Burda Dergi Yayıncılık.
- Elle* (Türkiye), Nisan 2021, İstanbul: Doğan Burda Dergi Yayıncılık.

EKLER:


EK 1: İncelenen Almanca reklamların ait olduğu markalar			
İngilizce Yapılara Yer Veren Markalar	Fransızca Yapılara Yer Veren Markalar	İtalyanca Yapılara Yer Veren Markalar	Almanca Yapılara Hiç Yer Vermeyen Markalar
Prada, Armani, ETRO, Marina Pinaldi, Hublot, Mini Cooper, Tiffany & CO, Louisa Cerano, Bretling, Sensai, Marc Cain, Guerlain, Tiger of Sweden, Vagabond Shoemakers, Longines, Shiseido, Tamara Comolly, Pomellato, Geox, Maxx Royal, Giorgio Armani Voyage Hotel, Dior, Clarins, L'oreal, QMS Cosmetics, Narciso Rodriguez, Perwoll, Caudalie, Patek Philippe, Anne Marie Börlind, Jean Paul Gaultier	Long Champ, Sisley Lancôme, Jean Paul Gaultier, Guerlain	Hublot	Dior, Prada, Armani, ETRO, Tiffany & CO, Louisa Cerano, Bretling, Marc Cain Guerlain, Tiger of Sweden, Vagabond Shoemakers, Longines, Shiseido, Tamara Comolly, Pomellato, Geox Maxx Royal, Giorgio Armani, Lancôme, Voyage Hotel

EK 2: İncelenen Türkçe reklamların ait olduğu markalar			
İngilizce Yapılara Yer Veren Markalar	Fransızca Yapılara Yer Veren Markalar	İtalyanca Yapılara Yer Veren Markalar	Türkçe Yapılara Hiç Yer Vermeyen Markalar
Maxx Royal, ETS Tur, Land Rover, Shop & Miles, Dermoskin, Kütahya Porselen, Logitech, Swissotel, Pandora, Naturagen, Prada, Beymen, Shisiedo, Guerlain, Salomon, Voyage Hotel, Hummel, Etro, Intimissimi, Furla, Mandarin Hotel, Neutrogena, Nespresso, Samsonite, B&B Italia, Dockers, The Ritz Carlton, KUUM Hotel&Spa, Turizm Tayland, ADL, Ulysee Nardin, Flow Datça	Cartier, Guerlain	Bvlgari, Etro, B&B Italia	Cartier, Bvlgari, Maxx Royal, ETS Tur, Prada Beymen, Shisiedo, Guerlain, Voyage Hotel, Hummel, Intimissimi, Mandarin Hotel, Samsonite, B&B Italia, The Ritz Carlton, Turizm Tayland, ADL, Ulysee Nardin, Flow Datça



Büchner'den Koltès'e Karşı-Kahraman: Woyzeck ve Roberto Zucco'ya Karşılaştırmalı Bir Bakış

The Anti-Hero on Büchner to Koltès: A Comparative Look at Woyzeck and Roberto Zucco

Melike Saba AKIM¹ 



¹Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Sahne ve Görüntü Sanatları Bölümü, Tiyatro Tarihi ve Teorisi Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye

ORCID: M.S.A. 0000-0003-2275-237X

Corresponding author:

Melike Saba AKIM,
İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Sahne ve Görüntü Sanatları Bölümü, İstanbul Medeniyet Üniversitesi Kuzey Kampüsü, Ünalın Mah. Ünalın Sok. D-100 Karayolu Yanıyl 34700 Üsküdar/İstanbul.
E-mail: melikesaba@gmail.com

Submitted: 19.03.2022

Accepted: 26.04.2022

Citation: Akim, M. S. (2022). Büchner'den Koltès'e karşı-kahraman: *Woyzeck* ve *Roberto Zucco*'ya karşılaştırmalı bir bakış. *Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi - Studien zur deutschen Sprache und Literatur*, 47, 165-188. <https://doi.org/10.26650/sdsl2022-1090268>

öz

Georg Büchner'in 1836 tarihli yarım kalan oyunu *Woyzeck*, konusunu Johann Christian Woyzeck'in gerçek yaşam öyküsünden alır. Beraber yaşadığı kadını öldüren Leipzig'li Woyzeck'in davası Alman basınına uzunca bir süre meşgul etmiş, 18 ay süren dava sonucunda Woyzeck 1824 yılında halka açık bir biçimde başı kesilerek idam edilmiştir. Bernard-Marie Koltès'in 1988 tarihli son oyunu *Roberto Zucco*, konusunu İtalyan seri katil Roberto Succo'nun gerçek yaşam öyküsünden alır. Annesini bıçaklayarak, babasını boğarak öldüren Succo, 1980'li yıllarda İtalya ve Fransa'da seri cinayetler işlemiş; özellikle 1986 yılında Fransız basınına oldukça meşgul etmiş; 1988 yılında kendisini plastik bir poşetle boğarak intihar etmiştir. Çalışmada, yaklaşık 150 yıl arayla yazılan bu iki oyun, yapısal paralellikleri ve karşı-kahraman (anti-hero) olgusunun zamanın ruhuna bağlı olarak nasıl başkalaştığı gözetilerek incelenmiştir. Klasik tragedyalarda bulunması beklenen *hamartia* (trajik hata), *anagnorisis* (tanınma), *peripeteia* (baht dönüşü), *pathos* (tutku) gibi temel kavramlardan kalkarak, trajik kahraman ve karşı-kahraman prototipleri *Woyzeck* ve *Roberto Zucco* örnekleri üzerinden karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır. Bu doğrultuda, trajik kahraman figürünün karşı-kahraman olarak terslenirken eksiltilen ve/veya korunan nitelikleri tartışmaya açılmıştır. Çalışmanın bir yan izleği olarak, modernist dram özelinde, karşı-kahramanın karşı-karaktere ve nihayetinde oyun kişisine doğru evrimi üzerinde durulmuştur. Son olarak, karşı-kahraman *pharmakos* (günah keçisi) figürü ekseninde ele alınarak, klasik tragedya yasalarının söz konusu iki oyunda çalışıp çalışmadığı ve oyunların trajik niteliği oluşturulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Georg Büchner, Bernard-Marie Koltès, Woyzeck, Roberto Zucco, Karşı-kahraman

ABSTRACT (ENGLISH)

Woyzeck, written in 1836, is an unfinished play by Georg Büchner, the plot of which is based on the real-life story of Johann Christian Woyzeck, who killed the woman he lived with. His case occupied the German press for a long period. After an 18-month trial, he suffered a public beheading in 1824. *Roberto Zucco*, written in 1988, was the last play by Bernard-Marie Koltès. Its plot was inspired by the real-life story of Roberto Succo, who stabbed his mother and strangled his father to death. Succo



committed serial murders in Italy and France in the 1980s; he occupied the French press, particularly in 1986, and finally committed suicide in 1988 by suffocating himself with a plastic bag. This study examines *Woyzeck* and *Roberto Zucco*, written approximately 150 years apart, by considering their structural parallels and how the anti-hero phenomenon altered depending on the zeitgeist. Based on concepts of classical Greek tragedy, including *hamartia*, *anagnorisis*, *peripeteia*, and *pathos*, this paper considers the tragic hero and anti-hero prototypes in these plays. The author also reviews the qualities of the tragic hero figure diminished or preserved through the reversal process of presenting the anti-hero. As a side theme of this study, the paper elaborates on the transition process from anti-hero to anti-character, particularly in modernist drama. Finally, the article contemplates whether the rules of classical tragedy work in this context and examines the tragic essence in the two plays by considering the anti-hero in the light of the figure of the scapegoat—*pharmakos* in Greek.

Keywords: Georg Büchner, Bernard-Marie Koltès, *Woyzeck*, *Roberto Zucco*, Anti-hero

EXTENDED ABSTRACT

Büchner wrote in Germany—the homeland of romanticism and idealism in the first half of the 19th century. His writings range far beyond that of the other writers of his time, conceptually and stylistically. By creating an anti-hero like *Woyzeck*, he overthrows all the noble values that Enlightenment thought ascribes to humanity. For the first time, he overtly acts to shine a bright light upon the isolated humans of modern drama. In Büchner's fictional world, unlike the revolutionary period in which he lived, the idea of free will had no place. He sees man as a prisoner of fatalism and determinism. His characters are puppets in the hands of unknown forces, and they have no personalities. (Sayın, 1999, p. 121). These are the ancestors of the modern tragic anti-character we recognize from the plays of Beckett, Adamov, and Ionesco: *Woyzeck* is the first anti-hero, destined to wander forever in a labyrinth with no exit.

The fictional universe of Koltès, who was writing in the 1980s, 150 years after Büchner, is compatible with the characterization of his time by the loss of values. From this recent past—which is but a short distance from our time—to the present, the individual is far from being only the victim of nature, society, and class inequality. The anti-hero is distilled from our times and fits the postmodern zeitgeist. Despite performing epic acts, he desires only to be erased and rebels in order to be absent; thus, the tragic is transformed. In Koltès, the tragic life of the central character unfolds far beyond the tragedy of the modernist anti-hero—that is, the state of being a puppet held captive by unknown forces. Instead, it reveals itself in the longing for non-existence.

Woyzeck and *Roberto Zucco* have parallel plots and dramatic structures. *Woyzeck* is considered a pioneering work of both realistic and impressionist drama. The protagonist, *Woyzeck*, exhibits traits in contrast to those of the classic hero. According to Steiner,

“Büchner was the first who brought to bear on the lowest order of men the solemnity and compassion of tragedy” (Steiner, 2013, p. 322) and *Woyzeck* is “the first real tragedy of low life” (p. 321). In this respect, *Woyzeck* is also the first proletarian (anti-)hero in the history of drama; his passive resistance creates an anti-hero prototype for the journey from Büchner to Brecht. For instance, Eagleton says, “plebeian protagonists are for the most part social rebels” (Eagleton, 2003, p. 98). However, the passive-aggressive tone in *Woyzeck*’s resistance and the absence of a clear consciousness accompanying his actions separates him from the classical hero’s knowing and doing style and brings him closer to the modern character’s not knowing and not doing state of being. In the passage of time from Büchner to Beckett, the subject who thinks, establishes civilizations, stands against the social order, and desires a new one becomes fragmented. His consciousness is frozen and action has ended, but tragic despair remains.

Roberto Zucco is also close to impressionist drama because of its episodic structure; however, it can also be viewed as a contemporary tragedy with epic elements (Wodnicka, 2013, p. 35; Haleva, 2012, p. 82). Hegel writes, “it is the honor of these great characters to be culpable” (Hegel, 1975, p. 1215). The classical hero embraces the necessities of his tragic mistake (*hamartia*) with a passion in the extreme (*pathos*). In that sense, the dramatic character Zucco is very close to the ancient tragic hero. A crystal-clear mind accompanies Zucco’s *pathos*: the desire to perish that determines each of his deadly actions. In terms of the correlation between consciousness and action, Zucco differs from both *Woyzeck* and the modernist anti-character.

The scapegoat—that is, the *pharmakos*—is acknowledged as having an implicit influence at the root of the tragedy form. Both *Woyzeck* and Zucco coincide in terms of uncanny *pharmakos* characters and their dual nature. *Woyzeck*, as the inevitable victim of class inequality, is both victim and savior—typical of the *pharmakos*. Zucco, in contrast, is an altogether different kind of *pharmakos*, who has come to take revenge on the modern world: he is a child who kills his parents, an innocent monster, and a prophet who sacrifices himself. Koltès creates a killer-hero by melding together the hero and anti-hero.

Giriş

Georg Büchner'in ölümünden bir yıl önce, 1836 yılında yazmaya başladığı düşünülen ve yarım kalan oyunu *Woyzeck*, konusunu Johann Christian Woyzeck'in gerçek yaşam öyküsünden alır. 1821 yılında beraber yaşadığı kadını öldüren Leipzig'li Woyzeck'in davası Alman basınını uzunca bir süre meşgul etmiş, 18 ay süren dava sonucunda Woyzeck 1824 yılında halka açık bir biçimde başı kesilerek idam edilmiştir.

Bernard-Marie Koltès'in ölümünden bir yıl önce, 1988'de yazdığı son oyunu *Roberto Zucco*, konusunu İtalyan seri katil Roberto Succo'nun gerçek yaşam öyküsünden alır. Annesini 32 kez bıçaklayarak, babasını ise arabasını kendisine ödünç vermeyi reddettiği için boğarak öldüren Succo, 1980'li yıllarda İtalya ve Fransa'da seri cinayetler işlemiş; özellikle 1986 yılında Fransız basınını oldukça meşgul etmiştir. 1988 yılında hapisneden kaçma girişiminde bulunur ve çatıdan düşerek yaralanır. Aynı yıl hücrelerinde kendisini plastik bir poşetle boğarak intihar eder.

Yaklaşık 150 yıl arayla yazılan bu iki oyun, salt böylesine tesadüfi ortaklıkları bakımından değil, yapısal paralellikleri ve karşı-kahraman [anti-hero] olgusunun zamanın ruhuna bağlı olarak nasıl başkalaştığını gözlemleyebilmek bakımından da incelemeye değer görünüyor.

19. yüzyılın ilk yarısında, romantizm ve idealizmin anavatanı Almanya'da yazan Büchner, *Woyzeck* gibi bir karşı-kahraman yaratarak Aydınlanma düşüncesinin insana atfettiği tüm yüce değerleri çağının çok ötesinde bir kavrayışla alaşağı etmekte, neredeyse ilk kez modern dramın yalnız insanını tüm çıplaklığıyla gün yüzüne çıkarmaktadır. Büchner'in kurgusal dünyasında, yaşadığı dönemin aksine, özgür irade düşüncesine yer yoktur. "Zincire vurulmuş olsa bile hürdür insan diyen Schiller'in aksine, Büchner insanı fatalizmin ve determinizmin esiri olarak görür. İpleri bilinmeyen güçlerin elinde birer kukla olan Büchner'in insanların 'Ben'leri, kişilikleri yoktur." (Sayın, 1999, s. 121). Büchner'de oyun kişisi, Beckett'in, Adamov'un, Ionesco'nun oyunlarından bildiğimiz modern karşı-karakterin atasıdır: Çıkışsız bir labirentin içinde dönüp durmaya mahkûm bir ilk karşı-kahramandır *Woyzeck*.

Büchner'den 150 yıl sonra, 1980'li yıllarda yazan Koltès'in kurgusal evreni ise değerler yitimi ile karakterize olan çağının gerçekliğiyle ve düşünsel atmosferiyle uyumludur. Günümüzden pek de uzak olarak niteleyemeyeceğimiz bu yakın geçmişten şimdiye, modern

dramın 'yalnız insan'ı artık tabiatın, toplumun ve sınıfsal eşitsizliğin kurbanı olmanın çok ötesindedir. Karşı-kahraman, çağının ruhuyla uyumlu bir şekilde erimiştir. Epik eylemlerde bulunsa dahi başkaldırısıyla ancak silikleşmeyi arzulamaktadır. Trajik olan başkalaşmıştır. Koltès'te trajik, modernist karşı-kahramanın trajedisinin—bilinmeyen güçlerin esiri bir kukla olmaklığın—çok ötesinde, bir olamayışın, yokluğun arzulanışında açığa çıkar.

Çalışmada, söz konusu bu iki oyunu karşı-kahraman olgusunun 150 yıl içindeki dönüşümünü gözeterek incelemek, iki oyun arasındaki yapısal paralellikleri soruşturmak ve nihayetinde günah keçisi (*pharmakos*) kültüründen hareketle Büchner'den Koltès'e trajik kahraman figürünün niteliği üzerine düşünmek amaçlanıyor.

Woyzeck: Oyun Metni ve Dramatik Yapı

Woyzeck'in tamamlanmamış bir oyun olduğunu hatırlatarak başlamakta yarar var. Bugün *Woyzeck* olarak bilinen oyun metni son halini Büchner'in ölümünden çok sonra aldı. Sahnelerin diziliminin, oyunun başlangıcının ve finalinin aslında nasıl olduğu bir muamma; nasıl olması gerektiği ise hala tartışılıyor.¹ Oyun daha çok 1922 yılında Fritz Bergemann tarafından düzenlenmiş haliyle biliniyor ve kabul görüyor; öte yandan 1967 yılında Werner R. Lehmann tarafından yeniden düzenlenen versiyonun (Büchner, 1986, s. 199-226) aslına daha yakın olabileceği düşünülüyor. Bergemann'ın düzenlediği, bilinen versiyonda oyun *Woyzeck*'in Yüzbaşı'yı tıraş ettiği sahneyle (H4, E5) açılıyor; finaldeyse *Woyzeck* sevgilisi Marie'yi öldürdükten sonra intihara teşebbüs ediyor. 1961'de Hasan Kuruyazıcı tarafından Türkçeleştirilen *Woyzeck*'te, tarihlerden de anlaşılabilirdi üzere Bergemann düzenlemesi esas alınmış. Lehmann'ın yeniden düzenlediği versiyonda ise oyun *Woyzeck*'in Andres'le çalı çırpı topladığı "Açıklık Bir Yer, Uzakta Kent" (H4, E1) sahnesiyle—yani Bergemann düzenlemesindeki ikinci sahneyle—açılıyor ve oyun finalinde *Woyzeck*'in intihar teşebbüsü yer almıyor. Bu yazıda, Bergemann'ın düzenlemesini ve dolayısıyla Hasan Kuruyazıcı çevirisini (Büchner, 1982) esas almak daha doğru görünüyor; zira Lehmann düzenlemesi çokça ses getirmiş olmasına rağmen henüz Türkçeleştirilmedi.

1 Büchner'den geriye kalan elyazmalarında *Woyzeck*'e ilişkin dört taslak metin bulunur. Bu taslak metinler Büchner literatüründe H1, H2, H3 ve H4 olarak anılmaktadır. Taslak metinlerin ilk ikisi (H1 ve H2) *folio* formatında sayfalara yazılmış metinlerdir. Üçüncü taslak metin (H3) *quarto* formatında tek bir sayfadan ibarettir. Dördüncü taslak (H4) ise altı çift taraflı *quarto* formatında ve Büchner tarafından düzenlenmiş bir taslak metindir. İlk taslak metinde (H1) toplam 21 epizot bulunmaktadır; ana karakterler Louis ve Margreth olarak geçer. İkinci taslak metin (H2) 9 uzun epizottan oluşur; ana karakterler *Woyzeck* ve Louise'tir ve Doktor ile Yüzbaşı karakterleri ilk kez bu taslakta görülür. Üçüncü taslak metin (H3) yalnızca iki bağımsız epizottan oluşmaktadır. Son taslak metinde (H4) 17 epizot bulunmaktadır; ana karakterler ise artık *Woyzeck* ve Marie'dir. Epizotlar arasında bazı boşluklar bulunmaktadır; oyunun finaliye cinayetle kapanmaz. (Büchner, 1986; Patterson, 1990, s. 144).

Woyzeck, dramatik yapı bakımından klasik bir biçim göstermez. Olaylar birbirini klasik neden-sonuç ilişkisine göre izlemez; dramatik yapı küçük epizotlar halinde kurulmuştur ve her bir epizot âna özgü panoramik, neredeyse sinematografik bir anlatım içerir. Bu yapıyı oyunun tamamlanmamış ve sonradan düzenlenmiş olmasıyla ilişkilendirmek doğru olmaz; çünkü Büchner'in taslak metinleri dikkate alındığında oyunun en başından itibaren bu formda tasarlandığı açıkça görülmektedir. Örneğin Şâra Sayın, Volker Klotz ve E. Scheuer'e referans vererek, *Woyzeck*'in 'atektonik dram' özelliği gösterdiğini ve dolayısıyla dramda neden-sonuç ilişkisine göre kesintisiz devam eden bir ana eylem olmadığını yazar (Sayın, 1999, s. 16). Bu durum, dramın seyirciye çeşitli anlara tanıklıklar, yakın planlar ve kimi zamansa panoramik görüntüler / tablolar sunarak ilerlemesini sağlamaktadır. Söz konusu bu parçalı anlatıda, rastgele bir düzenle birbiri ardına eklenmiş izlenimi veren epizotlar tutarlı bir bütünlük içindedir ve nihayetinde seyircinin zihninde panoramik bir izlenim / tablo oluşur.

Bu yönüyle çağının oldukça ötesinde olan *Woyzeck* ekspresyonist dram özelliği gösterir: Dramatik yapının Strindberg'e özgü istasyon modeline benzer tasarımı dikkat çekicidir. Bilindiği gibi istasyon modelinde birey gündelik gerçeklikten kopmuştur ve bu kopukluk dramın eylemine yansır. Eylem, ayakları yere basmayan bireyin oradan oraya sürüklenişini yansıtacak biçimde, dağınık bir yapı içinde sunulur. Bu yapıda nedensellik ilişkisi, zamanda ve mekânda tutarlılık aranmaz. Öte yandan Bergemann düzenlemesinde oyun, söz konusu bu ekspresyonist niteliğinin yanı sıra, natüralist drama özgü bir gerçeklik duygusu sağlamak adına konvansiyonel bir dramaturji gözetilerek kurulmuştur. Dolayısıyla *Woyzeck*, istasyon modelini çağırıştıran atektonik yapısına rağmen natüralist dramın en erken örneği olarak da değerlendirilmektedir. Örneğin, oyunun ilk sahnesi olarak *Woyzeck*'in Yüzbaşı'yı tıraş ettiği sahne seçilmiştir; çünkü bu sahne seyirciye *Woyzeck*'in kim olduğunu ve sınıfsal konumunu tüm açıklığıyla gösterir (Patterson, 1990, s. 145). Elindeki ustura bıçağıyla *Woyzeck*, oyunun tekinsiz atmosferine ve kanlı sonuna işaret edercesine sahnededir. İç mekânda (Yüzbaşı'nın odası) geçen bu sahne, Patterson'un da işaret ettiği gibi dördüncü duvar ilkesiyle ve tüm detaylarıyla kurulabilecek dekoruyla beraber düşünüldüğünde natüralist bir oyun için mükemmel bir açılış sahnesidir (Patterson, 1990, s. 145).

Bergemann düzenlemesinde epizotlar mekânı belirten bir başlıkla adlandırılmıştır; başlıklarda bazen kişi ve zaman bilgisi de verilir. Büchner'in elyazmalarında bu başlıkların *didaskali* olarak epizot başlarında, parantez içinde verildiği görülmektedir. Epizot başlıkları sahnenin geçtiği mekâna işaret ettiğinden sahnenin atmosferini kuran temel

belirleyenlerdendir. Bu düzenlemede toplam 27 epizot bulunur; Tablo 1’de epizot başlıkları sırasıyla görülebilir:

Tablo 1: *Woyzeck* oyununda (Bergeman düzenlemesi) epizot isimleri ve sırası

1	Yüzbaşının Odası	15	Doktorun Avlusu
2	Açıklık Bir Yer, Uzakta Kent	16	Kışlanın Avlusu
3	Kent	17	Meyhane - (Bando Çavuşu, Woyzeck, Halk)
4	Barakalar, Işıklar, Halk	18	Eskici Dükkânı
5	İyice Aydınlatılmış Barakanın İçi	19	Marie’nin Odası
6	Marie’nin Odası	20	Kışla
7	Doktorun Odası	21	Sokak
8	Marie’nin Odası	22	Göl Kıyısında Keçiyolu - (Marie, Woyzeck)
9	Sokak - (Yüzbaşı, Doktor)	23	Marie’nin Odası - (Deli, Çocuk, Woyzeck)
10	Marie’nin Odası - (Marie, Woyzeck)	24	Meyhane
11	Nöbetçi Kulübesi - (Woyzeck, Andreas)	25	Göl Kıyısı
12	Meyhane	26	Sokak
13	Açıklık Bir Yer	27	Göl Kıyısı - (Mübaşir, Doktor, Yargıç)
14	Kışlada Bir Oda - (Gece, Andres’le Woyzeck aynı yatakta)		

Şara Sayın’a göre oyundaki “sahnelerin her biri bağımsız, kendi içlerine kapalı birer daire, birer çember gibidirler.” (Sayın, 1999, s. 25). Buna göre, Marie’nin öldürülmesi olayı en geniş çember olarak merkezde yer alır ve tüm diğer sahneler bu çemberin etrafında aynı dairesel hareketle dönmektedirler. Sayın, sahnelerde konvansiyonel anlamda bir art arda ilerleme saptanamadığını ve fakat dramatik gerilimin her bir sahnenin kendine has atmosferinden doğan karşılıklarla sağlandığını belirtir (Sayın, 1999, s. 27).

E. Scheuer’e göre ise kesintisiz ilerleyen bir ana eylem yerine *Woyzeck*’te üç ayrı eylem kanalı bulunmaktadır (Scheuer’den aktaran; Sayın, 1999, s. 17). Woyzeck’in eylem hattı, Marie’nin eylem hattı ve çevresel eylemler olarak düşünülebilecek bu üç koldan dramın protagonistini Woyzeck ile ilgili olanı oyunun ilk yarısında çok etkin değildir. Şara Sayın, oyunun başında yalnız Marie ile ilgili olan eylem kanalının etkin olduğunu, Woyzeck’in eylem kanalının ise dramın ikinci kısmında başladığını yazar. Marie’nin öldürülmesiyle bu iki eylem kanalı birleşirler. Çevresel eylemler kanalıysa Yüzbaşı, Doktor, Bando Çavuşu, Deli ve halkın dahil olduğu kolektif eylemlerden oluşur (Sayın, 1999, s. 17-18). Bu kanal oyunun başından sonuna kadar etkindir ve hem Marie’nin hem Woyzeck’in eylem hattına sürekli olarak eşlik eder.

Karşı-Kahraman *Woyzeck*: Düzenin Kaçınılmaz Kurbanı

Woyzeck, pek çok bakımdan çağının ilerisinde bir metindir. Georg Büchner'in 24 yıllık kısa yaşamı (1813-1837) Alman idealizminin göbeğine denk gelmiştir; dönemin hâkim sanat anlayışı Romantizm'dir. Bu yıllarda dramatik literatür *Fırtına* ve *Coşku* (*Sturm und Drang*) hareketi etkisindedir ve Büchner hiç kuşkusuz zamanını Schiller, Lenz, Wagner gibi proto-romantiklerin oyunları ile hemhâl olarak geçirmiştir. Örneğin, Goethe'nin *Faust*'u 1832'de—Büchner 19 yaşındayken—tamamladığını düşünürsek, Büchner'in 1836 yılında—ve 23 yaşındayken—yazdığı *Woyzeck*'in dönemine göre ne kadar ayrıksı bir metin olduğunu çıkarsayabiliriz.

Bilindiği üzere Alman idealizmi ve Aydınlanma düşüncesi, 'insan' fikrine inanır. Akli kurucu bir ilke olarak benimser ve toplumsal yaşamın düşünce ekseninde düzenlenebileceği idealine sarılır. *Fırtına* ve *Coşku* (*Sturm und Drang*) hareketi ise Aydınlanma'ya özgü rasyonalizme eleştirel bir tutum takınarak doğayı ve insan tabiatına özgü tüm güdü ve dürtüleri coşkuyla benimser. Aydınlanma düşüncesi insanı salt akılla kutsamaktadır; oysa insan dehâsı ancak tabiatla birlikte gerçek anlamda açığa çıkacaktır. Zira medeniyetin baskıladığı doğayı kucaklayabilen insan, salt aklını değil duygularını da kullanabilecektir. Şu halde denilebilir ki, Büchner'in çağdaşları, insan dehâsını sonsuz bir inançla yüceltmektedir.

İşte Büchner, 'insan' fikrine ilişkin tüm bu kutsiyeti *Woyzeck* ile alaşağı eder. *Woyzeck* karakteri ne bir dehâdir ne bir kahraman. Dramın protagonisti ilk kez böylesine olumsuz verilir: İnsan ilk kez böylesine acz içinde ve düşük yaratılışıyla karşımızdadır. *Fırtına* ve *Coşku*'nun akla adeta savaş açarak tabiatı, irrasyonel güçleri, duygu ve sezileri savunan dâhi insanı, esasında Homeros çağının epik kahramanının ya da Ortaçağ romanslarındaki kahraman şövalyenin, basitçe söylersek kahraman mitinin bir uzantısıdır. *Woyzeck*'in dramın protagonisti olmanın dışında, bu kahramanlarla hiçbir ortak yanı bulunmamaktadır. Büchner evreninde insan, altın çağını yaşayan bilim ve tekniğin yüksek potansiyelinin ardında saklı kalan, önemsenmeyen gündelik yaşam gerçeğine gömülü haldedir. Orta sınıf ahlakınca idealize edilen akıl, erdem, bilim ve teknik gibi tüm değerler, yoksulluk içinde oradan oraya savrulan alt sınıfın gündelik yaşamında değersizdir; çünkü karın doyurmamaktadır:

WOYZECK: Biz yoksul insanlar. ... Bakın, yüzbaşım: Para, para! Kimin parası yoksa ...
Hadi, yalnızca ahlakla getirin insanı dünyaya da görelim. Ama eti de var insanın, kanı

da var. Yine de mutsuz kılınmış bizim gibiler bir kez, hem bu, hem öbür dünyada, öyle geliyor ki bana, göğe de çıksak biz, yalnızca gök gürlmesine yardım ederdik. (Büchner, 1982, s. 4-5)

Büchner'in *Woyzeck*'inde doğa temasının baskın bir yer kapladığı hiç kuşkusuz. Fakat romantizme özgü doğa vurgusundan farklı olarak, *Woyzeck*'te doğa, sosyal sınıfla birlikte düşünülmesi gereken organik bir bütündür. *Woyzeck*, bilinçli bir düzeye doğaya yönelen ve içgüdülerinin ayırdına varan romantik kahramanın aksine, ait olduğu sınıfın tabiatı gereğince ve gündelik yaşantı onu sürüklediği için hareket eden, silik bir zavallıdır. Düzenin insanca yaşama hakkı tanıdığı sınıfın dışında kalan *Woyzeck* için erdem, Sayın'ın sözleriyle, "ancak belirli bir sosyal düzende gelişebilecek" bir edinimdir (Sayın, 1999, s. 19). Dolayısıyla, *Woyzeck*'in tabiatına özgü içgüdülerinin tıpkı kendi yaşantısı gibi korkunç ve acımasız oluşu, doğanın işleyişi gereği kaçınılmaz bir zorunluluk olarak karşımıza çıkar. Büchner bu anlamda iflah olmaz bir deterministtir. Oyunda *Woyzeck* gibi alt sınıfa ait tüm oyun kişileri (Marie, Andres vb.) kendi doğalarının, yani ekonomik ve sosyal yaşantılarının zaruri bir sonucu olarak var olur, o şekilde konuşur, o şekilde düşünür, o şekilde davranırlar. Büchner, toplumsal yapının çürümüşlüğüne açıkça eleştirdiği *Woyzeck*'te klasik neden-sonuç ilişkisini bu yönüyle ele alır: Doğa romantiklerin düşündüğü şekliyle salt uygarlığın unutmak/aşmak istediği tabiatı ya da insanlığın ilkel halinden ibaret değildir, ya da doğanın nedensel yasaları salt pozitif bilimler evreninde değil her yerde aynı katılıkla işlemektedir. Topluma sistematik bir biçimde etki eden ekonomik, ideolojik, sosyal, politik vb. her türden dinamiği bir 'neden' ve her bir yaşantıyı başlı başına bir 'sonuç' olarak ele alır Büchner ve bu yönüyle düşünüldüğünde, dramda biçimsel olarak klasik neden-sonuç ilişkisini gözetmemiş olmakla birlikte, nihayetinde katı bir determinist portresi çizer. Öyle ki, Karl Marx'ın *Das Kapital*'inden 30 yıl önce yazılmış olmasına rağmen oyunun neredeyse Marksist determinist bir tonu olduğunu ve *Woyzeck*'in Batı dramı tarihinin ilk proleter protagonistisi olduğunu söylemek mümkündür (Eagleton, 2003, s. 139). Tam da bu sebeple, *Woyzeck* geçtiğimiz yüzyıl başında Alman oyun yazarı Gerhart Hauptmann, marksist teorisyen Georg Lukács gibi isimlere esin kaynağı olmuş, Lukács oyunu sosyalist gerçekçi bir başyapıt olarak nitelemiştir (Scanlan, 1997).

Woyzeck'te söz konusu bu determinist tona katı bir fatalizm eşlik eder. *Woyzeck* düzenin bir kurbanıdır; 'düzen dışı' ise olasılık olarak bile mümkün değildir. Dünyanın doğudan batıya doğru dönmesi, zamanın ileriye doğru akması gibi, toplumsal düzenin işleyişi de ancak böyledir: adaletsizdir. Hiç kaçarı yoktur, büyük balık küçük balığı yer. Örneğin Doktor tıbbi ihtirasları uğruna *Woyzeck*'i bir denek hayvanı gibi kullanır; geçim

sıkıntısı çeken Woyzeck içinse deneklik bir ek gelir kaynağıdır çünkü nikahsız yaşadığı Marie'ye ve bebeğine bakmak zorundadır. Öte yandan Marie için akli sağlığını günden güne yitiren fakir bir adamla yaşamaktansa düzenli bir maaşı olan Bando Çavuşu'yla birlikte olmak daha akıl kâdır. Ya da haftalar boyunca sadece bezelyeyle beslenen bir insan (Doktor'un bezelye deneyi) sevgilisinin kendisini aldattığını elbette akıselim bir halde karşılayamayacaktır: Halüsinasyonları günden güne artacak, kafasının içindeki imgeler (bıçak) fısıltılara, fısıltılar öldür emirlerine (bıçakla!) dönüşecek, nihayetinde Woyzeck tüm bunlara bir son vermek isteyecek ve sevgilisi Marie'yi defalarca bıçaklayarak öldürecektir. Böylesi bir düzende kahraman mümkün değildir ve dahası, düzen yapı taşlarını kurbanlar üzerine örer. İşte söz konusu bu işleyişin durdurulamazlığı, diğer bir deyişle, düzenin çıkışsızlığı neredeyse bir tür yazgı hükmündedir ve Büchner'in 21. yüzyıl varoluşçu yazarlarıyla göbek bağı bu fatalist tavır oluşturur.

BÜYÜKANNE: Gelin bakalım, yumurcaklar! ... Bir zamanlar yoksul bir çocuk varmış, annesi de yokmuş, babası da, herkes ölmüş, hiç kimse kalmamış yeryüzünde. Herkes ölmüş, çocuk da gece gündüz aranmış durmuş. Bakmış yeryüzünde kimse yok, o da gökyüzüne çıkmak istemiş, Ay dede ahbap ahbap göz kırpmış ona; sonunda Ay dedeye vardığında bakmış, Ay dede çürük bir tahta parçası. Bunun üstüne kalkmış güneşe gitmiş, güneşe vardığında bakmış, güneş solmuş bir kasımpati. Yıldızlara vardığında bakmış, yıldızlar da küçük, parlak sinekler, çaylağın onları yaban eriği ağacına taktığı günden beri sallanıp duruyorlarmış orada. Bunun üstüne yeryüzüne geri dönmek istemiş, ama yeryüzü devrilmiş bir oturağa benzemişmiş. Tek başına kalmış çocuk. Oturmuş bir yere, ağlamış, hâlâ da orada oturuyor, hem de yapayalnız. (Büchner, 1982, s. 16-17)

Sokak sahnesinde Büyükanne'nin çocuklara anlattığı bu masala göre dünya yoksullar için yalnızlıktan, ölümden ve sonsuza dek ağlamaktan ibarettir. 20. yüzyılın ortasına kadar modernist karşı-karakter aynı çıkışsızlığa gömülüdür ve Kafka'dan, Camus'ye veya Beckett'e, insan varoluşunun trajedisi aynı zorunluluk yasaları üzerinden anlatılır; tek fark 20. yüzyılın ortasına gelindiğinde Büchner'deki Marksist determinist tavrın varoluşçu bir nihilizme dönüşecek olmasıdır. Düzenin kaçınılmaz kurbanı (yoksul) insan, 20. yüzyılda (sınıfsal konumundan soyutlanmış bir halde) ipleri bilinmez güçlerin elinde birer kukla olarak karşımızdadır.

Woyzeck'in "modern tragedyanın bütün sorununu yeni bir açıdan ortaya koyan bir oyun" olduğunu söyleyen George Steiner, şayet "Büchner olmasaydı, Brecht de

olmayabilirdi” diye yazar (Steiner, 2010, s. 205-206) ve Ibsen, Strindberg ve Çehov’a uzanan yolun Büchner’le açıldığına dikkat çeker (s. 219). Büchner’in oyunları tragedya ve modern dram arasında bir kilit taşıdır; bir dönem kapanmakta, başka bir dönem açılmaktadır. Modern dramın Ibsen’den Beckett’e değin varacağı bu yeni rotada kahraman karaktere—ve en nihayetinde oyun kişisine, anti-kahraman da anti-karaktere doğru evrilmiştir. Dolayısıyla bu noktada dramın protagonisti Woyzeck’i hem bir ilk karşı-kahraman hem de bir ilk karşı-karakter olarak düşünmek gerekir. Steiner, modern dramla birlikte tragedyanın ölümünü ilan eder ve Ibsen, Strindberg ve Çehov oyunlarında tragedya formunun iflas ettiğini öne sürer. Modern dramın vardığı son durak olarak düşünebileceğimiz Sartre, Camus ve Beckett’le başlayan varoluşçu geleneği ise genel olarak dram kategorisinde değerlendirmedeğinden bu oyunlarda trajik olanın izini sürmeye girişmez. Öte yandan *Woyzeck*’i, protagonistinin epik veya trajik kahraman prototipiyle ortaklaşan özellikleri bulunmamasına rağmen, “yoksul yaşama ilişkin ilk gerçek tragedya” olarak değerlendirir (s. 207). Bilindiği gibi antik tragedya, “trajik ıstırabın yüksek mevkilerde olan kişilere has, kasvetli bir ayrıcalık” (s. 207) olduğunu varsayar. Woyzeck ise alt sınıftandır ve antik tragedya/komedyayı ayırımı gereğince Woyzeck gibi alt sınıftan biri tragedyanın değil ancak komedyanın konusu olabilir. Bununla birlikte, Steiner’e göre “tragedyanın ciddiyet ve merhametini en alt tabakadan insanların emrine veren ilk kişi Büchner’dir” (s. 208). Antik tragedya özü trajik kahraman özellikleriyle uyumsuzluk göstermesine rağmen Woyzeck’in “çektığı azap, ona doğasında olmayan bir özelliği, düşüncelerini açıkça ifade edebilme yeteneğini bahşetmektedir” (s. 211). Tuhaf bir biçimde Steiner, Woyzeck’in trajik niteliğini Büchner’in dili kullanım biçimiyle açıklar. Klasik tragedya formunun dili şiirdir ve Büchner tiyatro dilinde bir devrim yaratarak düzyazı formunu kullanır. “Klasik tragedya ve Shakespeare tragedyasında birçok karakter bildiklerinden çok daha fazlasını söyleyip koşuk biçim ve retorik tarafından yükseklerde taşınmış gibi görünürken, Woyzeck’in acıdan kıvranan ruhu, beyhude bir çabayla dilin kapılarını yumruklamaktadır” (s. 208). İstirap içindeki Woyzeck, örneğin Yüzbaşı ya da Doktor gibi kültürlü kişilerin acı konuşabilme yeteneğinden -sınıfı gereği-yoksundur; fakat tüm dilsizliğine rağmen sürekli sessizliğini bozmaya çalışmaktadır, “emrindeki kelimeler, hislerindeki baskı ve acımasızlık karşısında yetersiz kalmaktadır” (s. 212). “Woyzeck’in acısı, sözlerin yüzeyi üzerinde birikir ve her nasılsa orada durur”; çünkü “karanlık düşlerde de çığlıklarımız boğazımızda düğümlenir”; “bizi kurtaracak kelimeler, idrak etme yetimizin hemen ötesinde kalırlar”; “Woyzeck’in trajedisi budur ve bu durumdan sözel bir dram yaratmak, cesur bir düşüncedir” (s. 212). *Woyzeck*’teki dil kullanımına, protagonistin sessiz ve bir anlamda kekeme diline dair Steiner’in tespitleri kuşkusuz çok yerindedir; çektığı ölümcül ıstırabının ifadesinde, aksak kelimelerinin

kifayetsizliği hiç kuşkusuz çok sarsıcıdır; ve fakat *Woyzeck* trajik bir karşı-kahramansa şayet, bunu salt dil kullanımındaki tercihlerle açıklamak yeterli görünmüyor. Steiner, Antik Yunan külliyatı içinde tragedya olgusunu mutlak biçimde ortaya koyan eserlerin dahi sınırlı sayıda olduğu (s. X), ya da Racine'den sonra tragedya çağının kapandığı (s. XIII) gibi tragedya ve trajik olan üzerine oldukça kesin görüşler bildirmiş bir isimdir. Bu minvalde düşünüldüğünde klasik tragedyanın yasalarını her bakımdan çiğneyen bir oyunu "yoksul yaşama ilişkin ilk gerçek tragedya" olarak değerlendirişinin gerekçelerini, yine tragedyanın yasalarıyla açıklaması daha isabetli olabilirdi. Steiner oyunu bu yasalara başvurarak değerlendirseydi, tıpkı Ibsen, Çehov, Strindberg ve Beckett oyunlarına yaklaşımı gibi *Woyzeck*'i de tragedya kategorisinin dışında tutmak durumunda kalacaktı; öte yandan *Woyzeck*'le öncülen modern dram geleneğinde trajik niteliğin bulunmadığını öne sürmek bugünden bakınca pek de tutarlı görünmüyor. Makalenin son bölümünde, karşı-kahramanı günah keçisi (*pharmakos*) figürü ekseninde düşünenecek ve klasik tragedya yasalarının bu makalenin konusu olan iki oyunda çalışıp çalışmadığı, trajik niteliğin nasıl bir yerden açığa çıktığı gibi sorulara odaklanacağım. Fakat öncesinde, Bernard-Marie Koltès'in *Roberto Zucco* oyununu da serimlemek gerekiyor.

Roberto Zucco: Oyun Metni ve Dramatik Yapı

Bernard-Marie Koltès'in yazın uğraşı dilin ve dramatik yapının sınırlarını zorlamakla geçmiştir. Ne konvansiyonun içinde kalarak ne de konvansiyonun dışına taşarak yazmaktan imtina etmeyen Koltès için tiyatro bir deney alanı gibidir: Dili tüm ihtişamı ve imgelere dayalı dramatik yoğunluğuyla, barok şiire özgü bir belirsizlikle kullanmaktan, ya da dilin kendi grameri içinde gedikler açarak çokanlamlılığa yaslanan yapıbozumcu bir tavır geliştirmekten çekinmez. Oyunlarında klasik, barok ve modern unsurlar bir aradadır; buna ilaveten bu durum bir bütün olarak ele alındığında başlı başına postmodern bir unsur olarak öne çıkmaktadır. *Pamuk Tarlalarının Issızlığında*, kendi ifadesiyle, dramaturji üzerine çokça düşünmeden yazılan 18. yüzyıla özgü bir diyalogtur örneğin (Koltès, 2018, s. 59; Koltès, 1999, s. 8); *Ormanlardan Hemen Önceki Gece* soluksuzca söylenece, başlamayan ve bitmeyen bir cümledir; *Çöle Geri Dönüş* barok öğelerle dolu modern bir vodvildir, vb. Burada ele alınacak olan son oyunu *Roberto Zucco* ise epik öğeler içeren çağdaş bir tragedya (Wodnicka, 2013, s. 35; Haleva, 2012, s. 82) olarak nitelenebilir.

Roberto Zucco, tıpkı *Woyzeck* gibi epizotlar halinde yazılmıştır. 15 epizottan oluşan oyunda epizotların her birine ait bir başlık bulunmaktadır:

Tablo 2: Roberto Zucco oyununda epizot isimleri ve sırası

1	Kaçış	9	Dalila
2	Annenin Öldürülmesi	10	Rehine
3	Masanın Altında	11	Anlaşma
4	Müfettişin Melankolisi	12	Gar
5	Birader	13	Ophelie
6	Metro	14	Tutuklama
7	İki Kız Kardeş	15	Zucco Güneşte
8	Tam Ölmeden Önce		

Epizotlardan oluşan bu yapı göz önünde bulundurulduğunda, *Roberto Zucco*'nun da dramatik yapı bakımından klasik bir biçim göstermediği; olayların birbirini klasik neden-sonuç ilişkisine göre izlemediği görülür. Ana eylem kesintili olarak ilerler. Anlatı klasik anlamda çizgisel bir zaman üzerinde yol almaz; zaman bir epizottan diğerine doğru sıçramalarla akar. Tıpkı *Woyzeck*'te olduğu gibi, oyunda yine ekspresyonist dramın istasyon modeline yakın bir yapı söz konusudur. Her bir epizotun kendine has bir atmosferi vardır ve bu atmosfere gözle görülür bir gerilim eşlik eder.

Roberto Zucco'da ana eylemi başlatan olay, Zucco'nun hapisshaneden kaçışıdır. Oyun, 'kaçış' ve 'tekrar tutuklanma' arasındaki Zucco'ya, yani kendi anne ve babasını ve bir çocuğu öldüren seri katile odaklanmaktadır. Bu noktada oyunun eylem hattının iki koldan ilerlediği söylenebilir: 1- Zucco'nun hapisshaneden kaçışı, 2- Zucco'yu arayış (Zucco'nun yokluğu). Öte yandan aynı ikilik *Woyzeck*'tekine benzer bir biçimde de ele alınabilir: 1- Zucco'nun hapisshaneden kaçışı, 2- Kız Çocuğu'na tecavüz (Zucco'yu arayış). Yani ikinci eylem hattını oluşturan 'Zucco'yu arayış' aynı zamanda Kız Çocuğu'nun hikayesini içermektedir; tıpkı *Woyzeck*'teki Marie'nin öyküsünün *Woyzeck*'in eylem hattına paralel olarak takip edilmesi gibi. Yine *Woyzeck*'teki gibi bu ikili aksın dışında kalan bir çevresel eylemler katmanı bulunmaktadır. Fakat *Roberto Zucco*'da bu ikili aksta yer alan—Kız Çocuğu dahil—tüm diğer kişiler boyutsuz çizilmiştir ve dramda kendi isimleriyle yer almazlar² (Annesi, Ablası, Baba, Anne, Yaşlı Adam, Şık Bayan, İri Cüsseli Adam, Sabırsız Pezevenk, Telaşlı Orospu, Melankolik Müfettiş, Bir Müfettiş, Bir Komiser, Birinci Gardiyan, İkinci Gardiyan, Birinci Polis, İkinci Polis, Erkekler, Kadınlar, Orosputar, Pezevenkler, Tutuklu ve Gardiyan Sesleri). Tüm bu kişiler ekspresyonist drama özgü istasyon modelinde olduğu gibi, oyunda yalnızca belirli sahnelerde görünür, o sahnedeki işlevlerini tamamladıktan

2 *Woyzeck* oyunundaki Marie karakteri ise en az *Woyzeck* karakteri kadar derinlikli verilmiştir; oyundaki tüm diğer kişiler ise boyutsuzdur.

sonra kaybolurlar. Örneğin "Metro" sahnesindeki Yaşlı Adam yalnızca o sahnede görünür, Zucco'yla metroda bir bankta oturup sohbet ederler, oyundaki işlevi böylece tamamlanır ve Yaşlı Adam'a oyunda bir kez daha rastlamayız. Ya da Roberto Zucco'nun Annesi yalnızca "Annenin Öldürülmesi" sahnesinde; Bayan yalnızca "Gar" sahnesinde görünürler. Oyunda çok boyutlu verilen, dramın göbeğinde adı ve soyadıyla var olan tek bir karakter vardır, Roberto Zucco; ve pek çok ekspresyonist dramda görüldüğü gibi o da oyun boyunca tüm bu farklı sahnelerde yer alır, deyim yerindeyse istasyonlarda ilerler; ve fakat bu yolculuk Zucco'nun karakterini geliştirmez (Kozak, 2003, s. 183). Oyunun açılışında gördüğümüz Zucco'yla oyun finalindeki Zucco arasında çokça bir fark yoktur. Zucco, konvansiyonel dramda rastladığımız türden bir karakter değişimine uğramaz.

Karşı-Kahraman *Roberto Zucco*: Yokluğun Arzulanişı

Roberto Zucco, hapishanenin önünde nöbet tutan iki gardiyanın konuşmalarıyla açılır. Gardiyanlar konuşmaya dalmıştır ve Zucco önce hapishanenin çatısında yürürken; ve sonra bir bacanın ardında gözlerden yiterken görünür. Gardiyanlar firarı fark ettiklerinde Zucco çoktan görünmez olmuştur. Kaçış başlıklı bu ilk sahne metinlerarasılık bağlamında düşünüldüğünde iki kült oyuna referans verir. İlk referans *Hamlet*'dir: Bilindiği üzere *Hamlet*, Elsinore Kalesi surlarında nöbet tutan iki askerin konuşmalarıyla açılır; nöbeti bir süre sonra Horatio ve Marcellus devralır ve nöbet sırasında ölen kralın hayaleti görülür. Hayalet savaş zırhı ve miğferiyle, hiç konuşmaksızın oradadır ve kendisine yöneltilen soruları cevapsız bırakır. Hem vardır hem yoktur; bir görünür bir görünmez. Hayalet metaforu, varlıkla yokluk arasındaki mevcudiyeti/namevcudiyeti ile sahneye bilinmeyenin tekinsizliğini taşır. Koltès, hapishaneden kaçan ve yaşadığı müddetçe görünmez olmayı arzulayan Roberto Zucco ile *Hamlet*'in kral babasının hayaletini üst üste bindirir. Çünkü mesele olmak ya da olmamaktır; varlıkla yokluk arasında, görünmez olmayı, silinmeyi, hayalet olmayı arzulayan, kaçış halinde bir karşı-kahraman vardır sahnede. İkinci referans *Godot'yu Beklerken*'dir. Bilindiği gibi oyun, gelip gelmeyeceği ya da var olup olmadığı bilinmeyen *Godot*'yu bekleyiş üzerine kuruludur. Vlademir ve Estragon hep aynı güne başlar ve her gün *Godot*'yu beklerler; çünkü oyunun açılış cümlesinde de söylendiği gibi, "yapacak bir şey yok"tur. *Roberto Zucco*'da nöbet tutan gardiyanların arasında geçen konuşmalar, tuhaf bir biçimde Vlademir ve Estragon'un diyaloglarını anıştırır:

BİRİNCİ GARDİYAN: Bir şey duydun mu?

İKİNCİ GARDİYAN: Yok.

BİRİNCİ GARDİYAN: Hiçbir zaman bir şey duymuyorsun.

İKİNCİ GARDİYAN: Sen bir şey duydun mu?

BİRİNCİ GARDİYAN: Yok da, bir şey duyuyormuşum gibime geliyor.

İKİNCİ GARDİYAN: Duydun mu, duymadın mı?

BİRİNCİ GARDİYAN: Kulaklarımla duymadım ama bir şey duyduğumu düşündüm.

İKİNCİ GARDİYAN: Düşündün mü? Kulakların olmadan?

BİRİNCİ GARDİYAN: Sen hiçbir zaman düşünmüyorsun zaten, bu yüzden hiçbir şey duymuyor, hiçbir şey görmüyorsun.

İKİNCİ GARDİYAN: Hiçbir şey duymuyorum çünkü duyulacak bir şey yok, hiçbir şey görmüyorum çünkü görülecek bir şey yok. Burada da olmamız gereksiz, bu yüzden birbirimizi yiyip duruyoruz. Tamamen gereksiz; tüfekler, sessiz sirenler, herkesinki kapalıyken bizim açık kalan gözlerimiz. Olmayan bir şeyi gözlemek; duyulacak bir şey yokken kulakları dikmek bana gereksiz geliyor. [...] (Koltès, 2018, s. 27-28)

Nöbet tutan gardiyanlar tıpkı Vlademir ve Estragon gibi sikkindir, anlamsızlığa gömülü bir halde, "yapacak bir şey yok"tan "duyulacak bir şey yok", "görülecek bir şey yok"a varacak bir gereksizlik hissiyle bekleyişin tekinsiz kaygısını duyumsarlar. Koltès, hem Hamlet'in hayalet babasının hem de varlığı ya da yokluğundan emin olunamayan Godot'unun tekinsiz *aurasını* Roberto Zucco'ya giydirir. Böylece oyun, açılışından itibaren karşı-kahramanın temel motivasyonunu seyircisine duyumsatır; görünmez olmayı, hayaletli şeffaflığı, eriyerek yok olmayı arzulayan tekinsiz bir protagonisttir Roberto Zucco. Metaforik olarak düşünülüğünde, annesiyle evlenip öldürdüğü kendi babasına dönüşerek "kendi kendini üretmiş bir varlık olma noktasına" yaklaşan Oedipus'un aksine (Eagleton, 2003, s. 364), önce babasını, oyunun açılışındaki firar sahnesinden sonraysa annesini öldürerek kendini hiç var olmamış kılmayı, kendini dünyadan silmeyi arzulamıştır. Metro sahnesinde bu arzusunu tüm açıklığıyla Yaşlı Adam'la paylaşır:

ZUCCO: Ben normal ve akli başında bir oğlanım bayım. Hiçbir zaman dikkat çekmedim. Yanınızda oturuyor olmasaydım beni fark eder miydiniz? Her zaman yaşamının en iyi yolu bir cam kadar şeffaf olabilmek, taş üzerinde bir bukalemun gibi, duvarlardan geçebilmek, ne renk ne de koku sahibi olmak diye düşünmüşümdür, insanların bakışı içinizden geçmeli ve arkanızı orada yokmuşsunuz gibi görmeli. Şeffaf olmak zor bir iştir, bir meslektir, eski, çok eski bir düştür görünmez olmak. [...] (Koltès, 2018, s. 42)

Öyleyse ilk etapta sorumuz şu: Söz konusu bu *pathosa*, yani Roberto Zucco'nun eylemlerini belirleyen bu yok olma tutkusuna³ eşlik eden dinamikler nelerdir? Oyunun protagonistini Antik Yunan'ın büyük trajik kahramanlarıyla ortaklaştıran; beri yandan Zucco'yu bir karşı-kahraman olarak günümüze bağlayan yönleri nelerdir? Büchner'in Woyzeck'inden yakın geçmişe, karşı-kahraman olarak Zucco hangi bakımlardan modernist karşı-karakterden ayrışır ve ortaklaşır? Yazının devamında bu sorulardan hareketle, karşı-karakterin ve nihayetinde trajik olanın evrimi üzerine akıl yürütmeye çalışacağım.

Hegel, "suçlu olmak, büyük kahramanların onurudur" diye yazar (Hegel, 1975, s. 1215). Antik Yunan tragedyalarından aşına olduğumuz kahraman prototipinin olmazsa olmaz unsuru, neredeyse her bakımdan üstün ve mükemmel yakın yaradılışının onu felakete sürükleyecek bir eksiklik içeriyor oluşudur: Prometheus'tan Agamemnon'a, Oedipus'tan, Antigone'ye tüm büyük kahramanların mutlak surette bir *hamartiası* vardır: Kahramanın öyküsünü biricik kılan niteliği, kahramana özgü bu trajik hatada saklıdır. Çünkü kusursuz kahramanın öyküsünün ilgi çekici olması pek de mümkün değildir. Dramatik eylemin selameti açısından düşünüldüğünde trajik hata, kahramanı mistik gökyüzünden bilindik yeryüzüne savuran, onu tanrılardan ayırıştırır, ona "insan olma" niteliği katan bulunmaz bir mücevher gibidir ve dramatik eylemin seyirci için ilginç olan kısmı tam da buradan türer. Şayet kahramanın trajik hatası olmasaydı, öyküsü tragedya yazarını cezbedecek eylemleri içermiyor olacaktı ve bu öykünün seyirci için deyim yerindeyse ibretlik niteliği de bulunmayacaktı. Hegel'in sözlerinden hareketle devam edersek, şu halde büyük kahramanın onuru, her ne koşulda olursa olsun bu eksikliğin gerektirdiği şekilde davranacak olmasından gelir. Kahraman, trajik hatasının gereksinimlerini aşırılık noktasında bir tutkuyla (*pathos*) sahiplenir.

Roberto Zucco'nun *hamartiası* başından beri oradadır: Oyun açıldığında ilk günah (Baba'yı öldürmek) zaten işlenmiştir ve trajik hata, çoktan hata olmaktan çıkıp suç dönmüştür. Roberto Zucco, onurunu *hamartiasından* alan trajik kahramana özgü nitelikleriyle karşımızdadır: Baştan sona asla vazgeçmez, eğilip bükülmez, modernist karakterin içsel gel-gitlerini yaşamaz, eylemlerini psikolojizme gömülü bir güdülenme belirlemez. Neyi niçin arzuladığını, eylemlerin nereye varacağını ve nereye varmak istediğini çok iyi bilmektedir. Woyzeck'le karşılaştıracak olursak, örneğin Zucco'nun

3 Burada sözcüğü kontrol edilemeyen şiddette açığa çıkan duygulanım, diğer bir deyişle ihtiras, tutku anlamlarında kullanıyorum. Söz konusu bu kuvvetli duygulanım, ya da daha doğrudan söylersek, karakterin bu patolojik aşırılığı sonucunda tragedya bir veya bir dolu zincirleme olayla/felaketle kapanacaktır.

durumunda bilinç yitimi söz konusu değildir; “normal” ve “aklı başında” olduğunun bilinciyle öldürmektedir. Oyunun başındaki ve sonundaki Zucco, oyun sonunda arzuladığı ereğe varmış olmasını saymazsak, aynı kişidir. Bu da Zucco’yu hem tutarlı hem de sabit bir karakter yapar.⁴ Bu nitelik, bir yönüyle Prometheus, Antigone gibi trajik kahramanların ülküsellik noktasındaki tutkularıyla ortaklığı bakımından, bir yönüyle de ekspresyonist drama özgü değişime uğramayan protagoniste denk düştüğünden ilgi çekicidir. Yine *Woyzeck* örneğinde protagonistin karşı-kahramandan ziyade karşı-karaktere daha yakın olduğunu, çünkü faili olduğu büyük eylemlerinin, bozuk düzenin içinde kayboluşun bir sonucu olarak açığa çıktığını hatırlatmakta yarar var. Burada kahraman prototipine özgü bilinçli bir istençten ziyade, modernist dramın çıkışsız, akli karışmış, kuklalaşmış oyun kişisine özgü bilinç yitimi söz konusudur ve *Woyzeck* bu anlamda bir ilk örnektir. Nitekim bilinçsiz de olsa eylemeye devam eden bu ilk karşı-kahraman/karakter 20. yüzyılda eyleyemez hale gelecek; dramın asal unsuru olan eylem yerini eylemsizliğe bırakacaktır. Bu anlamda, bir karşı-kahraman olarak Roberto Zucco, yazıldığı dönem için bir istisnadır. Çünkü değerler yitimiyle karakterize olan bir çağda (postmodernite) artık kahraman ve dahası karakter çoktan aşınmıştır: Modernist dramın son örnekleri oyun kişileriyle, yani eylemekten vazgeçmiş çıkışsız bireylerle, parçalanmış bilinçlerle, yitik öznelere doludur.

Öyleyse Roberto Zucco’nun *pathosuna*, yani eylemlerini belirleyen yok olma arzusuna, çok ayık bir bilincin eşlik ettiğini söyleyebiliriz. Bu noktada, klasik tragedyalarda bulunması beklenen diğer bir unsur olarak *anagnorisis* üzerine düşünmek de ufuk açıcı olabilir. Tragedyalarda kahramanın bilgisizlikten bilgiye geçiş (anı), önceden bilinmeyenin bilgisine erişme, bilgiyi tanıma (anı) olarak tanımlanan *anagnorisis* unsuruna *Roberto Zucco* oyununda rastlanmaz. Kahramanın karakter eğrisinde trajik bir farkına varma anı bulunmadığı gibi, bu idrak anının peşi sıra yaşanacak olan *peripeteia* (baht dönüşü) noktası da bulunmaz. Kanlı eylemlerinin hiçbir aşamasında Roberto Zucco kendine kör değildir, aslında kim olduğunu veya suç işlediğini ‘sonradan’ idrak etmez ve dahası; ne olduğunun yanı sıra ne olmadığını da bilgisine sahiptir:

[...] Ben bir kahraman değilim. Kahramanlar katildir. Giysileri kana bulamamış kahraman yoktur, kan ise dünyada görünmez olmayan tek şeydir. Dünyadaki en görünür şeydir. Her şey yıkıldığında, dünyayı kıyamet sisi kapladığı zaman, kahramanların kanla kaplı giysileri kalacaktır. [...] (Koltès, 2018, s. 42)

4 Joseph Ewen’a göre değişim eksenini üzerinden düşünülürse karakter dinamik ve sabit olmak üzere iki kategoride değerlendirilebilir. “Buna göre dinamik karakterler oyun boyunca değişim gösterirler. Sabit karakterler ise bir değişime uğramazlar, karakter eğrileri bulunmaz.” (Ewen’dan aktaran; Arıcı, 2020, s. 177).

Örneğin *Woyzeck*'te *anagnorisis* ile *peripeteia* olması gerektiği şekilde üst üstedir: *Woyzeck*, Marie'nin kendisini aldattığını idrak eder (*anagnorisis*); ve bu bilginin peşi sıra kahramanın kaderi aniden tersine döner (*peripeteia*). Böylelikle *Woyzeck*'in bilinç yitimi seyircinin gözleri önünde gerçekleşir. *Anagnorisis* sonrasında seyirci *Woyzeck*'in gerçeklik algısının bozulmasına, aklını yitirilişine tanıklık edecektir. Tragedyalarda bilgisizlikten bilgiye geçişin, karakterin patetik ruh halini tetikleyerek bilinç yitimini başlatan ana tekabül etmesi ironik olduğu kadar trajiktir de. Bilinç yitimiyle kahramanın eylemi kontrolden çıkar ve *pathos* yaşanır.

Roberto Zucco'ya Hegelci bir okumayla yaklaşan Kristof Jacek Kozak, klasik tragedyada çatışmanın etik boyutunun her iki tarafın da kendi içinde haklı olduğu varsayımına dayandığını hatırlatır. Tarafardan biri (devlet, dünya, toplum, vb.) kendi varlığını sürdürmek için yasal bir hakka sahiptir ve etik değeri bu hakkı muhafaza etmek üzerinden kurar. Tarafardan diğeri (kahraman) ise dini ya da ahlaki dünya görüşüne dayalı ve genellikle yeni düzen tarafından tehdit edilen değerleri savunmak üzere oradadır (Kozak, 2003, s. 184). Kozak, *Roberto Zucco*'nun da bu türden bir klasik çatışma içerdiği saptamasını yapar (s. 182). Çatışmanın bir yanında modern dünya/toplum vardır; diğer yanındaysa modern dünyanın moral değerlerini ve kutsallarını karşısına alan, acımasız bir katil. Roberto Zucco, kötü bir karakter olduğunu şüphe götürmeksizin kabul eden toplumun/dünyanın gözünden seyirciye sunulur ve modern dünyanın parametreleri açıkça verilir: her türlü suç, ama özellikle babanın katlini şiddetle reddeden bir toplum (s. 184). Hapisten kaçmış ve toplum düzenini tehdit eden katilin karşısında, çatışmanın taraflarından biri olarak modern dünya, seyircinin dünyasıyla üst üste biner (s. 184). Toplumun kutsallarına saldıran Zucco, annesini elleriyle boğar, bir kız çocuğunun ırzına geçer, bir müfettişi bıçaklayarak öldürür, gün ortasında bir parkta annesinin gözetiminde oynayan bir oğlan çocuğunu herkesin gözleri önünde öldürür, çocuğun annesini önce rehin alır ve sonra serbest bırakır, nihayetinde polislerle işlediği cinayetleri itiraf eder, tutuklanır, oyunun finalindeyse gözleri kör eden kızgın güneşin altında, hapisanenin damından aşağı düşerek/atlayarak kendini kurban eder ve hermeneutik düzlemde ele alınırsa günahlarından arınarak azizlik mertebesine erişir. Böylece Koltès, oyun boyunca "Zucco'nun suçlarını üst üste yığmaya devam ederken, içinden geçtiği dünyayı, o dünyanın sakinlerini ortaya çıkarır." (s. 187). Oyundaki diğer kişiler, seyircinin yakinen tanıdığı ve özdeşlik kurabildiği, düzenli bir toplumun bilindik sakinleridir; ancak sunulan bu gündelik yaşam gerçekliği modern dünyanın kendine atfettiği ideal düzenden çok uzaktır (s. 188). Çünkü kötülük, yalnızca toplum tarafından belirlenmiş, tanımlanmış suçlarla (cinayet, hırsızlık, tecavüz vb.) sınırlı değildir; aynı zamanda ve çok daha zehirli bir

biçimde, yurttaşlık davranışının himayesi altında meydana gelendir (s. 191). Zucco'nun çatıştığı modern dünyanın etik değerleri ve tüm kutsalları, seyircininkilerle örtüşür ve trajik çatışma, bu etik değerlerle beraber gelen gizil kötülük ile bir katilin görünür kötülüğü arasındaki gerilim üzerine kuruludur.

Son Sözler: Trajik Günah Keçileri

Şimdiye dek, özetle, Georg Büchner'in *Woyzeck* ve Bernard-Marie Koltès'in *Roberto Zucco* oyunlarını, dramatik yapıdaki ortaklıklar ve karşı-kahraman bağlamında ele aldık. Klasik tragedya formundaki kahramanın *Woyzeck*'le birlikte karşı-kahramana, karşı-kahramanın ise 20. yüzyıl modernist dramında karşı-karaktere ve dahası oyun kişisine dönüştüğünü vurguladık. Bernard-Marie Koltès'in *Roberto Zucco* oyununun ise Georg Büchner'den Samuel Beckett'e varan modern dram rotasında seyretmediğini; oyunun klasik tragedyalardan bildiğimiz kahraman modelini 1980'li yılların postmodern ikliminde, bu kez bir karşı-kahraman olarak yeniden dirilttiğini öne sürdük. Son olarak, klasik tragedya modelini merkeze alarak ve yine karşı-kahramanın dönüşümünden hareketle; bu iki oyunu trajik kavramı ekseninde değerlendirerek yazıyı noktalamak yararlı olabilir. Bu doğrultuda, *Woyzeck* ve *Roberto Zucco* karakterlerini günah keçisi (*pharmakos*) figürü bağlamında ele alarak akıl yürüteceğim.

Tragedya⁵ formunun köklerinde günah keçisi, yani *pharmakos*⁶ figürünün örtük bir etkisinin bulunduğu düşünülür.⁷ Eski Yunan dinine özgü insan kurban etme ayini olan *pharmakos* kültü, toplumsal bir musibeti ortadan kaldırmak adına seçilen 'günah keçisi'nin tanrılara adak olarak sunulması fikrine dayanır. Sembolik düzeyde toplumun günahını yüklenen olan *pharmakos*, "toplumsal hiyerarşinin en altındaki insanlar arasından seçilir." *Pharmakosta*, toplumun günahını yüklenme ve toplumu günahından arındırma nitelikleri bir aradadır; bu anlamda "tersine çevrilmiş bir kral figürüdür ve aynı şekilde *polis*'in esenliğiyle mükelleftir." (Eagleton, 2003, s. 360). Derrida, *pharmakos*un hem kutsal hem lanetli olduğunu yazar. Toplumu musibetten kurtararak "iyileştirdiği için yararlıdır, dolayısıyla kutlu sayılır, ona ihtimam gösterilir; kötülüğün güçlerini temsil ettiği için

5 "Keçi türküsü" anlamına gelen tragedya (*tragoidia*) sözcüğünün, keçi anlamındaki *tragos* ve türkü anlamındaki *oidie* kelimelerinden türediği bilinmektedir.

6 Tragedya ve *pharmakos* ilişkisi üzerine kapsamlı bir çalışma için bkz. (Girard, 2005).

7 Tragedya formunun *Dionysos* kültüne dayalı dini ayinlerden türediği varsayılır; fakat bu sav esasen tartışmalıdır. "Pickard-Cambridge ve Gerald Else, Yunan tiyatrosunun ayin ya da dinden, kahraman kültürlerinden, *Eleusis* türü gizemlerden ya da gerçekte *Dionysos* kültüründen türediğini düşünmek için bir kanıt olmadığını" öne sürer. (Pickard-Cambridge ve Else'ten aktaran; Eagleton, 2003, s. 359).

zararlıdır, dolayısıyla ondan korkulur, ona ihtiyatla yaklaşılır.” (Derrida, 2014, s. 89). Yani, toplumun zehri ve aynı zamanda panzehiri (*pharmakon*⁸) olarak *pharmakos*, “homeopatik bir çifte anlamlılığa sahiptir.” (s. 361). Antik Yunan tragedyelerinde kahraman, *pharmakos* özelliği gösterir. Charles Segal, Yunan tragedyasının büyük *pharmakos*unun Oedipus olduğunu yazar; Adrian Poole'a göre Oedipus, “canavar gibi ama yine de tanıdık olan, aynı ama ikili ve farklı bir çift anlamlılık paradigması”dır; Francis Fergusson'a göre “Oedipus figürü, günah keçisinin tüm gereklerini, parçalanmış kral ve tanrı figürünü karşılar.” (Segal, Poole, Fergusson'dan aktaran; Eagleton, 2003, s. 362); Rene Girard'a göre “kurbanlık işaretleri taşıyan Oedipus, bir kargaşa döneminde bizim basmakalıp suçlamalarımızdan birinin kurbanı olarak ününün doruğundan aşağı yuvarlanır.” (Girard, 2005, s. 65).

Georg Büchner'in oyununda protagonist Woyzeck'in klasik tragedyalarda olduğu türden bir trajik hatası, yani *hamartiası* bulunmuyor. Woyzeck'in, şayet bir suçsa, tek suç mevcut düzende alt sınıfın içine doğmuş olmak. Oyun, daha önce de belirtildiği üzere *anagnorisis* ve *peripeteia* gibi klasik tragedyalara özgü kimi unsurları içeriyor olmakla birlikte toplamda klasik tragedya formunun pek çok bakımdan dışında kalıyor; protagonistin klasik kahraman figürüyle örtüşmeyecek biçimde alt sınıftan olması da bunlardan biri. Bu noktada trajik katman, sınıf eşitsizliğine dayalı ve neredeyse kader hükmünde bir adaletsizlik olarak belirdiğinden; Woyzeck, düzenin kaçınılmaz kurbanı olarak *pharmakos* figürüyle üst üste biniyor. Hatırlatmakta fayda var; oyunun nasıl sonlandığı açık değil. Bergemann versiyonunda Woyzeck Marie'yi canice öldürdükten sonra suya girerek boğuluyor; Lehmann versiyonundaysa söz konusu bu intihar teşebbüsü yer almıyor. Bergemann versiyonundaki sahnenin intihar olup olmadığı dahi yoruma açık. Bu açıdan düşünüldüğünde oyunun, kahramanının ölümüyle sonlanan klasik türden bir finale kapanıp kapanmadığından da esasen emin değiliz. Fakat ister klasik formun içinden ister dışında kalarak düşünelim, tartışılmayacak kadar açık olan şey Woyzeck'in düzenin bir kurbanı olması. Onu dram tarihinin ilk proleter (karşı-)kahramanı yapan da yine bu niteliği: sınıflı düzen içinde yaşam savaşı verirken, sınıfsız bir düzenin habercisi olarak hem düşe kalka hem de kıra döke yitip gitmesi. Woyzeck'in pasif direnişi, yeni bir düzen için yükselen ilk çığlık olarak ele alınıyor;⁹ ve bu ilk çığlık, değişime, devrim umuduna kapı aralıyor. Benzer biçimde, tıpkı *pharmakos* figüründe görüldüğü gibi, Antik Yunan tragedyasında da kahramanının yitiminde değişime dair bir olumlama söz

8 Derrida *Platon'un Eczanesi* metnini tıpkı *pharmakos* gibi bir çifte anlamlılık içeren *pharmakon* kavramı üzerinden kurar. Metindeki “Pharmakos” başlıklı bölüm için bkz. (Derrida, 2014, s. 83-89).

9 Georg Büchner oyunlarını sınıf çatışması ve sosyal devrim bağlamlarında “prolateryan trajedi” olarak ele alan bir çalışma için bkz. (Hörmann, 2011, s. 258-263).

konusudur. Adrian Poole, “tragedya aracılığıyla insan hayatının değeri ve anlamsızlığı ya da amaçları ve boşluğuna ilişkin bir duyguyu yeniden hisseder ve fark ederiz” diye yazar (Poole’den aktaran; Eagleton, 2003, s. 365). Bu duygu, aynı anda armağanın ve gözdağının, kudretin ve zayıflığın birlikteliğinden açığa çıkmaktadır ve buradaki çift anlamlı yapı, Eagleton’a göre “kültürü onu çözmekle tehdit eden karanlık güçlerle birlikte olumlayarak, insan hayatını hem değerli hem de belirsiz görme anlayışıyla eski Yunanda belirgindir.” (Eagleton, 2003, s. 365).

Woyzeck’in pasif direnişi, bir yönüyle, Büchner’den sonra Brecht’e uzanan bir karşı-kahraman prototipi yaratmıştır: örneğin Eagleton’a göre “alt tabakadan gelen hikâye kahramanları, çoğunlukla toplumsal birer isyancı” (Eagleton, 2003, s. 140) olarak eylemeye devam eder. Öte yandan Woyzeck’in direnişindeki “pasif agresif” ton ve eylemine berrak bir bilincin eşlik etmeyişi, kanımca, onu klasik kahramanın ‘bilme’ ve ‘eyleme’ biçiminden ayırarak, modern karakterin ‘bilmeme’ ve ‘eylememe’ biçimine yaklaştırır. Örneğin Arthur Miller’in *Saticının Ölümü* oyununda Willy Loman, neredeyse bilmemeye eşit düzeyde bir yanlış bilinç geliştirmiştir: Yanlış bir toplumsal düzene meydan okuyan klasik kahramanın aksine, yanlış “düzene uyum sağlamaya kendine zarar verecek kadar istekli olduğu için ölümle buluşur”; “başına gelenleri çok az anlar ve bu yüzden *anagnorisis* öğretisini küçümseyerek reddeder.” (Eagleton, 2003, s. 140). Modern dramın sonuna gelindiğindeyse ne eylem ne bilinç kalmıştır; Beckett’in *Godot’yu Beklerken* örneğinde oyun kişileri, eylemek yerine, kimi beklediğini dahi ‘bilmeden’ bekler. Antik Yunan’dan beridir eylemek üzerine kurulu dramda trajik olan da eylemlerle ilişkilendirilerek saptandığından, eylemlerin olmadığı bir düzlemde trajik olanın da mümkün olmadığı düşünülür. Dolayısıyla Woyzeck’ten 20. yüzyıla dramın eyleyen ve ne için eylediğini bilen karakterden vazgeçiş, bir noktada, trajik olanın da yitimi olarak okunmuştur.¹⁰ Öte yandan Eagleton’un da ifade ettiği gibi, “kim olduğunu bilmeyen Willy Loman gibi birinin ölümüne gitmesi, böylesi durumlarda zaten sınırlı bir değer türü olan trajik bir öz bilinç zırhını ona geçirmekten muhtemelen daha dokunaklıdır.” (Eagleton, 2003, s. 141). Beckett oyun kişileri ise ölümüne dahi gitmezler. Trajik sonun ölümle taçlandığı klasik bir düzlemde bu oyunlar trajik unsur içermez. Oysa ki 20. yüzyıl dramında trajik nitelik tam da bu yitklik halinde bulunmaktadır. Büchner’den Beckett’e uzanacak süreçte düşünen, idealleri olan, uygarlıklar kuran, düzene karşı durarak yenisini arzulayan özne parçalanmıştır: bilinç donmuş, hareket (eylem) durmuş ve geriye trajik bir umutsuzluk kalmıştır.

10 Konuyla ilgili öncü çalışma için bkz. George Steiner (2011). *Tragedyanın Ölümü*, (Çev. Burç İdem Dinçel), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Bernard-Marie Koltès'in oyunlarını yazdığı dönem ise umutsuzluk sonrası bir evreye tekabül eder. Örneğin Patrice Pavis, modern dramın son aşaması sayılabilecek absürd tiyatro için "absürd tiyatro bile, saçma hala anlamlı olduğuna ve bir yoruma ve dünya görüşüne seslendiğine göre, modernizme aittir (postmodernizme değil)" diye yazar (Pavis, 1999, s. 93). Artık söz konusu olan modernist dramda görülen "diyalogla monolog, iletişimle kakofoni, anlamlı anlamsız (saçma) arasındaki tartışma değildir" (s. 93); "yazarlar ya da yönetmenler, üretimlerini anlatsızlaştırmaya, bir öyküncüyü yeniden kurmaya izin verecek her türden anlatısal gösterge noktasını elemeye çalışır" (s. 96); "metin, birbiriyle çelişen, birbirine yanıt veren ve sonunda tek bir küresel anlama indirgenmeyi reddeden anlamlar dizisi olarak alımlanır" (s. 97). Nihai anlam dağılır ve merkez noktası kaybolur. Postmodernizm bu dağılmayı olumsuz bir yerden kurmaz; merkezizsizliği bir çaba olarak ortaya koyar. Modernitenin kendine nihai bir varış noktası tayin etme, dünyaya yönelirken sabit kutuplar (anlamlar veya merkezler de diyebiliriz) belirleyerek bu kutuplara birbirlerine olan mesafesine göre olumlu/olumsuz değer biçme, ikili karşıtlıklar üzerinden ölçütlendirme eğilimini, mutlak anlamın olamayacağı iddiasındaki bir 20. yüzyılın sonucu olarak, dağıtmak, eritmek ister; ve yerine merkez noktasının olmadığı, anlamın sabit olmayıp her daim yer değiştirdiği ve değiştiği savını bir esas olarak belirler.

İşte, Koltès'in 'günah keçisi' Roberto Zucco'nun yokluğu arzulanışı, böylesi bir merkezizlik istemidir. Buradaki yokluk arzusunu varoluşçu yazarların nihilizmiyle, absürd tiyatronun 'anlamsız'ıyla karıştırmamak gerekir. Çünkü *Roberto Zucco*'da söz konusu olan varlığın karşıtı olarak hiçlik değildir. Yokluk, absürd tiyatrodaki gibi modernist bir motivasyonla belirmez; 'varoluşun anlamsızlığı/öyleyse kaçınılmaz hiçlik' gibi varlığı negatife koşullayan bir dikotomi söz konusu değildir. Dikotominin yerini merkezizleşme almıştır: Yokluğa duyulan arzu bir nötrleşme istemidir. Roberto Zucco'nun ölümü dahi böyle bir yerden ele alınmalıdır: Söz konusu olan yaşamın karşıtı olarak ölüm değildir; güneşin altında eriyerek buharlaşmak, havaya karışmak, varlığını ve yokluğunu nötrlemektir. Bu anlamda Koltès, Büchner'in aksine, çağının düşünsel atmosferiyle (postmodernizm) paralel bir yönelimle yazar. Nötrleşme veya daha genel olarak ifade edersek merkezizlik çabası postmodernizm için olumlu bir yerde durduğundan, *Woyzeck*'teki direniş/değişim gayesine benzer bir biçimde, *Roberto Zucco* da esasen bir olumlamayla kapanır. Antik Yunan'daki 'kültürü çözen karanlık güçlerin olumlanması' ve *pharmakosvari* çift anlamlılık fikriyle beraber düşünüldüğünde, bu durum da trajik kanonuyla uyumluluk olarak okunabilir.

Postmodern yönelim teknikte de kendini gösterir. *Roberto Zucco* adeta türlerarası bir kolajdır; oyun klasik tragedya, ekspresyonist dram ve barok şiirselliği pastiş yöntemiyle bir araya getirir. Buna rağmen bütünde öne çıkan form klasik tragedyadır; ve tüm değerlerin sıfır noktasında, Koltès sahnelere trajik (karşı-)kahramanı geri çağırır. Prometheus'un, Antigone'nin *pathosunu* aratmayacak denli tutkusuyla, en az onlarınki kadar yüksek bir öz bilinçle Zucco, intikam almaya gelmiş bir günah keçisidir; "seyircide/okuyucuda nefret uyandırması gerekirken, kabullenmişliği ve yenilgiyi sergileyen lirik söylemiyle, olayların önüne geçemeyen, ancak tanık olabilen bir kurban olarak öne çıkmaktadır" (Haleva, 2012, s. 175).

Çift anlamlılığa yaslanan doğasıyla tekinsiz *pharmakos*, Roberto Zucco'da tüm ihtişamıyla yeniden hayat bulur. Çünkü kendi sözleriyle, "kahramanlar katildir" (Koltès, 2018, s. 42); tıpkı *pharmakos* gibi Zucco da hem katildir hem kahraman, hem kurbandır hem kral, hem günahkardır hem aziz. Beki Haleva'nın da ifade ettiği gibi "kurban, aziz, kurtarıcı kimlikleriyle insanların yazgısını değiştirebilecek insanüstü bir varlığa dönüşmüştür" Zucco (Haleva, 2012, s. 176). Esasında Koltès, kahraman ve karşı-kahramanı üst üste bindirerek bir katil-kahraman yaratır; tıpkı bir canavar gibi tekinsiz, korkunç, arada kalmış, ucube ve yine kendi sözleriyle, "normal bir insan" (Koltès, 2018, s. 42). Batı uygarlığının kutsadığı her şeyi yerle bir etmeye, insandan oç almaya gelen katil-kahraman, böylece, değerlerin sıfır noktasında Antik Yunan tragedyasındaki örtük/gizil ve hiç şüphesiz 'trajik' figür *pharmakos*u diriltmektedir: annesini babasını öldüren bir çocuk, masum bir canavar, kendini kurban eden bir peygamber.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author has no conflict of interest to declare.

Grant Support: The author declared that this study has received no financial support.

Kaynakça

Arıcı, O. (2020). *Kurmacanın İnşası*. İstanbul: Habitus Yayıncılık.

Büchner, G. (1986). *Complete Works and Letters*. (Çev. H.J. Schmidt,). New York: Continuum.

Büchner, G. (1982). *Woyzeck*. (Çev. Hasan Kuruyazıcı,). İstanbul: Adam Yayıncılık.

Derrida, J. (2014). *Platon'un Eczanesi*. (Çev. Zeynep Direk,). İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

- Eagleton, T. (2003). *Sweet Violence: The Idea of the Tragic*. USA: Blackwell Publishing.
- Eagleton, T. (2003). *Tatlı Şiddet: Trajik Kavramı*. (Çev. Kutlu Tunca,). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Girard, R. (2005). *Günah Keçisi*, (Çev. Işık Ergüden,). İstanbul: Kanat Kitap.
- Hegel, G.W.F. (1975). *Aesthetics: Lectures on Fine Art Volume II*. (Çev. T. M. Knox,). Londra: Oxford University Press.
- Haleva, B. (2012). *Çağdaş Bir Klasik: Bernard-Marie Koltès*. İstanbul: Mitos-Boyut Yayınları.
- Hörmann, R. (2011). *Writing the Revolution: German and English Radical Literature, 1819 – 1848/49*. Zürich & Berlin: Lit Verlag.
- Koltès, B.M. (1999). *Toplu Oyunları I*. (Çev. Yiğit Bener, Ali Berktaş,). İstanbul: Mitos-Boyut Yayınları.
- Koltès, B.M. (2018). *Pamuk Tarlalarının Issızlığında*. (Çev. Ayberk Erkay,). İstanbul: İmge Kitabevi.
- Patterson, M. (1990). *The First German Theatre: Schiller, Goethe, Kleist and Büchner in Performance*. London & New York: Routledge.
- Pavis, P. (1999). *Sahneleme: Kültürler Kavşağında Tiyatro*. (Çev. Sibel Kamber,). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Sayın, Ş. (1999). *Devrimci Dram Yazarı Georg Büchner*. İstanbul: Multilingual Yabancı Dil Yayınları.
- Steiner, G. (2013). *The Death of Tragedy*. New York: Open Road Integrated Media.
- Steiner, G. (2010). *Tragedyanın Ölümü*. (Çev. Burç İdem Dinçel,). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Elektronik Kaynaklar

- Kozak, K.J. (2003). *Philosophical Aspects of the Tragic Subject: Its Evolution and Contemporary Dramatic Practice* (Doctoral dissertation). Available from ProQuest Dissertations and Theses. (UMI No. 305266147).
- Scanlan, R. (1997). "Woyzeck the Shape-Changer", *American Repertory Theater: Experience The A.R.T.*, <https://americanrepertorytheater.org/media/woyzeck-the-shape-changer/> (Erişim tarihi: 16.08.2021).
- Wodnicka, N. (2013). *The New Epic Theatre in French: Myth, History and Contemporary News in the Theatre of Bernard-Marie Koltès, Hélène Cixous, Koffi Kwahulé and Wajdi Mouawad* (Doctoral dissertation). Available from ProQuest Dissertations and Theses. (UMI No. 3602751).



Die Einführung von Gamification im DaF Unterricht an der Obafemi Awolowo Universität, Ile-Ife, Nigeria

The Introduction of Gamification in the Teaching of German as a Foreign Language at Obafemi Awolowo University, Ile-Ife, Nigeria

Olajumoke OYEDELE¹ , Moses AYANKUNLE²



¹Senior Lecturer, Obafemi Awolowo University, Department of Foreign Languages, Ile-Ife, Nigeria

²Research Assistant, Obafemi Awolowo University, Department of Foreign Languages, Ile-Ife, Nigeria

ORCID: O.O. 0000-0002-2738-3588;
M.A. 0000-0001-5214-3861

Corresponding author:

Olajumoke OYEDELE,
Obafemi Awolowo University, Department of Foreign Languages, Ile-Ife, Nigeria
E-mail: coyedele@gmail.com

Submitted: 26.09.2021

Revision Requested: 09.02.2022

Last Revision Received: 12.03.2022

Accepted: 12.03.2022

Citation: Oyedele, O., & Ayankunle, M. (2022). Die Einführung von gamification im daf unterricht an der obafemi awolowo universität, ile-ife, nigeria. *Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi - Studien zur deutschen Sprache und Literatur*, 47, 189-209. <https://doi.org/10.26650/sdsl2021-1000893>

ABSTRACT (DEUTSCH)

Es wird beobachtet, dass die meisten nigerianischen Deutschstudierenden zwischen 16 und 30 Jahre alt sind. Diese Gruppe ist mehr daran interessiert, Computerspiele und andere Spiele zu spielen, als ihre Haus- und Klassenarbeiten mit den traditionellen Materialien wie Lehrbüchern und Arbeitsheften zu erledigen. Die Jugendlichen brauchen in der Regel interessante Aktivitäten, die ihnen Spaß machen und sie motivieren, zu lernen und dadurch Fortschritte und Erfolge zu erzielen. Es ist in der Tat deshalb überraschend, dass Gamification noch nicht in den Lehrplan des nigerianischen Hochschulunterrichts eingeführt wird. Demzufolge gibt es in Nigeria kaum Forschungen im Bereich Gamification des Fremdsprachenlernens im Allgemeinen und in dem dessen Einsatz im Deutschunterricht im Besonderen. Diese Lücke in der Forschung zu Gamification im Deutschunterricht in Nigeria führte zu der vorliegenden Studie, die die Möglichkeit der Einführung von Gamification im Deutschunterricht an der Obafemi Awolowo Universität untersucht. Das Ziel ist es, eine zielgerichtete Diskussion und weitere wissenschaftliche Gespräche über Gamification im DaF in Nigeria sowie einen fruchtbaren Gedankenaustausch zum Thema anzustoßen. Dadurch könnte die mögliche Erstellung einer didaktischen Konzipierung von Einsatz der Gamification im Deutschunterricht in Nigeria erreicht werden. Die Studie verwendet sekundäre Datenquellen, die verschiedene Artikel, Bücher und Rezensionen über Gamification in der Bildung bzw. in den Klassenzimmern umfassen. Andere Quellen sind Internet-/Blog-Beiträge. Die Analyse der Daten basiert auf einer deskriptiven und inhaltlichen Analyse.

Schlüsselwörter: Gamification, DaF, Nigeria, Deutschstudierende, Obafemi Awolowo Universität

ABSTRACT (ENGLISH)

Most Nigerian students of German are between 16 and 30 years old. This age group tends to be more interested in playing computer and video games than doing their home- and class work with traditional materials such as textbooks and workbooks. Younger students need interesting activities that are fun for them and motivate them to learn and, as a result, make progress and achieve rapid success in



their learning. It is therefore surprising that gamification has not yet been introduced into the curricula of Nigerian higher institutions. As a result, there is hardly any research in the field of gamification in foreign language learning in general or its use in the teaching of German in particular. This lacuna in research on gamification in German studies in Nigeria led to the present study, which examines the introduction of gamification into German lessons at Obafemi Awolowo University. The study aims at initiating a targeted discussion on gamification in German studies and stimulating further scholarly conversations on the topic. Through this, the possibility of creating a didactic design for the use of gamification in German studies in Nigeria can be achieved. This study uses secondary data sources including articles, books and reviews about gamification in education or classrooms. Other sources include websites and blog posts. These sources provide useful insights from various studies on gamification and its use in education, especially in foreign language teaching, which help in drawing up suggestions for a successful introduction of gamification into the curriculum of Nigerian universities especially that of German at the Obafemi Awolowo University in Nigeria. The analysis of the data is based on a descriptive and content analysis.

Keywords: Gamification, German as a foreign language, Nigeria, Obafemi Awolowo University, Students of German

EXTENDED ABSTRACT

Methods of teaching foreign languages have evolved greatly over the years. A major change in this regard is from a traditional teacher-oriented stance to a learner-oriented one. One of such not too recent one is the use of the internet and information technology. The use of the internet and IT has introduced a variety of new methods into education such the use of serious games, YouTube, computer games, and mobile games, among others. This trend became even more popular across virtually the entire world because of the COVID-19 outbreak, which made it mandatory for teachers to find new ways of teaching to replace the traditional face-to-face methods. Of interest to this paper, however, is gamification, especially its introduction into the curriculum for the teaching of German at Obafemi Awolowo University, Ile-Ife, Nigeria.

Gamification is, to put it simply, the application of game design elements and gaming principles to non-gaming contexts (Deterding et al., 2011: 13, quoted by Köhler 2016: 11). The results of various educational research have advocated the use of gamification in the classroom. Many have especially emphasized the positive effects of gamification with respect to improving not only the motivation of learners but also the learning process itself (see, for example, Huang & Soman, 2013).

Foreign language learning has its own challenges, especially when learning it as a beginner in an environment where the language is not in wide use, as is the case of German in Nigeria. A lack of adequate opportunities to put the knowledge into use outside the classroom, little or no contact with native speakers, inadequate learning

materials, and a high cost of study—among other factors—often leads to poor grades, which in turn succeeds in reducing the motivation and confidence that is already low at the beginning of the course. Gamification could help to change the narrative if well applied. In the area of foreign language teaching, gamification should be defined as the use of game elements and principles in the teaching of foreign languages for the purpose of motivating, encouraging, and positively engaging learners to reach the desired level of competence.

Most Nigerian students of German are between 16 and 30 years old. This age group tends to be more interested in playing computer and video games than doing their home- and class work with traditional materials such as textbooks and workbooks. Younger students need interesting activities that are fun for them and motivate them to learn and, as a result, make progress and achieve rapid success in their learning. It is therefore surprising that gamification has not yet been introduced into the curricula of Nigerian higher institutions. As a result, there is hardly any research in the field of gamification in foreign language learning in general or its use in the teaching of German in particular.

This lacuna in research on gamification in German studies in Nigeria led to the present study, which examines the introduction of gamification into German lessons at Obafemi Awolowo University. The study aims at initiating a targeted discussion on gamification in German studies and stimulating further scholarly conversations on the topic. Through this, the possibility of creating a didactic design for the use of gamification in German studies in Nigeria can be achieved.

This study uses secondary data sources including articles, books and reviews about gamification in education or classrooms. Other sources include websites and blog posts. These sources provide useful insights from various studies on gamification and its use in education, especially in foreign language teaching, which help in drawing up suggestions for a successful introduction of gamification into the curriculum of Nigerian universities especially that of German at the Obafemi Awolowo University in Nigeria. The analysis of the data is based on a descriptive and content analysis.

1. Einführung

Laut Martens und Müller (2017, S. 911) wird 2002 der Terminus „Gamification“ erst von Nick Pelling eingeführt. Der Gebrauch wurde hauptsächlich in Marketing- oder anderen Geschäftsfeldern mit unterschiedlichem Erfolg durchgeführt (vgl. Huan & Soman, 2013, S. 5, Alexander, J. A. Et al 2019, S. 1) und im Bereich Bildung gibt es viele Forschungen, die den Einsatz von Gamification im Klassenzimmer vorschlagen, besonders über deren Einfluss sowohl auf die aktive Teilnahme bzw. Motivation der Lernende als auch auf die Lernerfolg (vgl. u.a. Huang & Soman 2013).

In Nigeria ist Gamification im Fremdsprachunterricht neu und es gibt noch keine Forschung in diesem Bereich, besonders im Deutschunterricht, trotz der Tatsache, dass die meisten nigerianischen Deutschstudierende zwischen dem Alter von 16 und 30 sind und, bekanntlich sie sich lieber mit Computerspielen und anderen Spiele als Hausaufgaben beschäftigen. Die Jugendlichen brauchen normalerweise interessante Aktivitäten, die ihnen Spaß machen und motivieren, Erfolg und Fortschritt zu machen (Kohler, 2016, S. i). Wie Kohler richtig erklärt, besteht die Lösung dieses Problems darin, dass Lernen und Computerspiele miteinander verbunden sind. In diesem Sinne werden nicht nur Computerspiele gemeint, sondern alle Aktivitäten, die die Studierenden motivieren und ermutigen, Fortschritt in ihrem Studium zu erreichen.

An der Obafemi Awolowo Universität wird wie bei anderen öffentlichen nigerianischen Universitäten Gamification im Unterricht nicht geforscht oder kaum bewusst verwendet. Aus diesem Grund wurde hier versucht, das Thema „Gamification“ im DaF Unterricht an nigerianische Hochschulen einzuführen, mit dem Zweck eine zielführende Diskussion zu stimulieren und weitere wissenschaftliche Gespräche darüber anzuregen. Dazu soll es einen fruchtbaren Gedankenaustausch zum Thema ermöglichen, besonders hinsichtlich der Verwendung von Gamification im Deutschunterricht in Nigeria, besonders an der Obafemi Awolowo Universität.

Um dieses Ziel zu erreichen, werden sekundäre Datenquellen verwendet. Diese Datenquellen beinhalten verschiedene Artikel über Gamification aus der Lernerperspektive bzw. in der Bildung, Gamification des Zweitsprachlernens bzw. Zweitspracherwerb sowie im Deutsch als Fremdsprache. Andere Quellen sind Internet/Blog-Write-Ups und Zeitungen. Die Analyse dieser Daten wird daher auf einer deskriptiven Analyse und einer Inhaltsanalyse basieren.

2. Zum Begriff Gamification

Der Begriff, der in letzter Zeit als Gamification bekannt wurde, war erst vor etwa hundert Jahren bekannt. Nelson (2012) behauptet, dass der Ursprung der Gamification im Rechtswesen und auf Zeit bis Mitte des zwanzigsten Jahrhunderts in der Sowjetunion als eine Methode verwendet wurde, um Arbeitnehmer zu motivieren, ohne sich auf monetäre Anreize zu verlassen. Der Begriff „Gamification“ wurde in konkreterem Sinne erstmals 2010 weit verbreitet, und bezieht sich auf die Integration von Sozial- und Rewardaspekten von Games in Software (Watkins und Neef 2019, Ferrão und Tao, 2019).

1984 veröffentlichte Coonradt (2007) die erste Ausgabe seines Buches „The Game of Work“. Coonradt, bekannt als der „Großvater der Gamification“ wandte in Geschäftskontexten Spielprinzipien an, die sich mit der Motivation der Mitarbeiter beschäftigten. Seine Prinzipien zur Motivation der Menschen sind häufiges Feedback, klare Ziele und persönliche Entscheidungen, Merkmale, die man in Spielen findet. Diese amerikanischen und sowjetischen Ansätze gelten als Vorläufer der Spielwelt führten zur Entstehung eines Subgenres des Konzepts, der „Gamification der Arbeit“. Schon vor Coonradts Arbeit beinhalten Treueprogramme wie Vielfliegerprogramme bei Fluggesellschaften (Kumar & Herger, 2013). Bei diesen wurden von Reisenden Meilen (d.h. Punkte) gesammelt, die gegen einen gewissen Nutzen eingetauscht werden können.

2.1. Definition

Begriff wird als die Anwendung von Game-Design-Elementen und Spielprinzipien in Nicht-Game-Kontexten verstanden und funktioniert, indem sie Techniken einsetzt, um natürlichen Wünsche zu nutzen und Aktivitäten oder Prozesse zu verbessern (Deterding et al., 2011, S. 13 ziert nach Köhler 2016, S. 11). Nach Deterding, Khaled, Nacke & Dixon, (2011) ist Gamification einfach „*The use of game design elements in non-game contexts*“ d. h. die Verwendung von Spieldesign Elementen in nicht spielerischen Kontexten. Kiryakova, Angelova, und Yordanova (2014) zitieren Kapp, (2012) und meinen der Terminus „Gamification“ sei die Verwendung von Spielbasierten Mechaniken, Ästhetik und Spieldenken. Dabei sollten Menschen engagiert werden, ihr Handeln motiviert, das Lernen gefordert werden und Probleme lösen: „*...using game-based mechanics, aesthetics and game thinking to engage people, motivate action, promote learning, and solve problems*“. Breuer (2011) stimmt dieser Meinung zu und definiert Gamification als: „*die Verwendung*

von spieltypischen Mechaniken außerhalb reiner Spiele, mit dem Ziel, das Verhalten von Menschen zu beeinflussen.“ Breuer (2011, S. 1)

Werbach (2014, S. 267 nach Köhler 2016, S.12) bevorzugt einen „Prozess Ansatz“ zur Definition des Terminus als eine elementare Definition, weil er meint, dass das Unterscheidungsmerkmal des elementaren Ansatzes auf den Elementen des Game Designs liege (Werbach, 2014, S. 267) und erklärt seine Entscheidung wie folgt:

By defining gamification as a process, we can talk about activities being more or less game-like, without needing to define a point where the designed system crosses over into gamification. This framing encourages designers to think about how to enhance and deepen the game-like aspects of their designs, rather than thinking their job is done once they drop in points or badges. (Werbach, 2014, S. 267)

Zichermann und Cunningham waren auch dieser Meinung in einer Früheren Untersuchung und betrachten Gamification als einen Prozess des Spieldenkens und der Spielmechaniken, um die Spieler zu beschäftigen und Probleme zu lösen: „The process of game-thinking and game mechanics to engage users and solve problems.“ (Zichermann und Cunningham 2011, S. xiv)

Jedoch soll Gamification im Unterricht mehr als eine Art Problemloser oder ein bloßer Denkprozess betrachtet werden. Der Schwerpunkt dieses Begriffes in der Bildung soll das spielerische Lernen sein. Im Bereich Bildung werden viele wissenschaftliche Arbeiten schon durchgeführt, die diesen Ansatz klar erklärten, darunter werden einige davon erwähnt.

2.2. Gamification in der Bildung

Die Gamification des Lernens ist ein pädagogischer Ansatz, der die Studierende dazu motiviert, mithilfe von Videospieldesign und Spielelementen in Lernumgebungen zu lernen (Huang & Soman 2013, S. 6). Hauptziel ist es, differenzierte Strategien von Motivation und Beschäftigung, in eine Reihe von Aktivitäten einschließlich des Lehrens und Lernens zu integrieren (Alexander, J. A., Cruz, L.E & Torrence, M.L 2019, S.2). Zusätzlich soll es dazu dienen, die Freude und das Engagement der Lernenden zu maximieren, indem das Interesse der Lernenden geweckt wird und sie zum weiteren Lernen angeregt wird (de Freitas & de Freitas, 2013).

Gamification wurde hauptsächlich in Bildungskontexten innerhalb der Hochschulbildung eingesetzt. Forscher glauben, dass dies mit dem wachsenden Interesse am eLearning im Bildungsbereich zusammenhängen könnte (Garland 2015). Es wurde auch herausgefunden, dass Engagement das Hauptziel der Mehrheit der Studien war, die sie untersuchten Şahin und Arslan Namli (2016) betonen z.B. die Bedeutung von Motivation und Engagement der Studierenden durch den Einsatz von Gamification wie folgt: „*Gamification can motivate students to engage in the classroom, give teachers better tools to guide and reward students, and get students to bring their full selves to the pursuit of learning*“ (Şahin & Arslan Namli 2016 S. 44).

Landers (2014) schlug einen allgemeinen Rahmen für den Einsatz von Glücksspielen beim Lernen vor. Anstatt sich auf die Gamification bestimmter Elemente des Klassenzimmers zu konzentrieren, schlug er stattdessen einen Rahmen vor, der sich auf die Änderung des Verhaltens und der Einstellungen der Lernenden konzentriert. Wie Landers meint:

For gamification to be successful, it must successfully alter an intermediary learning behavior or learner attitude. That behavior or attitude must then itself cause changes in learning directly (as a mediating process), or it must strengthen the effectiveness of existing instructional content (as a moderating process) (Landers 2014 S. 765)

Er kam zu dem Schluss, dass Lehrkräfte durch den richtigen Einsatz von Gamification das Verhalten der Lernenden beeinflussen können. Das sollte das Lernen sowohl im aktuellen Kurs als auch in der Zukunft erhöhen.

2.3. Elemente der Gamification

Figuroa (2015) beschreibt die regelmäßigen Designs von Mustern, die in Gamification verwendet werden, als Game-Elemente bekannt. Einige dieser Elemente (manchmal auch als Komponenten bezeichnet) sind heute in den meisten Games zu sehen. Dazu gehören Punkte, Badges, Leaderboards, Fortschrittsbalken/Progressionsdiagramme, Leistungsgrafiken, Questen, Levels, Avatare, soziale Elemente und Belohnungen (Figuroa, 2015, S. 39). Alle diese Elemente haben unterschiedliche Zwecke und können im Grunde genommen an jede arbeits-, geschäfts- oder bildungsbezogene Situation adaptiert werden. Eine kurze Definition der einzelnen Elemente ist in der folgenden Tabelle von Figuroa, (2015) aufgeführt:

Punkte	Numerische Akkumulation aufgrund bestimmter Aktivitäten.
Badges	Visuelle Darstellung der Leistungen für den Benutzer.
Leaderboards	Wie die Spieler auf der Grundlage des Erfolgs eingestuft werden.
Progress-Barren	Zeigt den Status eines Spielers an.
Leistungsgraph	Zeigt die Leistungen der Spieler an.
Quests	Einige der Aufgaben, die die Spieler in einem Spiel erfüllen müssen.
Levels	Ein Abschnitt oder Teil eines Spiels.
Avatare	Visuelle Darstellung eines Spielers.
Soziale Elemente	Beziehungen mit anderen Benutzern durch das Spiel.
Belohnungssystem	System zur Motivation der Spieler, die eine Quest erfüllen.

Jedes verwendete Spielelement in Gamification soll den Lehr- und Lernprozess der Zweitsprache automatisch verbessern. Laut Dickey, (2005) haben die meisten Spiele, die heute bekannt sind, diese Elemente und folgen einem systematischen Plan. Jedes Spiel integriert drei Hauptelemente: Meta-zentrierte Aktivitäten, Belohnungen und Fortschritte. Dies folgt dem, was Smith-Robbins (2011, S. 58 zitiert nach Figueroa, 2015) ausdrückt, der darauf hinweist, dass alle Spielaktivitäten metazentriert sind und derartige Aktivitäten haben, weil sie auf ein bestimmtes Ziel ausgerichtet sind, das sich schließlich darauf konzentriert, durch das Überwinden von Schwierigkeiten und anderen Bedingungen zu gewinnen, um ein Ziel zu erreichen oder zu vervollständigen. Zusätzlich setzt jedes Spiel, je nach Kontext, einen Mechanismus für den Spieler ein, um Belohnungen oder ein Belohnungssystem zu erhalten.

Es gibt vier Hauptkategorien: Führende Spieler, Preise oder Auszeichnungen, Erfolge und Fortschritt (Smith-Robbins, 2011, S. 58). Davon sind Preise/Auszeichnungen eine Art Belohnung, die in Spielen vorkommt, bei denen der Spieler nach erfolgreichem Abschluss der vorherigen Aktivitäten oder Levels weitere Aktivitäten oder Levels freisetzen kann. Preise/Auszeichnungen fördern ein verstärktes Engagement des Spielers (Glover, Campbell, Latig, Norris, Toner & Tse, 2012) und das ist ein Aspekt, der beim Zweit- bzw. Fremdsprachlernen beibehalten wird.

Erfolge sind öffentlich angezeigte Icons, oder die so genannten Badges, im Online-Profil des Spielers. Sie werden als Integration oder Kombination der zuvor genannten Belohnungskategorien angesehen. Die Integration und Verwendung von Badges, die jeweils eine andere Bedeutung haben, ist zum Teil mit der Entwicklung von Spielkonsolen

und Online-Spielen enorm gestiegen. Für den Zweitsprachler kommt die Motivation in Form von Akzeptanz oder Einblendung. Wenn sie die Anerkennung erhalten, werden sie motiviert, auf eine andere Stufe zu wechseln oder eine neue Belohnung zu erreichen.

Das letzte grundlegende Element, das in Spielen implementiert wird, ist die Progression. Nach Dickey (2005) ist die Progression ein sehr wichtiges Element für Spiele. Vor allem für das Gefühl des Engagements und der Motivation, die es dem Spieler gibt. Ihr Hauptziel ist es, den Spieler darüber zu informieren, wie viel Fortschritt er im Level hat. Darüber hinaus gibt es dem Spieler die notwendigen Informationen über die erreichten Ziele und die notwendigen Aktivitäten, um das Level zu bestehen. Es stellt auch die Reise des Spielers dar, die Teil einer Reihe von kleinen Herausforderungen sein kann, die in eine größere Herausforderung integriert sind (Werbach und Hunter, 2012). Im Zweitsprachkurs setzt der Lehrkraft den Fortschritt um, indem systematisch einen positiven Wettbewerb gefördert wird und den Fortschritt der Klasse verdeutlicht. Der Zweitsprachlernende ist dann in der Lage, seinen oder ihren Fortschritt zu sehen und während er motiviert ist, weiter zu gehen oder fortzufahren.

2.4. Game Design

Eine andere Komponente in der von Werbach und Hunter (2012) geführten Definition von Gamification ist das Game-Design. Im Grunde genommen sind Spiele nicht nur Elemente; Spiele werden systemisch und artistisch zum Zweck des Spiels entworfen, aber sie müssen kreativ und zielgerichtet sein. Sie müssen Originalität bieten und dürfen nicht einfach nur Klone von anderen sein. Originalität und Charakter sind notwendig, um der Erfahrung des Spielers Tiefe und Wert zu geben. Gutes Spieldesign ist balanciert und lässt den Spieler ein Gefühl dafür bekommen, wie das Spielerlebnis insgesamt war. Zum Beispiel: War es herausfordernd? War es schwierig? War es leicht? Zudem hat das Spieldesign einen erlebnisorientierten Aspekt, der die Integration aktueller und neuartiger Ansätze auf der Basis von Erkundung und Entdeckung beinhaltet, die auf die Gamifizierung angewendet werden können und den Spieler motivieren.

Werbach und Hunter (2012) erklären, dass Gamification nach einer nicht spielbezogenen Vorstellung entwickelt wird. Das bedeutet, dass die Zielvorgaben nicht nur auf Spaß oder Vergnügen ausgerichtet sind, sondern, dass beides Teil des Erlebnisses sein wird. Die Vision von spielfremden Kontexten ist in vielen Unternehmen weltweit für die Entwicklung und Ausbildung von Mitarbeitern von grundlegender Bedeutung.

Pappas (2013) sagt, dass der Einsatz spielartiger Strategien das Training für die Arbeitsumgebung interessanter, erfreulicher und anwendbarer macht als andere Techniken.

2.5. Konzept der Gamification im Zweitsprachlernen

Figuroa (2015) in seinem Artikel „Using Gamification to Enhance Second Language Learning“ konzentriert sich auf Aspekte der Sprache, Methodik und Ansätze des Zweitsprachenlernens, einen Überblick über die Integration von Technologie in den Zweitsprachunterricht, Gamification als Konzept, pädagogische Implikationen für die effektive Integration der Strategie und aktuelle Anwendungen.

Er weist auch darauf hin, dass der Bereich des Erlernens und Unterrichtens von Fremdsprachen im Laufe der Jahre technologieorientierter worden hat, wenn das 21. Jahrhundert voranschreitet. Diese Anpassung der Unterrichtsstrategien erfolgt in Übereinstimmung mit den Lernenden, die die Lehrkräfte in ihrem Klassenzimmer empfangen. Viele Zweitsprachige Lernende gehören zu einer Generation, die Prensky (2001) als „Digital Natives“ bezeichnet. Diese Lernenden verarbeiten die Informationen unterschiedlich und das Bildungssystem entspricht nicht ihren Bedürfnissen. Da der durchschnittliche Nigerianer mindestens zweisprachig ist, kann diese Behauptung auch für die nigerianischen Deutschstudierende gelten.

Figuroa argumentierte, dass, um Gamification, unabhängig vom Kurs, auf den Lehr- und Lernprozess anzuwenden, muss eine Reihe von Schritten befolgt werden. Diese werden den Instruktor anleiten, den Kurs Gamifications Aspekt entsprechend zu planen.

Abschließend lässt sich feststellen, dass der Einsatz von Gamification im Zweitsprachlernen einen positiven Beitrag zur Lernerfahrung auf der Grundlage der präsentierten Informationen leistet, obwohl Lernmaßnahmen mit Vorsicht durchgeführt werden müssen. Um mit Gamification im Zweitsprachlernen erfolgreich zu sein, sollen die Ziele und Vorgaben aufeinander abgestimmt sein und formale Bewertungskriterien haben (Figuroa, 2015, S.50).

Er erklärte weiter, dass durch die Kombination von Gamification zusammen mit einigen der neuen Technologietrends sowie Zweitsprach-Ansätzen und -Strategien, der Zweitsprach-Lerner und die Motivation eine starke Möglichkeit ist.

Die Verwendung von Technologie in der Bildung ist notwendig geworden, um die Lehr- und Lernerfahrung im 21. Jahrhundert zu verbessern. Im Laufe der Jahre sind Veränderungen und Transitionen erlebt worden, die die Computerhardware und -software zusammen mit den webbasierten Technologien in den Bildungsbereich gebracht haben. Heutzutage sind die meisten Studierenden „Digital Natives“, (auch viele nigerianische Deutschstudierende) und sie lernen und nutzen Informationen anders (Prensky, 2001). Dies hat sich auf ihre Bildungsinteressen ausgewirkt, und die Lehrkräfte müssen daher unterschiedliche Methoden finden, um verschiedene Gruppen zu unterrichten.

Gamification ist seit einigen Jahren das Thema von Forschung, Diskussion und Anwendung in Zweits- bzw. Fremdspracherwerb (vgl. Alomair Y & Hammami S., 2019 & Garland 2015 u.a.)

Das Ziel der Integration von Gamification in die Bildung ist es, eine attraktivere und effektivere Lernerfahrung für den Schüler zu schaffen. Um ein bestimmtes Verhalten zu ändern oder hervorzurufen, müssen die Lernenden motiviert werden. Gamification öffnet dem Zweitsprachler die Tür, seine Sprachlernerfahrung zu verbessern und gleichzeitig die Fähigkeit zu erwerben, jede Aufgabe oder Herausforderung des Kurses, oder des Themas zu lösen. Darüber hinaus bietet Gamification den Lernenden die Möglichkeit, sich untereinander zu unterhalten, wie es in einem sozialen Spiel beinhaltet ist. Wie Fogg (2009) auch meint, werden positive Verhaltensänderungen durch die Auswahl des richtigen Tools der Gamification erreicht.

Der Einsatz von Gamification im Klassenzimmer wurde nicht immer gelobt. Einige Blogger und Wissenschaftler (vgl. Gamification im Klassenzimmer, Vor- und Nachteile; Coutinho 2019; Stewart, 2021; Criticisms of Gamification in Education, 2017 u.a.) haben verschiedene negative Beobachtungen in Bezug auf den Einsatz von Gamification im Bildungsbereich wie folgt zusammengefasst:

- Gamification ist meist digital.
- Um Gamification anzuwenden braucht man das Internet und elektronische Geräte wie Laptops und Handys.
- Es gibt die Gefahr von Sucht unter den Lernenden wegen der Verwendung von Bildschirmen.
- Die Einsetzung mit Qualitätskriterien ist teuer

- Mündlicher Ausdruck ist dadurch sehr schwer zu entwickeln
- Es ist möglich, dass die Studenten sich vom Spiel ablenken lassen und nicht lernen
- Es gibt die Gefahr, dass nicht die gleiche Menge an Lernstoff durchgenommen werden kann, wie beim herkömmlichen Unterricht
- Die Lernergebnisse sind schwieriger zu bewerten und der Wettbewerb zwischen den Lernern kann den Drang zum Betrug stärken
- Bei älteren Lernern wirkt Gamification oftmals zu kindisch nicht ernst genommen, während jüngere Lerner hingegen Gamification mit der spielerischen Atmosphäre überspannen könnten.

Dazu fügen Bellotti et al., (2010) und Cohen, (2011) die folgenden u.a. hin:

- Gamification kann die Lernende vom Lernziel ablenken
- Gamification konnte zur Reizüberflutung oder zum Spiel-Sucht führen
- Sie kann mit der Zeit an Wert verlieren
- Bei einigen Lerner, die das spielerische Erlebnis absolviert haben wird beobachtet, dass es zu schlechteren Noten bei schriftlichen Aufgaben führte sowie weniger Initiative bei der Teilnahme an Aktivitäten im Klassenzimmer.

Jedoch beweisen die Ergebnisse der Literatur- Reviews von Preisig (2016), dass es mehr positive Einfluss von Gamification in der Bildung (mehr als 60% der Studien) gab. Ca. 20% gemischte oder unklare Effekte waren festzustellen, während weniger als 20% negative Effekte hatten.

Trotz der beobachteten Auswirkungen, wird Gamification immer noch für den Unterricht empfohlen. Die Integration von Educational Gamification in den Zweitsprachlernprozess ermöglicht es die Lehrkraft, den Unterricht mit Hilfe einer gamifizierten Perspektive zu planen, zusammen mit einer Erhöhung der Zeit, die den Lernaufgaben gewidmet wird, und des Schwierigkeitsgrades. Dadurch werden die Lernenden engagierter und motivierter. Darüber hinaus steigt die Motivation in einer gamifizierten Unterrichtsumgebung, wenn die Leistung des Lernenden durch ein Belohnungssystem mit Preisen/Auszeichnungen öffentlich anerkannt wird. Die Verwendung von Badges oder eines anderen belohnungsorientierten Systems sollte die Studierenden zu kompetitiveren Aufgaben motivieren, z.B. zur Erstellung einer Studienarbeit, und sollte niemals die Befreiung von einer Prüfung ersetzen, da der eigentliche Lernprozess gestört werden könnte (Meece, Anderman, Anderman 2006).

3. Die Einführung von Gamification im DaF Unterricht an Der Obafemi Awolowo Universität, Ile- Ife Nigeria

3.1. DaF an der OAU

Das Deutsch-Studium begann an der Obafemi Awolowo University (ehemals University of Ife) mit der Ankunft von Wilfried Feuser, der 1968 als Professor für Romanistik an der Institution tätig wurde (Witte, 1993). Die Sprache wurde früher entweder als Hauptkurs oder in Kombination mit anderen Kursen wie Englisch, Geschichte, Philosophie und Yoruba unterrichtet (Feuser 1997). Die Situation der Nichtverfügbarkeit von Lehrern für die Sprache hat das Deutschstudium zu einem bestimmten Zeitpunkt im Jahr auf ein einfaches Hilfsfach reduziert (Oyedele, 2007, S.130). Mit der Aufnahme weiterer Dozenten und der Ankunft von DAAD-Dozenten für dieses Studienfach hat das Deutschstudium später wieder seinen Status als Vollzeit-Studium erreicht. Von den Studierenden im ersten Studienjahr wird erwartet, dass sie 09 Deutschkurse bestehen, im zweiten 07, im dritten 12 und im vierten, 09 Kurse (Student's Information Handbook, Department of Foreign Languages, Faculty of Arts, Obafemi Awolowo University. 2016-2020). Alle Studierende müssen aber auch Kurse von anderen Abteilungen an der Universität bestehen. Im Allgemein müssen Sie mindestens 30 Stunden Unterricht pro Studienjahr bestehen (Student's Information Handbook, Department of Foreign Languages, Faculty of Arts, Obafemi Awolowo University. 2016-2020).

Zum Zeitpunkt der Verfassung dieser Untersuchung wird Deutsch sowohl als Einzelfach als auch in Kombination mit anderen Fächern (besonders Französisch und Englisch) an der Universität angeboten. Die deutsche Sektion der Abteilung ist jedoch mit vier DozentInnen unterbesetzt, die Studierende im ersten Studienjahr bis zu viertem Studienjahr unterrichten (Studierende der Abteilung im dritten Studienjahr werden in ihrem Equivalent Year Abroad Program - EYAP¹ - außerhalb der Universität unterrichtet). Jede Stufe besteht normalerweise aus 45 bis 120 Studierenden, so dass es für die Dozenten eine große Herausforderung ist, die Fortschritte jedes Studenten beim Erlernen einer Zweitsprache zu begleiten.

Zum Problem der mangelnden Lehrkraft gibt es andere Herausforderungen wie Motivationsmangeln unter der Studierenden und wie Huang and Soman (2013, S. 5)

1 Da nigerianische Deutschstudierende nicht mehr das obligatorische Auslandsjahr bzw. das linguistische Immersionsprogramm in Deutschland machen konnten, müssten sie ein Studienjahr im Goethe-Institut, Lagos, Nigeria verbringen, für ein gleichwertiges Auslandsjahr. Dieses Program wird das „Equivalent Year Abroad Programme“ (EYAP) genannt.

richtig meinen, die Langweile, Ablenkungen durch das Internet bzw. Handys oder wenn Studierende im Unterricht nicht richtig engagiert sind. Welche Lösungen gibt es für diese Probleme? Da der Hauptgrundidee von Gamification ist es, die motivierende Kraft von Spielen für andere Zwecke als die direkte Unterhaltung zu nutzen (fabula-games.de), ist Gamification eine mögliche Lösung. Darum setzte diese Untersuchung zum Ziel das Thema Gamification im DaF Unterricht an nigerianischen Universitäten einzuführen und eine Basis für zukünftige Untersuchungen über die verschiedenen Möglichkeiten der Anwendung von Gamification von Deutschdozenten/Innen zu bauen.

3.2. Zur Anwendung von Gamification an Der Oau

Um Gamification im DaF Unterricht an der OAU richtig anwenden zu können, müssen die Lehrende einige Herausforderungen überwinden. Eine größere Herausforderung ist der Mangel an technische Know-How über Gamification unter den nigerianischen Deutschlehrenden. Die Situation ist so, dass es keinen der Deutschlehrer gibt, der angemessene Techniken im Bereich Gamification anwenden kann. Es gibt auch ein Beratungsmangel bei der Umsetzung von gamifizierten Lernaktivitäten, was nach Cheong et al., (2014) als eine der Herausforderungen von Gamification im Unterricht sein konnte, besonders da der bisherigen Frameworks hauptsächlich darauf ausgerichtet sind, die Umsetzung zu beschreiben und zu erklären, und nicht, sie anzuleiten. Obwohl das Goethe-Institut in Nigeria das Blended Learning mit Gamification im Deutschunterricht den Deutschlernenden anbietet und regelmäßige Workshops und Fortbildungsseminare für Deutschlehrende organisiert, hat es keine in der Richtung Gamification gegeben. Wie Pastor-Pina (2015:117) vorschlägt, müssen mehr Untersuchungen durchgeführt werden, um den Gebrauch von Gamification-Techniken im DaF Unterricht in Nigeria zu begründen.

Die Unterrichtsmethodik sowie der Klassenraum in Nigeria können auch eine große Herausforderung sein, da das Unterrichten meist frontal stattfindet und die Klassenzimmer unangemessen für Gamification Techniken einrichten. Die Größe der Klassenzimmer ist von der Anzahl der Studierende abhängig. Jetzt gibt es an der Obafemi Awolowo Universität mindestens 40 Studierende in einem Unterricht, manchmal gibt es sogar über 100 Studierende in einer einzigen Unterrichtsstunde. Gamification in solchem Unterricht muss mit Absicht und professionell geplant und durchgeführt werden, besonders in Bezug auf die Zeitdauer des Unterrichts (siehe Alex, A. et al. 2018) und wie viele Kombinationen aus Spielelementen und Gamification-Techniken in den Kursen anwenden sollen. Zwar könnte die Dauer des Unterrichts und die bevorzugte Methodik die Motivation der Studierenden

beeinflussen, doch ist es ebenso wahrscheinlich, dass ein ungenügend strukturierter gamifizierter Kurs die Motivation des Lernenden negativ beeinflusst.

Die Befürworter der Gamification schlagen die Verschönerung eines bestehenden Kurses mit der Hinfügung von Spielelementen wie " Punkte, Badges und Leaderboards, allgemein bekannt als PBL leaderboards" sowie Belohnungen und Wettbewerben. Die reiche Kombination von Points, Badges und Leaderboards mit Apps wie Duolingo, Memrise und HelloTalk würde die schnelle Fähigkeitsentwicklung der Kursteilnehmer unterstützen und ihr Selbstvertrauen stärken. Dabei werden dem System sowohl Belohnungen als auch Wettbewerb hinzugefügt (siehe Huotari & Hamari, 2017; Werbach & Hunter, 2012; Alexander et al 2019, S. 2). Darüber hinaus sollte die Verwendung von Badges oder einem anderen belohnungsorientierten System die Lernenden zu kompetitiveren Aufgaben motivieren (Glover, Campbell, Latig, Norris, Toner und Tse, 2012)

Alle diese können sogar in größeren Klassenzimmern gebraucht werden, wenn die Studierende in kleineren Gruppen geteilt werden und der Fortschritt der Studierenden mit Hilfe von Socrative Unterrichtstool und seinen Funktionen überwacht werden. Auch sollten längere Kurse mehr Kombinationen aus Spielelementen und Gamification-Techniken enthalten, um die Motivation auf einem hohen Niveau zu halten.

Bruckman (1999, S. 75) warnt aber, dass solcher Versuch nicht mehr als „schokoladengetränkter Brokkoli“ ist. Das heißt, ein Versuch der „Brokkoli“- (das Unterricht) in „Schokoladen“ (Gamification) zu versüßen. Die Studierenden werden wissen, dass es immer noch das gleiche alte Unterricht ist, obwohl sie für ihre Arbeit ein Badge erhalten können. Deterding (2011) schlägt deshalb eine zweistufige Formel vor, um sinnvolle Erfahrungen zu planen: Ziele + Regeln = interessante Aufgabenstellungen, während interessante Aufgabenstellungen + klares Feedback = sinnvolle Erfahrungen.

Für die nigerianische Deutschstudierende ist diese Formel sinnvoll, da aus Erfahrung reagieren die Studierende sehr gut auf Belohnungen und Wettbewerb soweit sie nicht zu oft gemacht werden. Sonst wird es wieder langweilig, weil sie dann wissen, was im Unterricht vorkommt. Auch wird es für die schwächere Lernende entmutigend, wenn sie immer beim Wettbewerb verlieren oder nie belohnt werden.

Wissenschaftler wie Butler (2015), Kapp (2014), & Lazzaro (2004) erklären weiter, dass die Studierenden bei der Gamification für die Beherrschung, die Lösung von Herausforderungen

und den Umgang mit Anderen spielen. Alle diese sind beim Deutschunterricht an den Universitäten wichtig, weil es nicht darum geht, nur Deutsch sprechen und lesen zu können, sondern die Sprache richtig studieren und analysieren zu können. Die Studierenden müssen die Regel der Sprache beherrschen besonders bei der Grammatik. Da das Lernen ein kognitives Ereignis ist, müssen sie selbst Lösungen zu Problemen oder Herausforderungen herausdenken besonders bei der Einzelarbeit. Gruppenarbeit ist auch wegen der beträchtlichen Anzahl der Studierende im Unterricht unvermeidbar. Daher müssen die Spielelemente aus den Aspekten der obengenannten Aktivitäten herauskommen, die für den Lernenden bedeutsam sind (Stott & Neustaedter, 2013).

Viele nigerianische DeutschdozentInnen können argumentieren, dass sie schon versuchen ihre Studierende mit Aktivitäten und Computerarbeit zu motivieren oder engagieren (besonders beim Phonetik- und Audio-Visuell Unterricht) aber hier geht es um einen absichtlichen geplanten Unterricht mit bestimmten Spielelementen zu spezifischen Zwecken. Gamifizierung bedeutet nicht einfach die Existenz einiger Spielelemente in einem Nicht-Spielkontext, sondern wie Lee & Hammer (2011) erklärt die zielgerichtete Nutzung und Anwendung der (ausgewählten) Elemente im Kontext des spezifischen Unterrichts.

4. Zusammenfassung und Empfehlungen

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Anwendung von Gamification beim Zweits- bzw. Fremdsprachlernen aufgrund der vorgelegten Informationen einen positiven Beitrag zur Lernerfahrung leistet. Gleichzeitig müssen mit Vorsicht bei der Umsetzung von Gamification vorgegangen werden, da das Konzept der Gamification zwar einfach aussieht, aber effektives gamifiziertes Lernen ist nicht einfach zu erreichen. Die Anwendung von Gamification im Fremdsprachen-Klassenraum fördert das Lernen von Schreiben, Lesen und Sprechen und motiviert zur Zusammenarbeit und Interaktion. Für den nigerianischen Deutschunterricht soll das Sprachniveau der Lernenden in Betracht gezogen werden, bevor man Gamification hinzufügt. Zum Beispiel wird es schwierig sein, Gamification im ersten Semester des Deutschstudiums an der Universität einzufügen, weil die Studierenden als Anfänger sehr wenig Deutsch zur Verfügung haben und können die Sprache kaum lesen oder verstehen. Auch haben viele von ihnen viel Angst und Unsicherheit am Anfang des Deutschstudiums.

Zusätzlich haben viele Studierende wenige „innere“ Motivation, weil sie die Sprache eigentlich nicht studieren wollten. Die meisten wollten Kurse wie Jura, Anglistik, Linguistik

usw. studieren aber waren für den Kurs nicht qualifiziert. Sie nehmen dann Deutsch als nur die einzige Angelegenheit übrig, eine Zulassung zur Universität zu sichern. Beim zweiten Semester aber kann man langsam Spielelemente im Deutschunterricht integrieren. Das zweite und dritte Studienjahre bieten meiner Meinung nach, die beste Gelegenheit an, Gamification im Deutschunterricht zu verwenden. Im vierten Jahr befinden die Deutschstudierende sich akademisch unter Stress, da sie viel Akademisches tun müssen und sie können Gamification Techniken als Zeitverschwendung sehen.

Die Mehrzahl der bereits gestellten Autoren teilt die Meinung, dass die Gamifizierung das Potenzial hat, das Lernen zu verbessern, wenn sie gut gestaltet und richtig eingesetzt wird. Durch Gamification ist der Lehrkraft in der Lage, sinnvolle Erfahrungen zu schaffen, die sich von einer einfach Spiel-Denk-Mentalität zu einer techno-konstruktivistischen Mentalität bewegen. Es wird daher vorgeschlagen, dass nigerianische Deutschlehrende das technische und pädagogische Know-how erwerben sollen. Zusätzlich sollen mehr Untersuchungen über die motivierende Wirkung der Verwendung einzelner Spielelemente in bestimmten Bildungskontexten und für bestimmte Gruppen von Lernenden durchgeführt werden sowie welche Spielelemente sie in welchem Kurs hin fügen können und wie sie es tun sollen. Solche Untersuchungen würden die nigerianischen Lehrkräfte adäquate informieren, und ihnen bei der Entscheidung helfen, welche Spielelemente in ihrem spezifischen Kontext eingesetzt werden sollen um ihre Kurse zu gamifizieren. Nigerianische Deutschlehrer sollen die oben genannten Vorschläge berücksichtigen, wenn sie Gamification in ihrem Deutschunterricht benutzen möchten. Diese Theorie sollen auf andere Universitäten und Sprachschulen in Nigeria ausgeweitet werden, um ihre Anwendbarkeit aufgrund von Faktoren, Vorteilen und Herausforderungen, die den Institutionen sind, zu bestimmen.

Begutachtung: Extern begutachtet.

Autorenbeiträge: Beitragskonzept/-konstruktion- M.A., O.O.; Beitragsentwurf- Ö.A.; Kritische Inhaltsüberprüfung- O.O.; Endbestätigung und Verantwortung- M.A., O.O.

Interessenkonflikt: Es besteht kein Interessenkonflikt.

Finanzielle Förderung: Dieser Beitrag wurde von keiner Institution finanziell unterstützt.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Conception/Design of Study- M.A., O.O.; Drafting Manuscript- M.A.; Critical Revision of Manuscript- O.O.; Final Approval and Accountability- M.A., O.O.

Conflict of Interest: The authors have no conflict of interest to declare.

Grant Support: The author declared that this study has received no financial support.

Literaturverzeichnis

- Alex, A., & Schippers, M. C. (2018). *Digital Game Elements, User Experience And Learning: a Conceptual Framework*. *Educ Inf Technol* 23:2545, <https://doi.org/10.1007/s10639-018-9730-6> zuletzt abgerufen am 15.12.2020.
- Alexander, J. A., Cruz, L. E., & Torrence, M. L. (2019). Gold Star: Enhancing Student Engagement Through Gameful Teaching and Learning. [https://www.ideaedu.org/Portals/0/Uploads/Documents/IDEA Papers/IDEA Papers/Gold_Star_Enhancing_Student_Engagement_IDEA_Paper_75.pdf](https://www.ideaedu.org/Portals/0/Uploads/Documents/IDEA%20Papers/IDEA%20Papers/Gold_Star_Enhancing_Student_Engagement_IDEA_Paper_75.pdf) Alexander et al. zuletzt abgerufen am 12.02.2021.
- Alomair, Y., & Hammami, S. (2019). *A Review of Gamified Techniques for Foreign Language Learning*. *J. Edu. Res. Rev.* 7(11): 223-238., Research Article | Published November 2019 | Volume 7, Issue 11, pp. 223-238. doi: https://doi.org/10.33495/jerr_v7i11.19.150 zuletzt abgerufen am 13.12.2020.
- Bellotti, F., Berta, R., & De Gloria, A. (2010). Design Effective Serious Games: Opportunities and Challenges for Research. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 5, 22-35.
- Breuer, M. (2011). Was Ist Gamification? URL: <https://www.xing.com/communities/posts/was-ist-eigentlich-gamification> zuletzt abgerufen am 16.12.2020.
- Bruckman, A. (1999). The Day After Net Day: Approaches to Educational Use of the Internet. *Convergence*, 5(1), 24-46. <https://doi.org/10.1177/135485659900500104>, zuletzt abgerufen am 26.12.2020.
- Butler, C. (2015). "Applied Behavioral Economics: A Game Designer's Perspective". In Reiners T., Wood L. (eds) *Gamification in Education And Business*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-10208-5_5 zuletzt abgerufen am 16.12.2020.
- Cheong, C., Cheong, F., & Filippou, J. (2013). "Quick Quiz: A gamified Approach for Enhancing Learning". Paper presented at the Pacific Asia Conference on Information Systems, Jeju Island, Korea, 18-22 June (1-14), *PACIS 2013 Proceedings*.
- Cohen, Aaron M. "The Gamification of Education". In *The Futurist; Washington* Vol. 45, Iss. 5, (Sep/Oct 2011): 16-17.
- Coonradt, C. (2007). *The Game of Work: How to Enjoy Work as Much as Play*. Gibbs Smith.
- Coutinho, S. (2019) "Is Gamifying Your Curriculum a Win or a Loss?" *Technology and the Curriculum: Summer 2019*. <https://techandcurr2019.pressbooks.com/chapter/gamifying-win-or-loss/> zuletzt abgerufen am 22.02.2021.
- Criticisms of Gamification in Education. (2017, May 12). Retrieved from <https://study.com/academy/lesson/criticisms-of-gamification-in-education.html>. zuletzt abgerufen im März, 2021.
- de Freitas, A. & de Freitas, M. (2013). Classroom Live: A Software-Assisted Gamification Tool. *Computer Science Education*. 23. 186-206. 10.1080/08993408.2013.780449. https://www.researchgate.net/publication/258761381_Classroom_Live_A_software-assisted_gamification_tool, zuletzt abgerufen im März, 2021.
- Deterring, S., Khaled, R., Nacke, L., & Dixon, D. (2011): *Gamification: Toward a Definition*, Proceedings of Workshop on Gamification at the ACM International Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI).

- Dickey, M. D. (2005). "Engaging by design: how engagement strategies in popular computer and video games can inform instructional design". In *Education Training Research and Development*, 53(2), 67-83.
- Fabula games.de, "Serious Games: Spielend zu neuer Motivation und erfolgreicher Weiterbildung" <https://fabula-games.de/serious-games-spielend-zu-neuer-motivation-und-erfolgreicher-weiterbildung/> zuletzt abgerufen im März, 2021.
- Ferrão, S. Tao, J., & Silva, R. (2019). Success Factors for Using Gamification in Language Teaching. International Symposium on Computers in Education (SIIE).
- Feuser (1997). "Germanistik und Interdisziplinarität in Afrika". In *NAToG Journal, Journal of the Nigerian Association of Teachers of German*, Vol. 2.
- Figueroa, J. (2015). "Using Gamification to Enhance Second Language Learning". In *Digital Education Review*, 21, 32-54. <http://greav.ub.edu/der> [zuletzt abgerufen am 26/12/2020].
- Fogg, B. J. (2009). "A Behavior Model for Persuasive Design". In S. Chatterjee & P. Dev. (Eds.), *Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive Technology* New York, NY: ACM.
- Furdu, I., & Tomozei, C. & Köse, U. (2017). "Pros and Cons Gamification and Gaming in Classroom". In *Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*. 8. 56-62.
- Gamification im Klassenzimmer, Vor- und Nachteile (n.d) https://madreshoy.com/de/Gamification-in-Klassenzimmern-Vorteile-Nachteile/#Desventajas_de_la_gamificacion zuletzt abgerufen am 18.12.2020.
- Gamification In eLearning. 6 Killer Examples of Gamification In eLearning. (2017). <https://elearningindustry.com/6-killer-examples-gamification-in-elearning> zuletzt abgerufen am 12.02.2021.
- Garland, Christopher M., (2015). "Gamification and Implications for Second Language Education: A Meta Analysis" (2015). In *Culminating Projects in English. Paper 40*. URL:<https://pdfs.semanticscholar.org/9c92/fa00401e1fe07a02090db482a1f3bb6a3b98.pdf>, zuletzt abgerufen am 12.11.2019.
- Glover, I., Campbell, A., Latif, F., Norris, L., Toner, J., & Tse, C. (2012). "A Tale of One City: Intrainstitutional Variations". In *Migrating VLE Platform. Research In Learning Technology*, 20.
- Huang Hsin Yuan, W., & Soman, D. (2013). *A Practitioner's Guide to Gamification of Education. Research Report Series: Behavioral Economics in Action*. University of Toronto –Rotman School of Management.
- Huotari, K., & Hamari, J. (2017). *Electronic Markets* 27, 21-31. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0212-z> zuletzt abgerufen am 12.12.2020.
- Informatik und Bildung IUG (2013), „Vor- und Nachteile von Gamification“ http://www.informatik.uni-oldenburg.de/~iug13/ib/gamification_vorteile_und_nachteile.html zuletzt abgerufen am 18.12.2020.
- Kapp, Karl M. (2012). *The Gamification of Learning and Instruction: Game based Methods for Training and Education*. San Francisco: Pfeiffer & Co., John Wiley & Sons. ISBN 9781118096345.
- Kapp, K. (2014). "Gamification: Separating fact from fiction", *Chief Learning Officer*, Volume 13, Issue 3, Pp. 45-52. [http://cedma-europe.org/newsletter%20articles/Clomedia/Gamification%20-%20Separating%20Fact%20from%20Fiction%20\(Mar%2014\).pdf](http://cedma-europe.org/newsletter%20articles/Clomedia/Gamification%20-%20Separating%20Fact%20from%20Fiction%20(Mar%2014).pdf) zuletzt abgerufen am 20.12.2020.

- Kiryakova, G., Angelova, N., & Yordanova, L. (2014). Gamification in education. In *Proceedings of 9th International Balkan Education and Science Conference, Dubrovnik, Croatia*. <https://www.semanticscholar.org/paper/Gamification-in-education-Kiryakova-Angelova/9383afbea3feba675aa536a0926edc12438bb406> zuletzt abgerufen am 20.09.2020.
- Kohler, J. (2016). Gamification im Kontext des Fremdsprachenerwerbs Erstellung eines Software- Prototyps für das Fach „Deutsch als Fremdsprache“ Diplomarbeit zur Erlangung des Grades DIPLOM-INFORMATIKERIN im Studiengang Computervisualistik.
- Kumar und Herger, 2013 Source: Kumar, J. M. & Herger, M. (2013). Gamification at Work: Designing Engaging Business Software. Know Your Player https://nanopdf.com/download/gamification-idc_pdf. zuletzt abgerufen am 20.12.2020.
- Landers, R. N. (2014). *Developing a Theory of Gamified Learning: Linking Serious Games and Gamification of Learning. Simulation & Gaming*, 45(6), 752-768. doi:10.1177/1046878114563660.
- Lazzaro, N. (2004). *Why We Play Games: Four Keys to More Emotion Without Story*. Technical Report, XEO Desig inc.
- Lee, J. J., & Hammer, J. (2011). "Gamification in Education: What, How, Why Bother?". In *Academic Exchange Quarterly*, 15(2), 1-5.
- Madreshoy.com, "Gamification in the classroom, advantages and disadvantages"
"<https://madreshoy.com/en/gamification-in-classrooms-advantages-disadvantages/> zuletzt abgerufen am 18.12.2020.
- Martens, A., & Müller, W. (2017:911) *Gamification. Handbook of Digital Games and Entertainment Technologies*, Springer.
- Meece, J. L., Anderman, E. M., & Anderman, L. H. (2006). Classroom Goal Structure, Student Motivation, and Academic Achievement. *Annual Review of Psychology*, 57, 487-503.
- Nelson, M. (2012). "Soviet and American Precursors to the Gamification of Work". In *Lugmayr, A., editor, MindTrek*, (S: 23–26). ACM.
- Oyedele, O. (2007). "German Studies in Nigeria from Inception till the new Millennium", *Ife Journal of Foreign Languages (IJOFOL)* 6: 127-149. ISSN1116-5480.
- Pappas (2013). Gamify the Classroom. <http://elearningindustry.com/gamify-the-classroom> zuletzt abgerufen am 24.12.2021.
- Pastor-Pina, H., | Satorre Cuerda, R. Molina-Carmona, Gallego-Durán, F. J. (2015). "Can Moodle Be Used for Structural Gamification? International Association of Technology, Education and Development (IATED), Proceedings of the 9th International Technology, Education and Development Conference : 2nd-4th March 2015, Madrid. ISBN 978-84-606-5763-7, S. 1014-1021. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/45848>. zuletzt abgerufen am 15.12.2020.
- Preisig, L. (2016). Der Einfluss von Gamification auf die Selbstlernkompetenz und den Lernerfolg von Studierenden. Masterarbeit an der Universität St. Gallen.

- Prensky, M. (2001). "Digital Natives, Digital Immigrant, Part II: Do They Really Think Differently?" In *On the Horizon*, 9 (6), 1-9.
- Şahin, M. C., & Arslan Namli, N. (2016) "Gamification and Effects on Students' Science Lesson Achievement". *International Journal on New Trends in Education and Their Implications*, January 2016, Volume: 7 Issue: 1 Article: 04 ISSN 1309-6249 S.44.
- Schedler, M. (2020). „Mit Gamification spielend die Schulen verändern. Gamification als Zauberinstrument für motivierendes Lernen?" *Pädagogische Hochschule Vorarlberg | F&E Edition* 26.
- Smith-Robbins, S. (2011). "This Game Sucks: How to Improve the Gamification of Education". *Educause Review*, 46 (1), 58-59. <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ERM1117.pdf>, zuletzt abgerufen am 12.01.2021.
- Stewart, K. (2021) What are the Advantages and Disadvantages of Gamification? <https://www.turning.com/blog/what-are-the-advantages-and-disadvantages-of-gamification?>, zuletzt abgerufen am 30.09. 2021.
- Stott, A., & Neustaedter, C. (2013) *Analysis of Gamification in Education*, Technical Report 2013-0422-01, Connections Lab, Simon Fraser University, Surrey, BC, Canada, April. <http://clab.iat.sfu.ca/pubs/Stott-Gamification.pdf>. zuletzt abgerufen am 22.02.2021.
- Student's Information Handbook, Department of Foreign Languages, Faculty of Arts, Obafemi Awolowo University. 2016-2020.
- Study.com, "Criticisms of Gamification in Education", <https://study.com/academy/lesson/criticisms-of-gamification-in-education.html>. zuletzt abgerufen am 18.03.2021.
- Turner, C., Dierksheide, J., & Anderson, P. (2014). „Learn2Mine: Data Science Practice and Education Through Gameful Experiences". In *International Journal of e-Education, e-Business, e-Management, and e-Learning*, 4(3), 243-248.
- Watkins, V., & Neef, A. (2019). *Spielend in die Zukunft. Wie kann strategische Zukunftsarbeit vom Gamification-Trend profitieren?*The Foresight Company, Anna-Schneider-Steig 2. Z_punkt GmbH. <https://z-punkt.de/uploads/files/gamification.pdf>. zuletzt abgerufen am 12. 02 2021.
- Werbach, K., & Hunter, D. (2012). *For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*. Philadelphia, PA: Wharton Digital Press.
- Werbach, K., (2014). „(Re)Defining Gamification: A Process Approach". In *Persuasive Technology: 9th International Conference, PERSUASIVE 2014*, Padua, Italy, May 21-23, 2014. Proceedings. Hrsg. von Spagnolli, Anna, Chittaro, Luca und Gamberini, Luciano. Springer International Publishing, S. 266–272. DOI: 10.1007/978-3-319-07127-5_23.
- Zichermann, G., & Cunningham, C. (2011). *Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps*. Hrsg. von Treseler, Mary. O'Reilly Media.

TANIM

Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi - Studien zur deutschen Sprache und Literatur, İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Alman Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı tarafından 1954 yılından beri yayınlanan, uluslararası, hakemli, açık erişimli yılda iki kere Haziran ve Aralık aylarında çıkarılan bilimsel bir dergidir.

AMAÇ KAPSAM

Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi - Studien zur deutschen Sprache und Literatur dergisinde, Alman dili ve edebiyatına odaklanılarak yapılan edebiyat bilimi, dilbilim, kültürbilimi, medyabilimi, çeviribilim ve dil öğretimi alanlarındaki disiplinler ve/veya disiplinlerarası, kuramsal ve/veya uygulamalı çalışmalar yer almaktadır. Dergi bu alanlarda bilimsel bilginin paylaşıldığı global bir platform oluşturmayı amaçlar.

Dergide, araştırma makalelerinin yanı sıra, yukarıda sıralanan alanlarda yazılmış bilimsel kitapların tanıtıldığı inceleme yazılarına ve yine aynı alanlarda düzenlenen ulusal veya uluslararası kongrelerin tanıtım yazılarına da yer verilmektedir. Derginin yayın dilleri Almanca, İngilizce ve Türkçe'dir. Derginin hedef kitlesini akademisyenler, araştırmacılar, profesyoneller, lisansüstü öğrenciler ve ilgili mesleki, akademik kurum ve kuruluşlar oluşturur.

EDİTORYAL POLİTİKALAR VE HAKEM SÜRECİ

Yayın Politikası

Dergi yayın etiğinde en yüksek standartlara bağlıdır ve Committee on Publication Ethics (COPE), Directory of Open Access Journals (DOAJ), Open Access Scholarly Publishers Association (OASPA) ve World Association of Medical Editors (WAME) tarafından yayınlanan etik yayıncılık ilkelerini benimser; Principles of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing başlığı altında ifade edilen ilkeler için: <https://publicationethics.org/resources/guidelines-new/principles-transparency-and-best-practice-scholarly-publishing>

Gönderilen makaleler derginin amaç ve kapsamına uygun olmalıdır. Orijinal, yayınlanmamış ve başka bir dergide değerlendirme sürecinde olmayan, her bir yazar tarafından içeriği ve gönderimi onaylanmış yazılar değerlendirmeye kabul edilir.

Makale yayınlanmak üzere Dergiye gönderildikten sonra yazarlardan hiçbirinin ismi, tüm yazarların yazılı izni olmadan yazar listesinden silinemez ve yeni bir isim yazar olarak eklenemez ve yazar sırası değiştirilemez.

İntihal, duplikasyon, sahte yazarlık/inkar edilen yazarlık, araştırma/veri fabrikasyonu, makale dilimleme, dilimleyerek yayın, telif hakları ihlali ve çıkar çatışmasının gizlenmesi, etik dışı davranışlar olarak kabul edilir. Kabul edilen etik standartlara uygun olmayan tüm makaleler yayından çıkarılır. Buna yayından sonra tespit edilen olası kuraldışı, uygunsuzluklar içeren makaleler de dahildir.

İntihal

Ön kontrolden geçirilen makaleler, iThenticate yazılımı kullanılarak intihal için taranır. İntihal/ kendi kendine intihal tespit edilirse yazarlar bilgilendirilir. Editörler, gerekli olması halinde makaleyi değerlendirme ya da üretim sürecinin çeşitli aşamalarında intihal kontrolüne tabi tutabilirler. Yüksek benzerlik oranları, bir makalenin kabul edilmeden önce ve hatta kabul edildikten sonra reddedilmesine neden olabilir. Makalenin türüne bağlı olarak, bunun oranının %15 veya %20'den az olması beklenir.

Çift Kör Hakemlik

İntihal kontrolünden sonra, uygun olan makaleler baş editör tarafından orijinallik, metodoloji, işlenen konunun önemi ve dergi kapsamı ile uyumluluğu açısından değerlendirilir. Editör, makalelerin adil bir şekilde çift taraflı kör hakemlikten geçmesini sağlar ve makale biçimsel esaslara uygun ise, gelen yazıyı yurtiçinden ve /veya yurtdışından en az iki hakemin değerlendirmesine sunar, hakemler gerek gördüğü takdirde yazıda istenen değişiklikler yazarlar tarafından yapıldıktan sonra yayınlanmasına onay verir.

Açık Erişim İlkesi

Dergi açık erişimlidir ve derginin tüm içeriği okura ya da okurun dahil olduğu kuruma ücretsiz olarak sunulur. Okurlar, ticari amaç haricinde, yayıncı ya da yazardan izin almadan dergi makalelerinin tam metnini okuyabilir, indirebilir, kopyalayabilir, arayabilir ve link sağlayabilir. Bu BOAI açık erişim tanımıyla uyumludur.

Derginin açık erişimli makaleleri Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası (CC BY-NC 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.tr>) olarak lisanslıdır.

İşleme Ücreti

Derginin tüm giderleri İstanbul Üniversitesi tarafından karşılanmaktadır. Dergide makale yayını ve makale süreçlerinin yürütülmesi ücrete tabi değildir. Dergiye gönderilen ya da yayın için kabul edilen makaleler için işleme ücreti ya da gönderim ücreti alınmaz.

Telif Hakkında

Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası (CC BY-NC 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.tr> olarak lisanslıdır. CC BY-NC 4.0 lisansı, eserin ticari kullanım dışında her boyut ve formatta paylaşılmasına, kopyalanmasına, çoğaltılmasına ve orijinal esere uygun şekilde atıfta bulunmak kaydıyla yeniden düzenleme, dönüştürme ve eserin üzerine inşa etme dâhil adapte edilmesine izin verir.

Hakem Süreci

Daha önce yayınlanmamış ya da yayınlanmak üzere başka bir dergide halen değerlendirmede olmayan ve her bir yazar tarafından onaylanan makaleler değerlendirilmek üzere kabul edilir. Gönderilen ve ön kontrolü geçen makaleler iThenticate yazılımı kullanılarak intihal için taranır. İntihal kontrolünden sonra, uygun olan makaleler baş editör tarafından orijinallik, metodoloji, işlenen konunun önemi ve dergi kapsamı ile uyumluluğu açısından değerlendirilir. Baş editör, makaleleri, yazarların etnik kökeninden, cinsiyetinden, cinsel yöneliminden, uyuğundan, dini inancından ve siyasi felsefesinden bağımsız olarak değerlendirir. Yayına gönderilen makalelerin adil bir şekilde çift taraflı kör hakem değerlendirmesinden geçmelerini sağlar.

Seçilen makaleler en az iki ulusal/uluslararası hakeme değerlendirmeye gönderilir; yayın kararı, hakemlerin talepleri doğrultusunda yazarların gerçekleştirdiği düzenlemelerin ve hakem sürecinin sonrasında baş editör tarafından verilir.

Hakemlerin değerlendirmeleri objektif olmalıdır. Hakem süreci sırasında hakemlerin aşağıdaki hususları dikkate alarak değerlendirmelerini yapmaları beklenir.

- Makale yeni ve önemli bir bilgi içeriyor mu?
- Öz, makalenin içeriğini net ve düzgün bir şekilde tanımlıyor mu?
- Yöntem bütünlüklü ve anlaşılır şekilde tanımlanmış mı?
- Yapılan yorum ve varılan sonuçlar bulgularla kanıtlanıyor mu?
- Alandaki diğer çalışmalara yeterli referans verilmiş mi?
- Dil kalitesi yeterli mi?

Hakemler, gönderilen makalelere ilişkin tüm bilginin, makale yayınlanana kadar gizli kalmasını sağlamalı ve yazar tarafında herhangi bir telif hakkı ihlali ve intihal fark ederlerse editöre raporlamalıdır. Hakem, makale konusu hakkında kendini vasıflı hissetmiyor ya da zamanında geri dönüş sağlaması mümkün görünmüyorsa, editöre bu durumu bildirmeli ve hakem sürecine kendisini dahil etmemesini istemelidir.

Değerlendirme sürecinde editör hakemlere gözden geçirme için gönderilen makalelerin, yazarların özel mülkü olduğunu ve bunun imtiyazlı bir iletişim olduğunu açıkça belirtir. Hakemler ve yayın kurulu üyeleri başka kişilerle makaleleri tartışamazlar. Hakemlerin kimliğinin gizli kalmasına özen gösterilmelidir.

YAYIN ETİĞİ VE İLKELER

Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi - Studien zur deutschen Sprache und Literatur, yayın etiğinde en yüksek standartlara bağlıdır ve Committee on Publication Ethics (COPE), Directory of Open Access Journals (DOAJ), Open Access Scholarly Publishers Association (OASPA) ve World Association of Medical Editors (WAME) tarafından yayınlanan etik yayıncılık ilkelerini benimser; Principles

of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing başlığı altında ifade edilen ilkeler için adres: <https://publicationethics.org/resources/guidelines-new/principles-transparency-and-best-practice-scholarly-publishing>

Gönderilen tüm makaleler orijinal, yayınlanmamış ve başka bir dergide değerlendirme sürecinde olmamalıdır. Her bir makale editörlerden biri ve en az iki hakem tarafından çift kör değerlendirmeden geçirilir. İntihal, duplikasyon, sahte yazarlık/inkar edilen yazarlık, araştırma/veri fabrikasyonu, makale dilimleme, dilimleyerek yayın, telif hakları ihlali ve çıkar çatışmasının gizlenmesi, etik dışı davranışlar olarak kabul edilir.

Kabul edilen etik standartlara uygun olmayan tüm makaleler yayından çıkarılır. Buna yayından sonra tespit edilen olası kuraldışı, uygunsuzluklar içeren makaleler de dahildir.

Yazarların Sorumluluğu

Makalelerin bilimsel ve etik kurallara uygunluğu yazarların sorumluluğundadır. Yazar makalenin orijinal olduğu, daha önce başka bir yerde yayınlanmadığı ve başka bir yerde, başka bir dilde yayınlanmak üzere değerlendirmede olmadığını beyan etmelidir. Uygulamadaki telif kanunları ve anlaşmaları gözetilmelidir. Telifle bağlı materyaller (örneğin tablolar, şekiller veya büyük alıntılar) gerekli izin ve teşekkürle kullanılmalıdır. Başka yazarların, katkıda bulunanların çalışmaları ya da yararlanan kaynaklar uygun biçimde kullanılmalı ve referanslarda belirtilmelidir.

Gönderilen makalede tüm yazarların akademik ve bilimsel olarak doğrudan katkısı olmalıdır, bu bağlamda “yazar” yayınlanan bir araştırmanın kavramsallaştırılmasına ve dizaynına, verilerin elde edilmesine, analizine ya da yorumlanmasına belirgin katkı yapan, yazının yazılması ya da bunun içerik açısından eleştirel biçimde gözden geçirilmesinde görev yapan birisi olarak görülür. Yazar olabilmenin diğer koşulları ise, makaledeki çalışmayı planlamak veya icra etmek ve / veya revize etmektir. Fon sağlanması, veri toplanması ya da araştırma grubunun genel süpervizyonu tek başına yazarlık hakkı kazandırmaz. Yazar olarak gösterilen tüm bireyler sayılan tüm ölçütleri karşılamalıdır ve yukarıdaki ölçütleri karşılayan her birey yazar olarak gösterilebilir. Yazarların isim sıralaması ortak verilen bir karar olmalıdır. Tüm yazarlar yazar sıralamasını [Telif Hakkı Anlaşması Formunda](#) imzalı olarak belirtmek zorundadırlar.

Yazarlık için yeterli ölçütleri karşılamayan ancak çalışmaya katkısı olan tüm bireyler “teşekkür” kısmında sıralanmalıdır. Bunlara örnek olarak ise sadece teknik destek sağlayan, yazıma yardımcı olan ya da sadece genel bir destek sağlayan, finansal ve materyal desteği sunan kişiler verilebilir. Bütün yazarlar, araştırmanın sonuçlarını ya da bilimsel değerlendirmeyi etkileyebilme potansiyeli olan finansal ilişkiler, çıkar çatışması ve çıkar rekabetini beyan etmelidirler. Bir yazar kendi yayınlanmış yazısında belirgin bir hata ya da yanlışlık tespit ederse, bu yanlışlıklara ilişkin düzeltme ya da geri çekme için editör ile hemen temasa geçme ve işbirliği yapma sorumluluğunu taşır.

Editör ve Hakem Sorumlulukları

Baş editör, yayına gönderilen makalelerin adil bir şekilde çift taraflı kör hakem değerlendirmesinden geçmelerini sağlar. Gönderilen makalelere ilişkin tüm bilginin, makale yayınlanana kadar gizli kalacağını garanti eder. Baş editör içerik ve yayının toplam kalitesinden sorumludur. Gereğinde hata sayfası yayınlamalı ya da düzeltme yapmalıdır.

Baş editör; yazarlar, editörler ve hakemler arasında çıkar çatışmasına izin vermez. Hakem atama konusunda tam yetkiye sahiptir ve Dergide yayınlanacak makalelerle ilgili nihai kararı vermekle yükümlüdür.

Hakemlerin araştırmayla ilgili, yazarlarla ve/veya araştırmının finansal destekçileriyle çıkar çatışmaları olmamalıdır. Değerlendirmelerinin sonucunda tarafsız bir yargıya varmalıdırlar. Gönderilmiş yazılara ilişkin tüm bilginin gizli tutulmasını sağlamalı ve yazar tarafında herhangi bir telif hakkı ihlali ve intihal fark ederlerse editöre raporlamalıdırlar. Hakem, makale konusu hakkında kendini vasıflı hissetmiyor ya da zamanında geri dönüş sağlaması mümkün görünmüyorsa, editöre bu durumu bildirmeli ve hakem sürecine kendisini dahil etmemesini istemelidir.

Değerlendirme sürecinde editör hakemlere gözden geçirme için gönderilen makalelerin, yazarların özel mülkü olduğunu ve bunun imtiyazlı bir iletişim olduğunu açıkça belirtir. Hakemler ve yayın kurulu üyeleri başka kişilerle makaleleri tartışamazlar. Hakemlerin kimliğinin gizli kalmasına özen gösterilmelidir. Bazı durumlarda editörün kararıyla, ilgili hakemlerin makaleye ait yorumları aynı makaleyi yorumlayan diğer hakemlere gönderilerek hakemlerin bu süreçte aydınlatılması sağlanabilir.

YAZILARIN HAZIRLANMASI

Dil

Dergide Türkçe, Almanca ve İngilizce makaleler yayınlanır. Her makalede, makale dilinde öz ve İngilizce öz olmalıdır. Tüm makalelerde ayrıca İngilizce geniş özet yer almalıdır.

Aksi belirtilmedikçe gönderilen yazılarla ilgili tüm yazışmalar ilk yazarla yapılacaktır. Makale gönderimi online olarak ve <http://sdsl.istanbul.edu.tr> üzerinden yapılmalıdır. Gönderilen yazılar, yazının yayınlanmak üzere gönderildiğini ifade eden, makale türünü belirten ve makaleyle ilgili detayları içeren (bkz: Son Kontrol Listesi) bir mektup; yazının elektronik formunu içeren Microsoft Word 2003 ve üzerindeki versiyonları ile yazılmış elektronik dosya ve tüm yazarların imzaladığı [Telif Hakkı Anlaşması Formu](#) eklenerek gönderilmelidir.

1. Çalışmalar, A4 boyutundaki kağıdın bir yüzüne, üst, alt, sağ ve sol taraftan 2,5 cm. boşluk bırakılarak, 10 punto Times New Roman harf karakterleriyle ve 1,5 satır aralık ölçüsü ile ve iki yana yaslı olarak hazırlanmalıdır. Paragraf başlarında tab tuşu kullanılmalıdır.

2. Metnin başlığı küçük harf, koyu renk, Times New Roman yazı tipi olarak sayfanın ortasında yer almalıdır.
3. Giriş bölümünden önce 200-250 kelimelik çalışmanın kapsamını, amacını, ulaşılan sonuçları ve kullanılan yöntemi kaydeden makale dilinde ve İngilizce öz ile 600-650 kelimelik İngilizce genişletilmiş özet yer almalıdır. Çalışmanın İngilizce başlığı İngilizce özün üzerinde yer almalıdır. İngilizce ve makale dilinde özlerin altında çalışmanın içeriğini temsil eden, makale dilinde 5 adet, İngilizce 5 adet anahtar kelime yer almalıdır.
4. Çalışmaların başlıca şu unsurları içermesi gerekmektedir: Makale dilinde başlık, öz ve anahtar kelimeler; İngilizce başlık öz ve anahtar kelimeler; İngilizce genişletilmiş özet, ana metin bölümleri, son notlar ve kaynaklar.
5. Nicel ve nitel çalışmalar, Giriş, Yöntem, Bulgular, Tartışma bölümlerini içermelidir. Yöntem kısmında, eğer özgün bir model kullanılmışsa, model alt bölümü ile mutlaka Örneklem/Çalışma Grubu, Veri Toplama Araçları ve İşlem alt bölümleri bulunmalıdır.
6. Çalışmalarda tablo, grafik ve şekil gibi göstergeler çalışmanın takip edilebilmesi açısından numaralandırılarak, tanımlayıcı bir başlık ile birlikte metin içinde verilmelidir.
7. Yayınlanmak üzere gönderilen makale ile birlikte yazar bilgilerini içeren kapak sayfası gönderilmelidir. Kapak sayfasında, makalenin başlığı, yazar veya yazarların bağlı oldukları kurum ve unvanları, kendilerine ulaşılabilecek adresler, telefon numarası, e-posta adresleri ve ORCID'leri yer almalıdır (bkz. Son Kontrol Listesi).
8. Tablolar, Şekiller ve Resimler
Tablo, şekiller ve resimler bold olarak yazılmalıdır. Her tablo, şekil ve resim ayrı ayrı numaralandırılmalı ve tamamının içeriğini özetleyen bir başlığı olmalıdır. Tablo, şekil veya resimle ilgili belirtilmesi gereken daha detaylı bilgiler varsa dipnotta verilmelidir. Başlık ile tablo/şekil/resim arasında bir satır boşluk bırakılmalıdır.
Örnek: Tablo 1: Öğrencilerin Dil Kullanımı / Resim 1: René Magritte İmgelerinin Laneti
9. Metinde derginin yayın dilleri olan Türkçe, Almanca ve İngilizce haricindeki tüm sözcükler/tümceler italik yazılmalıdır.
Örnekler: 1968 führte Jacques Derrida den Begriff la différance in die Philosophie ein.
Lexikalisch zentral sind die Wörter pelle, rughe, viso und luce.
10. Metin içi alıntılar orijinal metinde nasılsa (italik/bold/düz) makalede de öyle verilmelidir. Uzunluğu en fazla 3 satıra kadar olan alıntılar şu noktalama işaretleri ile verilmelidir: "...“ (TR/İNG) „.....“ (ALM) ile, eğer daha uzunsu blok alıntı olarak ayrı verilmelidir. Daha uzun alıntılar blok alıntı biçiminde verilmeli ve kesinlikle tırnak işareti veya başka bir işaret kullanılmamalıdır. Her alıntının kaynağı (tarih ve sayfa numarası) belirtilmelidir.
Örnek: Almanca yazılmış bir makalede kısa alıntı > Die Szene eröffnet mit dem Ausspruch „Pietro Aretino war ein Spötter, / Und trotzdem hat ihn Tizian gemalt.“ (Wedekind, 2009, Band VII, 1, S. 275).
Almanca yazılmış bir makalede uzun alıntı > Gegen Ende der Szene stürmt der Polizeipräsident die Bühne und versucht, das Publikum vor der Nacktheit zu schützen:
Besteht das Publikum da unten vielleicht aus Paradieskindern? Nein! Besteht das Publikum aus lauter Geistesgrößen? Nein! Der normale Staatsbürger kann nun einmal die Wahrheit nicht hören und die Nacktheit nicht sehen, ohne außer Rand und Band zu geraten, ohne gemeingefährlich zu werden. (Wedekind, 2009, Band VII, 1, S. 281)

İngilizce yazılmış bir makalede kısa alıntı > Lennard J. Davis writes “To understand the disabled body, one must return to the concept of the norm, the normal body” (Davis, 1995, p. 23).

İngilizce yazılmış bir makalede uzun alıntı > The Author Lennard J. Davis continues, So much of writing about disability has focused on the disabled person as the object of study, just as the study of race has focused on the person of color. But as recent scholarship on race, which has turned its attention to whiteness, I would like to focus not so much on the construction of disability as on the construction of normalcy. I do this because the problem is not the person with disabilities; the problem is the way that normalcy is constructed to create the ‘problem’ of the disabled person. (Davis, 1995, pp. 23–24)

Türkçe yazılmış bir makalede kısa alıntı > Akşit Göktürk ütopya adasını “örnek yasalarla kurulmuş mutlu bir toplum düzeni” olarak tanımlar (Göktürk, 2012, s. 60-61).

Türkçe yazılmış bir makalede uzun alıntı > Batı’nın zamanı ideal tarihin inşasının kurucu ögesi olarak görmesi, Engelhardt’ı zamanın ve tarihin dışında bir şimdi yaratmaya sevk eder: Zira Engelhardt’ın, komodin olarak kullandığı bir kütüğün üzerine yerleştirdiği ve bir anahtar vasıtasıyla düzenli bir şekilde kurduğu saati tek bir kum tanesi yüzünden geri kalmaktaydı, kum tanesi kendisine saatin içinde yay ile vızıldayan küçük bir dişli arasında rahat bir yer bulmuştu ve sert, öğütülmüş mercan iskeletinden meydana geldiği için Kabakon zamanının minimal ölçüde yaşaymasında neden oluyordu (Kracht, 2012, s. 74)

11. Kaynakça başlığı Almanca “Literaturverzeichnis”, İngilizcede “References”, Türkçede “Kaynakça” olarak yazılmalıdır.
12. Özlerin başlığı Almanca ve İngilizcede “Abstract”, Türkçede “Öz” olarak belirtilmelidir.
13. Kitap adları vb. kısaltmalar kullanılacaksa mutlaka ilk kısaltıldığı yerde dipnot ile belirtilmelidir ve metnin devamında kısaltma olarak kullanılmalıdır.
Örnek: Kitap adı > Verwirrung der Gefühle (Zweig, 1926) > VG olarak kısaltıldıysa metnin tamamında VG olarak kullanılmalıdır.
Belli bir dönemin adı > World War I > WWI olarak kısaltıldıysa metnin tamamında WWI olarak kullanılmalıdır.
14. Metinde vurgulamak istenen sözcükler/sözcük öbekleri makale dili Almanca ise „.....“ İngilizce veya Türkçe ise ‘.....’ işaretleri içinde verilmelidir.
Örnek: Almanca yazılmış bir makalede > Haushofer perspektiviert die Natura us einem ‚femininien Stanpunkt‘.
İngilizce yazılmış bir makalede > As a matter of fact, this speaks about ‘hopelessness’ and ‘the way to uncertainty’.
Türkçe yazılmış bir makalede > Romandaki adada dış dünyada akıp giden zamanın aksine bir tür ‘zamansızlık’ hüküm sürer.
15. Bütün eser adları (Roman, Film, Şarkı, Dergi vs.) italik yazılır.
Örnek: Schachnovelle, Die Wand, Cosmopolitan, Frankfurter Allgemeine, Kaltes Klares Wasser
16. Özel isimler/kişi adları italik ya da bold olmamalıdır.
17. Başlık ve ara başlık kullanımı:
Makalede ara başlık kullanımı yazarın tercihinine bırakılmıştır. Eğer ara başlık kullanılacaksa metinde bütünlüğün sağlanması için tüm ara başlıklar numaralandırılmalıdır ve metnin tamamında

aynı sistem tercih edilmelidir. Sadece numaralardan oluşan ara başlıklar kullanılmamalıdır. Numaralandırmada yalnızca Arap rakamları (1, 2, 2.1, 2.2...) kullanılabilir. Romen rakamları, harfler veya farklı işaretler kullanılmamalıdır. Ara başlıklar makalenin tamamında bold yazılmalıdır. Başlıklarda eser adları kullanılacaksa mutlaka italik yazılmalıdır.

Örnek:

1 Einleitung

2 Erstes Kapitel

2.1 Erstes Unterkapitel des ersten Kapitels

2.2 Zweites Unterkapitel des ersten Kapitels

3 Zweites Kapitel

3.1 Erstes Unterkapitel des zweiten Kapitels

3.2 Zweites Unterkapitel des zweiten Kapitels

3.3 Drittes Unterkapitel des zweiten Kapitels

4 Drittes Kapitel

5 Schluss

Literaturverzeichnis

Anhang

18. Kurallar dâhilinde dergimize yayınlanmak üzere gönderilen çalışmaların her türlü sorumluluğu yazar/yazarlarına aittir.
19. Yayın kurulu ve hakem raporları doğrultusunda yazarlardan, metin üzerinde bazı düzeltmeler yapmaları istenebilir.
20. Dergiye gönderilen çalışmalar yayınlansın veya yayınlanmasın geri gönderilmez.

Kaynaklar

Kabul edilmiş ancak henüz sayıya dahil edilmemiş makaleler Early View olarak yayınlanır ve bu makalelere atıflar "advance online publication" şeklinde verilmelidir. Genel bir kaynaktan elde edilemeyecek temel bir konu olmadıkça "kişisel iletişime" atıfta bulunulmamalıdır. Eğer atıfta bulunulursa parantez içinde iletişim kurulan kişinin adı ve iletişimin tarihi belirtilmelidir. Bilimsel makaleler için yazarlar bu kaynaktan yazılı izin ve iletişimin doğruluğunu gösterir belge almalıdır. Kaynakların doğruluğundan yazar(lar) sorumludur. Tüm kaynaklar metinde belirtilmelidir. Kaynaklar alfabetik olarak sıralanmalıdır.

Referans Stili ve Formatı

Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi - Studien zur deutschen Sprache und Literatur, metin içi alıntılama ve kaynak gösterme için APA (American Psychological Association) kaynak sitilinin 6. edisyonunu benimser. APA 6. Edisyon hakkında bilgi için:

- American Psychological Association. (2010). Publication manual of the American Psychological Association (6th ed.). Washington, DC: APA.
- <http://www.apastyle.org/>

Kaynakların doğruluğundan yazar(lar) sorumludur. Tüm kaynaklar metinde belirtilmelidir. Kaynaklar aşağıdaki örneklerdeki gibi gösterilmelidir.

Metin İçinde Kaynak Gösterme

Kaynaklar metinde parantez içinde yazarların soyadı ve yayın tarihi yazılarak belirtilmelidir. Birden fazla kaynak gösterilecekse kaynaklar arasında (;) işareti kullanılmalıdır. Kaynaklar alfabetik olarak sıralanmalıdır.

Örnekler:

Birden fazla kaynak;

(Esin ve ark., 2002; Karasar 1995)

Tek yazarlı kaynak;

(Akyolcu, 2007)

İki yazarlı kaynak;

(Sayiner ve Demirci 2007, s. 72)

Üç, dört ve beş yazarlı kaynak;

Metin içinde ilk kullanımda: (Ailen, Ciabrune ve Welch 2000, s. 12–13) Metin içinde tekrarlayan kullanımlarda: (Ailen ve ark., 2000)

Altı ve daha çok yazarlı kaynak;

(Çavdar ve ark., 2003)

Kaynaklar Bölümünde Kaynak Gösterme

Kullanılan tüm kaynaklar metnin sonunda ayrı bir bölüm halinde yazar soyadlarına göre alfabetik olarak numaralandırılmadan verilmelidir.

Kaynak yazımı ile ilgili örnekler aşağıda verilmiştir.

Kitap

a) Türkçe Kitap

Karasar, N. (1995). *Araştırmalarda rapor hazırlama* (8.bs). Ankara: 3A Eğitim Danışmanlık Ltd.

b) Türkçeye Çevrilmiş Kitap

Mucchielli, A. (1991). *Zihniyetler* (A. Kotil, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

c) Editörlü Kitap

Ören, T., Üney, T. ve Çölkesen, R. (Ed.). (2006). *Türkiye bilişim ansiklopedisi*. İstanbul: Papatya Yayıncılık.

d) Çok Yazarlı Türkçe Kitap

Tonta, Y., Bitirim, Y. ve Sever, H. (2002). *Türkçe arama motorlarında performans değerlendirme*. Ankara: Total Bilişim.

e) İngilizce Kitap

Kamien R., & Kamien A. (2014). *Music: An appreciation*. New York, NY: McGraw-Hill Education.

f) İngilizce Kitap İçerisinde Bölüm

Bassett, C. (2006). Cultural studies and new media. In G. Hall & C. Birchall (Eds.), *New cultural studies: Adventures in theory* (pp. 220–237). Edinburgh, UK: Edinburgh University Press.

g) Türkçe Kitap İçerisinde Bölüm

Erkmen, T. (2012). Örgüt kültürü: Fonksiyonları, öğeleri, işletme yönetimi ve liderlikteki önemi. M. Zencirkıran (Ed.), *Örgüt sosyolojisi kitabı* içinde (s. 233–263). Bursa: Dora Basım Yayın.

h) Yayıncının ve Yazarın Kurum Olduğu Yayın

Türk Standartları Enstitüsü. (1974). *Adlandırma ilkeleri*. Ankara: Yazar.

Makale**a) Türkçe Makale**

Mutlu, B. ve Savaşer, S. (2007). Çocuğu ameliyat sonrası yoğun bakımda olan ebeveynlerde stres nedenleri ve azaltma girişimleri. *İstanbul Üniversitesi Florence Nightingale Hemşirelik Dergisi*, 15(60), 179–182.

b) İngilizce Makale

de Cillia, R., Reisigl, M., & Wodak, R. (1999). The discursive construction of national identity. *Discourse and Society*, 10(2), 149–173. <http://dx.doi.org/10.1177/0957926599010002002>

c) Yediden Fazla Yazarlı Makale

Lal, H., Cunningham, A. L., Godeaux, O., Chlibek, R., Diez-Domingo, J., Hwang, S.-J. ... Heineman, T. C. (2015). Efficacy of an adjuvanted herpes zoster subunit vaccine in older adults. *New England Journal of Medicine*, 372, 2087–2096. <http://dx.doi.org/10.1056/NEJMoa1501184>

d) DOI'si Olmayan Online Edinilmiş Makale

Al, U. ve Doğan, G. (2012). Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü tezlerinin atf analizi. *Türk Kütüphaneciliği*, 26, 349–369. Erişim adresi: <http://www.tk.org.tr/>

e) DOI'si Olan Makale

Turner, S. J. (2010). Website statistics 2.0: Using Google Analytics to measure library website effectiveness. *Technical Services Quarterly*, 27, 261–278. <http://dx.doi.org/10.1080/07317131003765910>

f) Advance Online Olarak Yayımlanmış Makale

Smith, J. A. (2010). Citing advance online publication: A review. *Journal of Psychology*. Advance online publication. <http://dx.doi.org/10.1037/a45d7867>

g) Popüler Dergi Makalesi

Semerçioğlu, C. (2015, Haziran). Sıradanlığın rayihası. *Sabit Fikir*, 52, 38–39.

Tez, Sunum, Bildiri**a) Türkçe Tezler**

Sarı, E. (2008). *Kültür kimlik ve politika: Mardin'de kültürlerarasılık*. (Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

b) Ticari Veritabanında Yer Alan Yüksek Lisans Ya da Doktora Tezi

Van Brunt, D. (1997). *Networked consumer health information systems* (Doctoral dissertation). Available from ProQuest Dissertations and Theses. (UMI No. 9943436)

c) Kurumsal Veritabanında Yer Alan İngilizce Yüksek Lisans/Doktora Tezi

Yaylalı-Yıldız, B. (2014). *University campuses as places of potential publicness: Exploring the political, social and cultural practices in Ege University* (Doctoral dissertation). Retrieved from Retrieved from: <http://library.iyte.edu.tr/tr/hizli-erisim/iyte-tez-portali>

d) Web'de Yer Alan İngilizce Yüksek Lisans/Doktora Tezi

Tonta, Y. A. (1992). *An analysis of search failures in online library catalogs* (Doctoral dissertation, University of California, Berkeley). Retrieved from <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~tonta/yayinlar/phd/ickapak.html>

e) Dissertations Abstracts International'da Yer Alan Yüksek Lisans/Doktora Tezi

Appelbaum, L. G. (2005). Three studies of human information processing: Texture amplification, motion representation, and figure-ground segregation. *Dissertation Abstracts International: Section B. Sciences and Engineering*, 65(10), 5428.

f) Sempozyum Katkısı

Krinsky-McHale, S. J., Zigman, W. B. & Silverman, W. (2012, August). Are neuropsychiatric symptoms markers of prodromal Alzheimer's disease in adults with Down syndrome? In W. B. Zigman (Chair), *Predictors of mild cognitive impairment, dementia, and mortality in adults with Down syndrome*. Symposium conducted at American Psychological Association meeting, Orlando, FL.

g) Online Olarak Erişilen Konferans Bildiri Özeti

Çınar, M., Doğan, D. ve Seferoğlu, S. S. (2015, Şubat). *Eğitimde dijital araçlar: Google sınıf uygulaması üzerine bir değerlendirme* [Öz]. Akademik Bilişim Konferansında sunulan bildiri, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir. Erişim adresi: <http://ab2015.anadolu.edu.tr/index.php?menu=5&submenu=27>

h) Düzenli Olarak Online Yayımlanan Bildiriler

Herculano-Houzel, S., Collins, C. E., Wong, P., Kaas, J. H., & Lent, R. (2008). The basic nonuniformity of the cerebral cortex. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 105, 12593–12598. <http://dx.doi.org/10.1073/pnas.0805417105>

i) Kitap Şeklinde Yayımlanan Bildiriler

Schneider, R. (2013). Research data literacy. S. Kurbanoğlu ve ark. (Ed.), *Communications in Computer and Information Science: Vol. 397. Worldwide Communalities and Challenges in Information Literacy Research and Practice* içinde (s. 134–140). Cham, İsviçre: Springer. <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-03919-0>

j) Kongre Bildirisi

Çepni, S., Bacanak A. ve Özsevgeç T. (2001, Haziran). *Fen bilgisi öğretmen adaylarının fen branşlarına karşı tutumları ile fen branşlarındaki başarılarının ilişkisi*. X. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi'nde sunulan bildiri, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu

Diğer Kaynaklar**a) Gazete Yazısı**

Toker, Ç. (2015, 26 Haziran). 'Unutma' notları. *Cumhuriyet*, s. 13.

b) Online Gazete Yazısı

Tamer, M. (2015, 26 Haziran). E-ticaret hamle yapmak için tüketiciyi bekliyor. *Milliyet*. Erişim adresi: <http://www.milliyet>

c) Web Page/Blog Post

Bordwell, D. (2013, June 18). David Koepp: Making the world movie-sized [Web log post]. Retrieved from <http://www.davidbordwell.net/blog/page/27/>

d) Online Ansiklopedi/Sözlük

Bilgi mimarisi. (2014, 20 Aralık). Wikipedi içinde. Erişim adresi: http://tr.wikipedia.org/wiki/Bilgi_mimarisi

Marcoux, A. (2008). Business ethics. In E. N. Zalta (Ed.), *The Stanford encyclopedia of philosophy*. Retrieved from <http://plato.stanford.edu/entries/ethics-business/>

e) Podcast

Radyo ODTÜ (Yapımcı). (2015, 13 Nisan). *Modern sabahlar* [Podcast]. Erişim adresi: <http://www.radyoodtu.com.tr/>

f) Bir Televizyon Dizisinden Tek Bir Bölüm

Shore, D. (Senarist), Jackson, M. (Senarist) ve Bookstaver, S. (Yönetmen). (2012). Runaways [Televizyon dizisi bölümü]. D. Shore (Baş yapımcı), *House M.D.* içinde. New York, NY: Fox Broadcasting.

g) Müzik Kaydı

Say, F. (2009). Galata Kulesi. *İstanbul senfonisi* [CD] içinde. İstanbul: Ak Müzik.

SON KONTROL LİSTESİ

Aşağıdaki listede eksik olmadığından emin olun:

- Editöre mektup
 - ✓ Makalenin türü
 - ✓ Başka bir dergiye gönderilmemiş olduğu bilgisi
 - ✓ Sponsor veya ticari bir firma ile ilişkisi (varsa belirtiniz)
 - ✓ İngilizce yönünden kontrolünün yapıldığı
 - ✓ Yazarlara Bilgide detaylı olarak anlatılan dergi politikalarının gözden geçirildiği
 - ✓ Metin içi atıfların ve kaynakların APA 6 ile uyumlu olarak gösterildiği
- Telif Hakkı Anlaşması Formu
- Daha önce basılmış materyal (yazı-resim-tablo) kullanılmış ise izin belgesi
- Makale Kapak sayfası
 - ✓ Makalenin türü
 - ✓ Makale dilinde ve İngilizce başlık
 - ✓ Yazarların ismi soyadı, unvanları ve bağlı oldukları kurumlar (üniversite ve fakülte bilgisinden sonra şehir ve ülke bilgisi de yer almalıdır), e-posta adresleri
 - ✓ Sorumlu yazarın e-posta adresi, açık yazışma adresi, iş telefonu, GSM, faks nosu
 - ✓ Tüm yazarların ORCID'leri
- Makale ana metni
 - ✓ Makale dilinde ve İngilizce başlık
 - ✓ Özetler 200-250 kelime makale dilinde ve 200-250 kelime İngilizce
 - ✓ Anahtar Kelimeler: 5 adet makale dilinde ve 5 adet İngilizce
 - ✓ İngilizce genişletilmiş Özet (Extended Abstract) 600-650 kelime
 - ✓ Makale ana metin bölümleri
 - ✓ Makale ana metin bölümleri
 - ✓ Finansal destek (varsa belirtiniz)
 - ✓ Çıkar çatışması (varsa belirtiniz)
 - ✓ Teşekkür (varsa belirtiniz)
 - ✓ Son notlar (varsa belirtiniz)
 - ✓ Kaynaklar
 - ✓ Tablolar-Resimler, Şekiller (başlık, tanım ve alt yazılarıyla)

İLETİŞİM İÇİN:

Editörler : İrem Atasoy

irem.atasoy@istanbul.edu.tr

Barış Konukman

konukman@istanbul.edu.tr

Tel : + 90 212 455 57 00 / 15909

Faks : + 90 212 512 21 40

Web site:<http://sdsl.istanbul.edu.tr>

Email : sdsl@istanbul.edu.tr

Adres : İstanbul Üniversitesi

Edebiyat Fakültesi

Alman Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı

Ordu Cad. No: 6 34134, Laleli

İstanbul-Türkiye

DESCRIPTION

Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi - Studien zur deutschen Sprache und Literatur which has been an official publication of Istanbul University, Faculty of Letters, Department of German Language since 1954 is an international, open access, peer-reviewed and scholarly journal published two times a year in June and December.

AIM AND SCOPE

Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi - Studien zur deutschen Sprache und Literatur publishes disciplinary and/or interdisciplinary, theoretical and/or applied research articles that focus on German language and literature in the following fields: literary studies, linguistics, cultural studies, media studies, translation studies, and language teaching. The journal aims to provide a platform for sharing scientific knowledge in these fields.

Authors publishing with Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi - Studien zur deutschen Sprache und Literatur retain the copyright to their work, licensing it under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license that gives permission to copy and redistribute the material in any medium or format other than commercial purposes as well as remix, transform and build upon the material by providing appropriate credit to the original work.

EDITORIAL POLICIES AND PEER REVIEW PROCESS

Publication Policy

The journal is committed to upholding the highest standards of publication ethics and pays regard to Principles of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing published by the Committee on Publication Ethics (COPE), the Directory of Open Access Journals (DOAJ), the Open Access Scholarly Publishers Association (OASPA), and the World Association of Medical Editors (WAME) on <https://publicationethics.org/resources/guidelines-new/principles-transparency-and-best-practice-scholarly-publishing>

The subjects covered in the manuscripts submitted to the Journal for publication must be in accordance with the aim and scope of the Journal. Only those manuscripts approved by every individual author and that were not published before in or sent to another journal, are accepted for evaluation.

Changing the name of an author (omission, addition or order) in papers submitted to the Journal requires written permission of all declared authors.

Plagiarism, duplication, fraud authorship/denied authorship, research/data fabrication, salami slicing/salami publication, breaching of copyrights, prevailing conflict of interest are unethical

behaviors. All manuscripts not in accordance with the accepted ethical standards will be removed from the publication. This also contains any possible malpractice discovered after the publication.

Plagiarism

Submitted manuscripts that pass preliminary control are scanned for plagiarism using iThenticate software. If plagiarism/self-plagiarism will be found authors will be informed. Editors may resubmit manuscript for similarity check at any peer-review or production stage if required. High similarity scores may lead to rejection of a manuscript before and even after acceptance. Depending on the type of article and the percentage of similarity score taken from each article, the overall similarity score is generally expected to be less than 15 or 20%.

Double Blind Peer-Review

After plagiarism check, the eligible ones are evaluated by the editors-in-chief for their originality, methodology, the importance of the subject covered and compliance with the journal scope. The editor provides a fair double-blind peer review of the submitted articles and hands over the papers matching the formal rules to at least two national/international referees for evaluation and gives green light for publication upon modification by the authors in accordance with the referees' claims.

Open Access Statement

The journal is an open access journal and all content is freely available without charge to the user or his/her institution. Except for commercial purposes, users are allowed to read, download, copy, print, search, or link to the full texts of the articles in this journal without asking prior permission from the publisher or the author. This is in accordance with the BOAI definition of open access.

The open access articles in the journal are licensed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.en>)

Article Processing Charge

All expenses of the journal are covered by the Istanbul University. Processing and publication are free of charge with the journal. There is no article processing charges or submission fees for any submitted or accepted articles.

Copyright Notice

Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license (CC BY-NC 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.en>)

creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) which permits unrestricted, non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Peer Review Process

Only those manuscripts approved by its every individual author and that were not published before in or sent to another journal, are accepted for evaluation.

Submitted manuscripts that pass preliminary control are scanned for plagiarism using iThenticate software. After plagiarism check, the eligible ones are evaluated by Editor-in-Chief for their originality, methodology, the importance of the subject covered and compliance with the journal scope. Editor-in-Chief evaluates manuscripts for their scientific content without regard to ethnic origin, gender, sexual orientation, citizenship, religious belief or political philosophy of the authors and ensures a fair double-blind peer review of the selected manuscripts.

The selected manuscripts are sent to at least two national/international referees for evaluation and publication decision is given by Editor-in-Chief upon modification by the authors in accordance with the referees' claims.

Editor-in-Chief does not allow any conflicts of interest between the authors, editors and reviewers and is responsible for final decision for publication of the manuscripts in the Journal.

Reviewers' judgments must be objective. Reviewers' comments on the following aspects are expected while conducting the review.

- Does the manuscript contain new and significant information?
- Does the abstract clearly and accurately describe the content of the manuscript?
- Is the problem significant and concisely stated?
- Are the methods described comprehensively?
- Are the interpretations and conclusions justified by the results?
- Is adequate references made to other Works in the field?
- Is the language acceptable?

Reviewers must ensure that all the information related to submitted manuscripts is kept as confidential and must report to the editor if they are aware of copyright infringement and plagiarism on the author's side.

A reviewer who feels unqualified to review the topic of a manuscript or knows that its prompt review will be impossible should notify the editor and excuse himself from the review process.

The editor informs the reviewers that the manuscripts are confidential information and that this is a privileged interaction. The reviewers and editorial board cannot discuss the manuscripts with other persons. The anonymity of the referees is important.

PUBLICATION ETHICS AND PUBLICATION MALPRACTICE STATEMENT

Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi - Studien zur deutschen Sprache und Literatur is committed to upholding the highest standards of publication ethics and pays regard to Principles of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing published by the Committee on Publication Ethics (COPE), the Directory of Open Access Journals (DOAJ), the Open Access Scholarly Publishers Association (OASPA), and the World Association of Medical Editors (WAME) on <https://publicationethics.org/resources/guidelines-new/principles-transparency-and-best-practice-scholarly-publishing>

All parties involved in the publishing process (Editors, Reviewers, Authors and Publishers) are expected to agree on the following ethical principles.

All submissions must be original, unpublished (including as full text in conference proceedings), and not under the review of any other publication synchronously. Authors must ensure that submitted work is original. They must certify that the manuscript has not previously been published elsewhere or is not currently being considered for publication elsewhere, in any language. Applicable copyright laws and conventions must be followed. Copyright material (e.g. tables, figures or extensive quotations) must be reproduced only with appropriate permission and acknowledgement. Any work or words of other authors, contributors, or sources must be appropriately credited and referenced.

Each manuscript is reviewed by one of the editors and at least two referees under double-blind peer review process. Plagiarism, duplication, fraud authorship/denied authorship, research/data fabrication, salami slicing/salami publication, breaching of copyrights, prevailing conflict of interest are unethical behaviors.

All manuscripts not in accordance with the accepted ethical standards will be removed from the publication. This also contains any possible malpractice discovered after the publication. In accordance with the code of conduct we will report any cases of suspected plagiarism or duplicate publishing.

Author Responsibilities

It is authors' responsibility to ensure that the article is in accordance with scientific and ethical standards and rules. And authors must ensure that submitted work is original. They must certify that the manuscript has not previously been published elsewhere or is not currently being considered for publication elsewhere, in any language. Applicable copyright laws and conventions must be followed. Copyright material (e.g. tables, figures or extensive quotations) must be reproduced only with appropriate permission and acknowledgement. Any work or words of other authors, contributors, or sources must be appropriately credited and referenced.

All the authors of a submitted manuscript must have direct scientific and academic contribution to the manuscript. The author(s) of the original research articles is defined as a person who is significantly involved in “conceptualization and design of the study”, “collecting the data”, “analyzing the data”, “writing the manuscript”, “reviewing the manuscript with a critical perspective” and “planning/ conducting the study of the manuscript and/or revising it”. Fund raising, data collection or supervision of the research group are not sufficient roles to be accepted as an author. The author(s) must meet all these criteria described above. The order of names in the author list of an article must be a co-decision and it must be indicated in the [Copyright Agreement Form](#). The individuals who do not meet the authorship criteria but contributed to the study must take place in the acknowledgement section. Individuals providing technical support, assisting writing, providing a general support, providing material or financial support are examples to be indicated in acknowledgement section.

All authors must disclose all issues concerning financial relationship, conflict of interest, and competing interest that may potentially influence the results of the research or scientific judgment.

When an author discovers a significant error or inaccuracy in his/her own published paper, it is the author’s obligation to promptly cooperate with the Editor to provide retractions or corrections of mistakes.

Responsibility for the Editor and Reviewers

Editor-in-Chief provides a fair double-blind peer review of the submitted manuscripts for publication and ensures that all the information related to submitted manuscripts is kept as confidential before publishing.

Editor-in-Chief is responsible for the contents and overall quality of the publication. He/She must publish errata pages or make corrections when needed.

Editor-in-Chief does not allow any conflicts of interest between the authors, editors and reviewers. Only he has the full authority to assign a reviewer and is responsible for final decision for publication of the manuscripts in the Journal.

Reviewers must have no conflict of interest with respect to the research, the authors and/or the research funders. Their judgments must be objective.

Reviewers must ensure that all the information related to submitted manuscripts is kept as confidential and must report to the editor if they are aware of copyright infringement and plagiarism on the author’s side.

A reviewer who feels unqualified to review the topic of a manuscript or knows that its prompt review will be impossible should notify the editor and excuse himself from the review process.

The editor informs the reviewers that the manuscripts are confidential information and that this is a privileged interaction. The reviewers and editorial board cannot discuss the manuscripts with other persons. The anonymity of the referees must be ensured. In particular situations, the editor may share the review of one reviewer with other reviewers to clarify a particular point.

MANUSCRIPT ORGANIZATION

Language

Articles in Turkish, German and English are published. Submitted manuscript must include an abstract both in the article language and in English. All manuscripts must include an extended abstract in English as well.

Manuscript Organization and Submission

All correspondence will be sent to the first-named author unless otherwise specified. Manuscript is to be submitted online via <http://sdsl.istanbul.edu.tr/en/> and it must be accompanied by a cover letter indicating that the manuscript is intended for publication, specifying the article category (i.e. research article, review etc.) and including information about the manuscript (see the Submission Checklist). Manuscripts should be prepared in Microsoft Word 2003 and upper versions. In addition, [Copyright Agreement Form](#) that has to be signed by all authors must be submitted.

1. The manuscripts should be in A4 paper standards: having 2.5 cm margins from right, left, bottom and top, Times New Roman font style in 10 font size, line spacing of 1.5 and "justify align" format. For indented paragraph, tab key should be used.
2. The title of the text should be centered on the page, in lower-case letter, bold, Times New Roman font.
3. Before the introduction part, there should be an abstract of 200-250 words both in the language of the article and in English and an extended abstract in English between 600-650 words, summarizing the scope, the purpose, the results of the study and the methodology used following the abstracts. The English title of the manuscript should be above the English abstract. Underneath the abstracts, 5 keywords that inform the reader about the content of the study should be specified in the language of the article and in English.
4. The manuscripts should contain mainly these components: title in the language of the article, abstract and keywords; title in English, abstract and keywords in English, extended abstract in English, body text sections, footnotes and references.
5. Quantitative and qualitative studies should include Introduction, Methods, Findings, Discussion sections. If an original model is used, the Methods section should include the Sample / Study Group, Data Collection Tools and Process subdivisions.
6. Tables, graphs and figures should be given with a number and a defining title to enable following the idea of the article.

7. A title page including author information must be submitted together with the manuscript. The title page is to include fully descriptive title of the manuscript and affiliation, title, e-mail address, ORCID, postal address, phone number of the author(s) (see The Submission Checklist).
8. Tables, Graphics and Pictures
All tables, graphics and pictures should be numbered in the order of Arabic numerals and written in bold. Every table, graphic or picture should have a title. More informations about the tables, pictures or graphics should be given as footnote.
Examples: Tablo 1: Öğrencilerin Dil Kullanımı / Resim 1: René Magritte İmgelerinin Laneti
9. All words except publication languages (German, English and Turkish) should be written in italic font.
Examples: 1968 führte Jacques Derrida den Begriff la différence in die Philosophie ein. Lexikalisch zentral sind die Wörter pelle, rughe, viso und luce.
10. Citations should be given in original form. Every citation should have a reference information such as date, author and page numbers.
Citations shorter than 3 lines should be given as shown below:
Articles written in English or Turkish: "..."
Example: Lennard J. Davis writes "To understand the disabled body, one must return to the concept of the norm, the normal body" (Davis, 1995, p. 23).
Example: Akşit Göktürk ütopya adasını "örnek yasalarla kurulmuş mutlu bir toplum düzeni" olarak tanımlar (Göktürk, 2012, s. 60-61).
Articles written in German: ",,....."
Example: Die Szene eröffnet mit dem Ausspruch „Pietro Aretino war ein Spötter, / Und trotzdem hat ihn Tizian gemalt.“ (Wedekind, 2009, Band VII,1, S. 275).
Citations longer than 3 lines should be given as shown below:
Articles written in German:
Gegen Ende der Szene stürmt der Polizeipräsident die Bühne und versucht, das Publikum vor der Nacktheit zu schützen:
Besteht das Publikum da unten vielleicht aus Paradieskindern? Nein! Besteht das Publikum aus lauter Geistesgrößen? Nein! Der normale Staatsbürger kann nun einmal die Wahrheit nicht hören und die Nacktheit nicht sehen, ohne außer Rand und Band zu geraten, ohne gemeingefährlich zu werden. (Wedekind, 2009, Band VII,1, S. 281)
Articles written in English or Turkish:
Example: The Author Lennard J. Davis continues,
So much of writing about disability has focused on the disabled person as the object of study, just as the study of race has focused on the person of color. But as recent scholarship on race, which has turned its attention to whiteness, I would like to focus not so much on the construction of disability as on the construction of normalcy. I do this because the problem is not the person with disabilities; the problem is the way that normalcy is constructed to create the 'problem' of the disabled person. (Davis, 1995, pp. 23–24)
Batı'nın zamanı ideal tarihin inşasının kurucu ögesi olarak görmesi, Engelhardt'ı zamanın ve tarihin dışında bir şimdi yaratmaya sevk eder:

Zira Engelharhdt'ın, komodin olarak kullandığı bir kütüğün üzerine yerleştirdiği ve bir anahtar vasıtasıyla düzenli bir şekilde kurduğu saati tek bir kum tanesi yüzünden geri kalmaktaydı, kum tanesi kendisine saatin içinde yay ile vızıldayan küçük bir dişli arasında rahat bir yer bulmuştu ve sert, öğütülmüş mercan iskeletinden meydana geldiği için Kabakon zamanının minimal ölçüde yavaşlamasında neden oluyordu (Kracht, 2012, s. 74)

11. The references part should be named as Literaturverzeichnis, References or Kaynakça.
12. Title of the abstracts should be Abstract for articles written in German or English and Öz for articles written in Turkish.
13. All shortened book names or names of special historical events should be remarked as footnote to provide information about the book's original name.
Example: World War I > WWI
Verwirrung der Gefühle (Zweig, 1926) > VG
14. All emphasized words or phrases should be given as shown below:
Articles written in German:
Haushofer perspektiviert die Natura us einem ‚femininien Stanpunkt‘.
Articles written in English or Turkish:
As a matter of fact, this speaks about 'hopelessness' and 'the way to uncertainty'.
Romadaki adada dış dünyada akıp giden zamanın aksine bir tür 'zamansızlık' hüküm sürer.
15. Names of books, films, journals, songs etc. Should be written in italic font.
16. Custom names or names of the fictional characters should not be written in bold or italic font.
17. Headlines and subheadlines are not necessary, however if they will be used, all of them should be numbered in the order of Arabic numerals and formatted as shown below:
Example:
1 Einleitung
2 Erstes Kapitel
2.1 Erstes Unterkapitel des ersten Kapitels
2.2 Zweites Unterkapitel des ersten Kapitels
3 Zweites Kapitel
3.1 Erstes Unterkapitel des zweiten Kapitels
3.2 Zweites Unterkapitel des zweiten Kapitels
3.3 Drittes Unterkapitel des zweiten Kapitels
4 Drittes Kapitel
5 Schluss
Literaturverzeichnis
Anhang
18. The liability of the manuscripts submitted to our journal for publication, belongs to the author(s).
19. The author(s) can be asked to make some changes in their manuscripts due to peer reviews.
20. The studies that were sent to the journal will not be returned whether they are published or not.

References

Papers accepted but not yet included in the issue are published online in the Early View section and they should be cited as “advance online publication”. Citing a “personal communication” should be avoided unless it provides essential information not available from a public source, in which case the name of the person and date of communication should be cited in parentheses in the text. For scientific articles, written permission and confirmation of accuracy from the source of a personal communication must be obtained.

Reference Style and Format

Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi - Studien zur deutschen Sprache und Literatur complies with APA (American Psychological Association) style 6th Edition for referencing and quoting. For more information:

- American Psychological Association. (2010). Publication manual of the American Psychological Association (6th ed.). Washington, DC: APA.
- <http://www.apastyle.org>

Accuracy of citation is the author's responsibility. All references should be cited in text. Reference list must be in alphabetical order. Type references in the style shown below.

Citations in the Text

Citations must be indicated with the author surname and publication year within the parenthesis. If more than one citation is made within the same parenthesis, separate them with (;).

Samples:

More than one citation;

(Esin et al., 2002; Karasar, 1995)

Citation with one author;

(Akyolcu, 2007)

Citation with two authors;

(Sayiner & Demirci, 2007)

Citation with three, four, five authors;

First citation in the text: (Ailen, Ciabrune, & Welch, 2000) Subsequent citations in the text: (Ailen et al., 2000)

Citations with more than six authors;

(Çavdar et al., 2003)

Citations in the Reference

All the citations done in the text should be listed in the References section in alphabetical order of author surname without numbering. Below given examples should be considered in citing the references.

Book

a) Turkish Book

Karasar, N. (1995). *Araştırmalarda rapor hazırlama* (8th ed.) [Preparing research reports]. Ankara, Turkey: 3A Eğitim Danışmanlık Ltd.

b) Book Translated into Turkish

Mucchielli, A. (1991). *Zihniyetler* [Mindsets] (A. Kotil, Trans.). İstanbul, Turkey: İletişim Yayınları.

c) Edited Book

Ören, T., Üney, T., & Çölkesen, R. (Eds.). (2006). *Türkiye bilişim ansiklopedisi* [Turkish Encyclopedia of Informatics]. İstanbul, Turkey: Papatya Yayıncılık.

d) Turkish Book with Multiple Authors

Tonta, Y., Bitirim, Y., & Sever, H. (2002). *Türkçe arama motorlarında performans değerlendirme* [Performance evaluation in Turkish search engines]. Ankara, Turkey: Total Bilişim.

e) Book in English

Kamien R., & Kamien A. (2014). *Music: An appreciation*. New York, NY: McGraw-Hill Education.

f) Chapter in an Edited Book

Bassett, C. (2006). Cultural studies and new media. In G. Hall & C. Birchall (Eds.), *New cultural studies: Adventures in theory* (pp. 220–237). Edinburgh, UK: Edinburgh University Press.

g) Chapter in an Edited Book in Turkish

Erkmen, T. (2012). Örgüt kültürü: Fonksiyonları, öğeleri, işletme yönetimi ve liderlikteki önemi [Organization culture: Its functions, elements and importance in leadership and business management]. In M. Zencirkıran (Ed.), *Örgüt sosyolojisi* [Organization sociology] (pp. 233–263). Bursa, Turkey: Dora Basım Yayın.

h) Book with the same organization as author and publisher

American Psychological Association. (2009). *Publication manual of the American psychological association* (6th ed.). Washington, DC: Author.

Article

a) Turkish Article

Mutlu, B., & Savaşer, S. (2007). Çocuğu ameliyat sonrası yoğun bakımda olan ebeveynlerde stres nedenleri ve azaltma girişimleri [Source and intervention reduction of stress for parents whose children are in intensive care unit after surgery]. *Istanbul University Florence Nightingale Journal of Nursing*, 15(60), 179–182.

b) English Article

de Cillia, R., Reisigl, M., & Wodak, R. (1999). The discursive construction of national identity. *Discourse and Society*, 10(2), 149–173. <http://dx.doi.org/10.1177/0957926599010002002>

c) Journal Article with DOI and More Than Seven Authors

Lal, H., Cunningham, A. L., Godeaux, O., Chlibek, R., Diez-Domingo, J., Hwang, S.-J. ... Heineman, T. C. (2015). Efficacy of an adjuvanted herpes zoster subunit vaccine in older adults. *New England Journal of Medicine*, 372, 2087–2096. <http://dx.doi.org/10.1056/NEJMoa1501184>

d) Journal Article from Web, without DOI

Sidani, S. (2003). Enhancing the evaluation of nursing care effectiveness. *Canadian Journal of Nursing Research*, 35(3), 26–38. Retrieved from <http://cjr.mcgill.ca>

e) Journal Article with DOI

Turner, S.J. (2010). Website statistics 2.0: Using Google Analytics to measure library website effectiveness. *Technical Services Quarterly*, 27, 261–278. <http://dx.doi.org/10.1080/07317131003765910>

f) Advance Online Publication

Smith, J. A. (2010). Citing advance online publication: A review. *Journal of Psychology*. Advance online publication. <http://dx.doi.org/10.1037/a45d7867>

g) Article in a Magazine

Henry, W. A., III. (1990, April 9). Making the grade in today's schools. *Time*, 135, 28–31.

Doctoral Dissertation, Master's Thesis, Presentation, Proceeding

a) Dissertation/Thesis from a Commercial Database

Van Brunt, D. (1997). *Networked consumer health information systems* (Doctoral dissertation). Available from ProQuest Dissertations and Theses database. (UMI No. 9943436)

b) Dissertation/Thesis from an Institutional Database

Yaylali-Yıldız, B. (2014). *University campuses as places of potential publicness: Exploring the political, social and cultural practices in Ege University* (Doctoral dissertation). Retrieved from <http://library.iyte.edu.tr/tr/hizli-erisim/iyte-tez-portali>

c) Dissertation/Thesis from Web

Tonta, Y. A. (1992). *An analysis of search failures in online library catalogs* (Doctoral dissertation, University of California, Berkeley). Retrieved from <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~tonta/yayinlar/phd/ickapak.html>

d) Dissertation/Thesis abstracted in Dissertations Abstracts International

Appelbaum, L. G. (2005). Three studies of human information processing: Texture amplification, motion representation, and figure-ground segregation. *Dissertation Abstracts International: Section B. Sciences and Engineering*, 65(10), 5428.

e) Symposium Contribution

Krinsky-McHale, S. J., Zigman, W. B., & Silverman, W. (2012, August). Are neuropsychiatric symptoms markers of prodromal Alzheimer's disease in adults with Down syndrome? In W. B. Zigman (Chair), *Predictors of mild cognitive impairment, dementia, and mortality in adults with Down syndrome*. Symposium conducted at the meeting of the American Psychological Association, Orlando, FL.

f) Conference Paper Abstract Retrieved Online

Liu, S. (2005, May). *Defending against business crises with the help of intelligent agent based early warning solutions*. Paper presented at the Seventh International Conference on Enterprise Information Systems, Miami, FL. Abstract retrieved from http://www.iceis.org/iceis2005/abstracts_2005.htm

g) Conference Paper - In Regularly Published Proceedings and Retrieved Online

Herculano-Houzel, S., Collins, C. E., Wong, P., Kaas, J. H., & Lent, R. (2008). The basic nonuniformity of the cerebral cortex. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *105*, 12593–12598. <http://dx.doi.org/10.1073/pnas.0805417105>

h) Proceeding in Book Form

Parsons, O. A., Pryzwansky, W. B., Weinstein, D. J., & Wiens, A. N. (1995). Taxonomy for psychology. In J. N. Reich, H. Sands, & A. N. Wiens (Eds.), *Education and training beyond the doctoral degree: Proceedings of the American Psychological Association National Conference on Postdoctoral Education and Training in Psychology* (pp. 45–50). Washington, DC: American Psychological Association.

i) Paper Presentation

Nguyen, C. A. (2012, August). *Humor and deception in advertising: When laughter may not be the best medicine*. Paper presented at the meeting of the American Psychological Association, Orlando, FL.

Other Sources

a) Newspaper Article

Browne, R. (2010, March 21). This brainless patient is no dummy. *Sydney Morning Herald*, *45*.

b) Newspaper Article with no Author

New drug appears to sharply cut risk of death from heart failure. (1993, July 15). *The Washington Post*, p. A12.

c) Web Page/Blog Post

Bordwell, D. (2013, June 18). David Koepp: Making the world movie-sized [Web log post]. Retrieved from <http://www.davidbordwell.net/blog/page/27/>

d) Online Encyclopedia/Dictionary

Ignition. (1989). In *Oxford English online dictionary* (2nd ed.). Retrieved from <http://dictionary.oed.com>
 Marcoux, A. (2008). Business ethics. In E. N. Zalta (Ed.). *The Stanford encyclopedia of philosophy*. Retrieved from <http://plato.stanford.edu/entries/ethics-business/>

e) Podcast

Dunning, B. (Producer). (2011, January 12). *inFact: Conspiracy theories* [Video podcast]. Retrieved from <http://itunes.apple.com/>

f) Single Episode in a Television Series

Egan, D. (Writer), & Alexander, J. (Director). (2005). Failure to communicate. [Television series episode]. In D. Shore (Executive producer), *House*; New York, NY: Fox Broadcasting.

g) Music

Fuchs, G. (2004). Light the menorah. On *Eight nights of Hanukkah* [CD]. Brick, NJ: Kid Kosher.

SUBMISSION CHECKLIST

Ensure that the following items are present:

- Cover letter to the editor
 - ✓ The category of the manuscript
 - ✓ Confirming that “the paper is not under consideration for publication in another journal”.
 - ✓ Including disclosure of any commercial or financial involvement.
 - ✓ Confirming that last control for fluent English was done.
 - ✓ Confirming that journal policies detailed in Information for Authors have been reviewed.
 - ✓ Confirming that the references cited in the text and listed in the references section are in line with APA 6.
- Copyright Agreement Form
- Permission of previously published copyrighted material if used in the present manuscript
- Title page
 - ✓ The category of the manuscript
 - ✓ The title of the manuscript both in the language of article and in English
 - ✓ All authors’ names and affiliations (institution, faculty/department, city, country), e-mail addresses
 - ✓ Corresponding author’s email address, full postal address, telephone and fax number
 - ✓ ORCIDs of all authors.
- Main Manuscript Document
 - ✓ The title of the manuscript both in the language of article and in English
 - ✓ Abstracts (200-250 words) both in the language of article and in English
 - ✓ Key words: 5 words both in the language of article and in English
 - ✓ Extended Abstract (600-800 words) in English for the articles which are not in English
 - ✓ Main article sections
 - ✓ Grant support (if exists)
 - ✓ Conflict of interest (if exists)
 - ✓ Acknowledgement (if exists)
 - ✓ References
 - ✓ All tables, illustrations (figures) (including title, description, footnotes)

CONTACT INFO

Editors : İrem Atasoy
irem.atasoy@istanbul.edu.tr
Barış Konukman
konukman@istanbul.edu.tr
Phone : + 90 212 455 57 00 / 15909

Web site: <http://sdsl.istanbul.edu.tr>
Email : sdsl@istanbul.edu.tr
Address : Istanbul University,
Faculty of Letters
Department of German Language and Literature
Ordu Cad. No: 6
34134, Laleli
Istanbul-Turkey



Istanbul University
İstanbul Üniversitesi

Journal name: Studien zur deutschen Sprache und Literatur
Dergi Adı: Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi

Copyright Agreement Form
Telif Hakkı Anlaşması Formu

Responsible/Corresponding Author <i>Sorumlu Yazar</i>	
Title of Manuscript <i>Makalenin Başlığı</i>	
Acceptance date <i>Kabul Tarihi</i>	
List of authors <i>Yazarların Listesi</i>	

Sıra No	Name - Surname Adı-Soyadı	E-mail E-Posta	Signature İmza	Date Tarih
1				
2				
3				
4				
5				

Manuscript Type (Research Article, Review, etc.) <i>Makalenin türü (Araştırma makalesi, Derleme, v.b.)</i>	
--	--

Responsible/Corresponding Author:
Sorumlu Yazar:

University/company/institution	<i>Çalıştığı kurum</i>	
Address	<i>Posta adresi</i>	
E-mail	<i>E-posta</i>	
Phone; mobile phone	<i>Telefon no; GSM no</i>	

The author(s) agrees that:

The manuscript submitted is his/her/their own original work, and has not been plagiarized from any prior work, all authors participated in the work in a substantive way, and are prepared to take public responsibility for the work, all authors have seen and approved the manuscript as submitted, the manuscript has not been published and is not being submitted or considered for publication elsewhere, the text, illustrations, and any other materials included in the manuscript do not infringe upon any existing copyright or other rights of anyone. İSTANBUL UNIVERSITY will publish the content under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license that gives permission to copy and redistribute the material in any medium or format other than commercial purposes as well as remix, transform and build upon the material by providing appropriate credit to the original work. The Contributor(s) or, if applicable the Contributor's Employer, retain(s) all proprietary rights in addition to copyright, patent rights. I/We indemnify İSTANBUL UNIVERSITY and the Editors of the Journals, and hold them harmless from any loss, expense or damage occasioned by a claim or suit by a third party for copyright infringement, or any suit arising out of any breach of the foregoing warranties as a result of publication of my/our article. I/We also warrant that the article contains no libelous or unlawful statements, and does not contain material or instructions that might cause harm or injury. This Copyright Agreement Form must be signed/ratified by all authors. Separate copies of the form (completed in full) may be submitted by authors located at different institutions; however, all signatures must be original and authenticated.

Yazar(lar) aşağıdaki hususları kabul eder

Sunulan makalenin yazar(lar)ın orijinal çalışması olduğunu ve intihal yapmadıklarını, Tüm yazarların bu çalışmaya asli olarak katılmış olduklarını ve bu çalışmaya için her türlü sorumluluğu aldıklarını, Tüm yazarların sunulan makalenin son halini gördüklerini ve onayladıklarını, Makalenin başka bir yerde basılmadığını veya basılmak için sunulmadığını, Makalede bulunan metnin, şekillerin ve dokümanların diğer şahıslara ait olan Telif Haklarını ihlal etmediğini kabul ve taahhüt ederler. İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ'nin bu fikri eseri, Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası (CC BY-NC 4.0) lisansı ile yayınlamasına izin verirler. Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası (CC BY-NC 4.0) lisansı, eserin ticari kullanım dışında her boyut ve formatta paylaşılmasına, kopyalanmasına, çoğaltılmasına ve orijinal esere uygun şekilde atıfı bulunmak kaydıyla yeniden düzenleme, dönüştürme ve eserin üzerine inşa etme dâhil adapte edilmesine izin verir. Yazar(lar)ın veya varsa yazar(lar)ın işverenin telif dâhil patent hakları, fikri mülkiyet hakları saklıdır. Ben/Biz, telif hakkı ihlali nedeniyle üçüncü şahıslara vuku bulacak hak talebi veya açılacak davalarda İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ ve Dergi Editörlerinin hiçbir sorumluluğunun olmadığını, tüm sorumluluğun yazarlara ait olduğunu taahhüt ederim/ederiz. Ayrıca Ben/Biz makalede hiçbir suç unsuru veya kanuna aykırı ifade bulunmadığını, araştırma yapılırken kanuna aykırı herhangi bir malzeme ve yöntem kullanılmadığını taahhüt ederim/ederiz. Bu Telif Hakkı Anlaşması Formu tüm yazarlar tarafından imzalanmalıdır/onaylanmalıdır. Form farklı kurumlarda bulunan yazarlar tarafından ayrı kopyalar halinde doldurularak sunulabilir. Ancak, tüm imzaların orijinal veya kanıtlanabilir şekilde onaylı olması gerekir.

Responsible/Corresponding Author; <i>Sorumlu Yazar;</i>	Signature / İmza	Date / Tarih
	/...../.....

