
ZRomSD 18,1 (2024)

Herausgegeben von CHRISTOPH BÜRGEL, JENS F. HEIDERICH,
CORINNA KOCH, CLAUDIA SCHLAAK & JUDITH VISSER

Zeitschrift
für Romanische Sprachen und ihre Didaktik
(ZRomSD)

Heft 18,1

Frühjahr 2024

ISSN: 1863-1622

ibidem-Verlag
Hannover • Stuttgart

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Zeitschrift für Romanische Sprachen und ihre Didaktik, Ausg. 18,1 —
Hannover • Stuttgart: *ibidem*-Verlag

Erscheinungsweise: halbjährlich; Aufnahme nach Ausg. 1,1 (2007)

ISSN 1863-1622

Ausg. 1,1 (2007) -

Bezugsbedingungen: Der Abonnementpreis der *Zeitschrift für Romanische Sprachen und ihre Didaktik* beträgt € 58,00 pro Jahr (zzgl. Versandkosten; € 6,00 p.a. Inland / € 10,00 p.a. Ausland). Das Abonnement ist jederzeit kündbar.
Das Einzelheft ist für € 34,00 (zzgl. Versandkosten; € 3,00 je Exemplar Inland / € 4,50 je Exemplar Ausland) beziehbar.

ISBN 978-3-8382-1941-7

© *ibidem*-Verlag

Hannover • Stuttgart 2024

Alle Rechte vorbehalten

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und elektronische Speicherformen sowie die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in or introduced into a retrieval system, or transmitted, in any form, or by any means (electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise) without the prior written permission of the publisher. Any person who does any unauthorized act in relation to this publication may be liable to criminal prosecution and civil claims for damages.

Printed in the EU

ZRomSD wird herausgegeben von

Prof. Dr. Christoph Bürgel (Universität Paderborn)

Jens F. Heiderich (Frauenlob-Gymnasium Mainz)

Prof. Dr. Corinna Koch (Universität Münster)

Prof. Dr. Claudia Schlaak (Universität Kassel)

Prof. Dr. Judith Visser (Ruhr-Universität Bochum)

➤ Kontakt mit der Gesamtedaktion: **Redaktion@ZRomSD.de**

Wissenschaftlicher Beirat

Hochschule

Prof. Dr. Marcus Bär (Universität Wuppertal)

Ao. Univ.-Prof. Dr. Simona Bartoli-Kucher (Universität Graz)

Jun.-Prof. Dr. Victoria del Valle (Universität Paderborn)

Jun.-Prof. Dr. Lukas Eibensteiner (Friedrich-Schiller-Universität Jena)

Prof. Dr. Christiane Fäcke (Universität Augsburg)

Prof. Dr. Christian Grünagel (Ruhr-Universität Bochum)

Prof. Dr. Silke Jansen (Universität Erlangen-Nürnberg)

Prof. Dr. Andre Klump (Universität Trier)

Prof. Dr. Eynar Leupold (Troyes/Frankreich)

Prof. Dr. Benjamin Meisnitzer (Universität Leipzig)

Prof. Dr. Jürgen Mertens (Pädagogische Hochschule Ludwigsburg)

Prof. Dr. Christine Michler (Universität Bamberg)

Prof. Dr. Daniel Reimann (Humboldt-Universität zu Berlin)

Prof. Dr. Nadine Rentel (Universität Zwickau)

Prof. Dr. Birgit Schädlich (Universität Göttingen)

Prof. Dr. Gérald Schlemminger, i. R. (Pädagogische Hochschule Karlsruhe)

Prof. Dr. Lars Schmelter (Universität Wuppertal)

Seniorprof. Dr. Dres. h.c. Wolfgang Schweickard (Universität Saarbrücken)

Prof. Dr. Sylvia Thiele (Johannes Gutenberg-Universität Mainz)

Schulpraxis/Studienseminare

Geoffroy Drouville (Studienseminar Trier)

Dr. Michael Frings (Sebastian-Münster-Gymn. Ingelheim & Zentr. für Schulleitung)

Michael Grabis (Ministerium für Bildung Rheinland-Pfalz, Mainz)

Dr. Katrin Henk (Seminar für Ausbildung und Fortbildung der Lehrkräfte Heilbronn)

Dr. Judith Leinen (Gutenbergschule Wiesbaden)

Jan Scheitza (Hildegardis-Schule Bochum)

PD Dr. Jochen Strathmann (Gymnasium Römerhof & J. W. G.-Universität Frankfurt)

Erstsprachlicher Beirat

Englisch: Crystal Waters Manrique (Waltpop)

Französisch: Anne Xhonneux (Frauenlob-Gymnasium & Institut Français Mainz)

Italienisch: Prof. Dr. Sergio Lubello (Universität Salerno)

Katalanisch: Manuel Armenteros del Olmo (Johannes Gutenberg-Universität Mainz)

Portugiesisch: Cristina Bastos (Universität Würzburg)

Rumänisch: Gabriela Carstea (Universität Münster)

Spanisch: Eva Alario (Universität Trier) & Dr. Marta Sánchez Castro
(Universität Duisburg-Essen)

Inhaltsverzeichnis

Aufsätze	7
ANNE-MARIE LACHMUND (Potsdam) <i>Multimodal semiotic awareness</i> mit dem populären Netzphänomen #Instapoetry im Italienisch- und Spanischunterricht fördern	9
JUDITH VISSER (Bochum) Hate Speech im romanistischen Fremdsprachenunterricht	39
CORINNA KOCH (MÜNSTER) Verweise auf Herkunftssprachen bei der Wortschatzarbeit – eine Analyse aktueller Französischlehrbücher	69
JONI FARIDA NIENABER & KAROLINE HENRIETTE HEYDER (Bremen) Performative mehrsprachige Verfahren im Französischunterricht: <i>Les musiciens de Brême</i>	95
Rezensionen	133
Bechtel, Mark & Rudolph, Tom. edd. 2022. <i>Reflexionskompetenz in der Fremdsprachenlehrer*innenbildung. Theorien – Konzepte – Empirie.</i> (Schröder-Sura, St. Gallen)	135
Becker, Daniel. 2021. <i>Videospiele im Fremdsprachenunterricht.</i> (Reinhardt & Zehne, Bielefeld)	143
Burwitz-Melzer, Eva & Riemer, Claudia & Schmelter, Lars. edd. 2022. <i>Feedback beim Lehren und Lernen von Fremd- und Zweitsprachen.</i> <i>Arbeitspapiere der 42. Frühjahrskonferenz zur Erforschung des</i> <i>Fremdsprachenunterrichts.</i> (Ganguillet, Bern)	149
Erfurt, Jürgen. 2021. <i>Transkulturalität. Prozesse und Perspektiven.</i> & Dengscherz, Sabine & Cooke, Michèle. 2020. <i>Transkulturelle</i> <i>Kommunikation. Verstehen – Vertiefen – Weiterdenken.</i> (Nickel-Holze, Bochum)	154
Gürgen, Antonia. 2022. <i>Digitale Medien im Italienischunterricht.</i> <i>Eine Lernaufgabe zur Förderung von Medienkompetenz sowie von</i> <i>inter- und transkultureller Kompetenz durch digitales Storytelling</i> <i>mit Migrationsliteratur.</i> (Gallerani & Franchi, Bochum)	157

Niesen, Heike & Elsner, Heike & Viebrock, Britta. 2020. <i>Hochschullehre digital gestalten in der (fremd-)sprachlichen LehrerInnenbildung. Inhalte, Methoden und Aufgaben.</i> (Schlemminger, Karlsruhe)	161
Pustka, Elissa. ed. 2021. <i>La prononciation du français langue étrangère. Perspectives linguistiques et didactiques.</i> (Visser, Bochum)	168
Scharloth, Joachim. 2021. <i>Hässliche Wörter. Hatespeech als Prinzip der neuen Rechten.</i> (Nickel-Holze, Bochum)	175
Schwelengräber, Wiebke. 2022. <i>Wer sehen will, muss spüren. Warum uns manche Serien und Filme berühren und uns andere kaltlassen.</i> (Sinner, Leipzig)	178
Zeitschriftenschau: Neues zur Didaktik der Romanischen Sprachen	187
Profil: Assoz. Prof. Mag. Dr. Michaela Rückl (Paris Lodron Universität Salzburg)	215
Lehrveranstaltungen: Didaktik der Romanischen Sprachen (WiSe 2023/24)	227
Verzeichnis der Herausgeber:innen	243
Verzeichnis der Autor:innen	245

AUFSÄTZE

Multimodal semiotic awareness mit dem populären Netzphänomen #Instapoetry im Italienisch- und Spanischunterricht fördern

Anne-Marie Lachmund (Potsdam)

Abstract

#Instapoetry has spread rapidly on social media. Short, powerful poems and poetic expressions accompanied by aesthetic images or graphics are gaining popularity in the digital era. This phenomenon not only reflects the evolving nature of literary production, but also offers a variety of uses in foreign language teaching. The article explores ways to promote a media-cultural and media-aesthetic multimodal semiotic awareness, using Instapoetry as an example. It presents one Instapoet for Spanish and one for Italian in the context of foreign language teaching in more detail.

1. Einleitung

Digitale Technologien und soziale Medien haben in den letzten Jahren nicht nur den Alltag (insbesondere von Jugendlichen) verändert, sondern nehmen auch tiefgreifenden Einfluss auf das Lernen und Lehren in verschiedenen Disziplinen. Für das Sprachenlernen zeigt sich ein Trend in Richtung *mobile-assisted language learning* (vgl. Kukulska-Hulme 2012), das Lernen in Autonomie, in eigenem Tempo, ortsunabhängig und in informellen Kontexten durch beispielsweise Lern-Apps wie „Duolingo“ oder „Babbel“ ermöglicht. Auch in den sozialen Netzwerken, die der Kommunikation und Unterhaltung dienen, findet das Sprachenlernen durch vor allem audiovisuelle Formate immer mehr Verbreitung: in täglichen Dosen präsentieren (teils selbsternannte) Lehrkräfte, davon in Mehrzahl Erstsprachler:innen, in kurzen, oft humorvollen Videos Sprach- und Kulturwissen¹. Diverse Studien² belegen den positiven Effekt beim Einsatz von sozialen Netzwerken mit dem Ziel des Sprachenlernens unter besonderer Berücksichtigung der Motivierung und Aktivierung (*engagement*). Vor allem der direkte Austausch mit Erstsprachler:innen (in Form von Kommentaren und Nachrichten) wurde hierbei als

¹ Einige der größten Instagram-Accounts für das Spanisch- und Italienischlernen sind @spanisch.vamos (100.000 Follower) oder @impariamoitaliano (117.000 Follower), die ebenso auf TikTok agieren. Allein auf TikTok hat der Sucheintrag „spanisch lernen“ 159,5 Millionen Treffer (August 2023).

² Siehe Gonulal (2019, 310-311) für eine Studienübersicht zu den Effekten des *Social-Media*-gestützten Sprachenlernens für Englisch als Fremdsprache.

motivationsfördernd herausgestellt, aber auch das Folgen (*follow*) eines Kontos, wodurch gepostete Inhalte im Alltag immer wieder in das Bewusstsein der Endverbraucher:innen treten (vgl. Gonulal 2019, 318).

Instagram ist laut Statista (2023) eine der fünf meistgenutzten Plattformen der Welt – berechnet auf Basis der Nutzer:innen, die mehrheitlich zwischen 13 und 29 Jahren alt sind (vgl. Schreiber 2020, 91). In der *mixed-methods* Studie von Gonulal (2019, 319) wurden Englischlernende aus 42 Ländern, die Instagram täglich zum Sprachenlernen nutzen, zu ihren Einstellungen und Wahrnehmungen befragt. Unter besonderer Berücksichtigung des Englischen als *lingua franca* in den sozialen Netzwerken können nicht alle Erkenntnisse auf das Lernen der zweiten oder dritten Schulfremdsprachen wie Italienisch oder Spanisch übertragen werden, jedoch besteht eine zentrale Erkenntnis in der alltäglichen Konfrontation mit authentischem *Output* in Kombination mit visueller Unterstützung, die das Netzwerk bietet:

Instagram appeared to motivate ELLs to read enjoyable materials including authentic language use, and to use the target language more often. Some other affordances Instagram offers to English learners are that it can be a great venue for vocabulary development thanks to its suitability for contextualizing text with visual data (ebd.).

Unter den zahlreichen digitalen Phänomenen der letzten Jahre hat das Netzphänomen #instapoetry eine besondere Aufmerksamkeit erlangt. Gebündelt unter den Hashtags #poetry (über 77 Millionen Treffer) oder #instapoetry (über 5.5 Millionen Treffer)³ zeigt sich der Stellenwert einer globalen ‚Weltliteratur‘⁴.

Der vorliegende Beitrag möchte das Potenzial Instagrams als digitale Bücherei mit einem Fokus auf Poesie herausstellen und zeigen, wie ein Genre, das aktuell einen geringen Stellenwert im Fremdsprachenunterricht aufweist⁵, dank der sozialen Netzwerke wieder in der Gesellschaft zirkuliert. Dabei wird eine sprachlich-diskursive bzw. sprachlich-kulturelle Analyse unter Einbezug ästhetisch-visueller

³ Die Trefferzahlen beziehen sich auf August 2023. Hinzuzurechnen sind weitere Treffer unter Hashtags wie #poetryisnotdead, #poetrylover oder #poetryofinstagram, jedoch werden meist mehrere dieser Hashtags unter einen Beitrag gesetzt.

⁴ Der Begriff spielt auf die literaturgeschichtliche Einteilung an, die Weltliteratur als über nationale und regionale Grenzen hinweg weit verbreitet modelliert, jedoch oft traditionell bedeutsame (analoge) Werke im Sinne einer Kanonisierung meint (vgl. u. a. Winko 2008).

⁵ Vgl. z. B. Fritzenkötter (2022), die eine Analyse der Lehrpläne und Lehrwerke für den Einsatz von Poesie im Französischunterricht vorgenommen hat.

Aspekte im Sinne eines kohärenten Überblicks zu rekurrierenden Themen und Trends, poetischen Charakteristika und Effekten vorgenommen.

Die moderne Form der Poesie hat sich rasant auf *Social-Media*-Plattformen wie Instagram verbreitet und erfreut sich seit nunmehr über zehn Jahren einer stetig wachsenden Anhängerschaft. Die kurzen Gedichte und poetischen Ausdrücke, begleitet von ästhetischen Fotografien, Bewegtbildern oder Grafiken, stellen ein multimediales Gebilde dar, das, eingebettet in ein soziales Netzwerk, für eine erfolgreiche Lektüre eine multimodale semiotische Bewusstheit (*multimodal semiotic awareness*, vgl. Lim & Toh 2020) voraussetzt. In den 2023 aktualisierten Bildungsstandards für die erste Fremdsprache (Englisch/Französisch) für den Ersten und Mittleren Schulabschluss – an denen sich ggf. auch die Bildungsstandards für die zweiten und dritten Fremdsprachen orientieren könnten – finden sich Anschlussmöglichkeiten an die Text- und Medienkompetenz, die als transversale Kompetenz in enger Verbindung zur literarisch-ästhetischen Kompetenz gilt (vgl. KMK 2023, 8). Diese beinhaltet entsprechend auf der „rezeptiven Ebene die Fähigkeit, Texte selbstständig, zielbezogen sowie in ihren historischen, sozialen und medialen Kontexten zu verstehen“ und auf der produktiven Ebene, „Texte zu analysieren und zu interpretieren“ (ebd., 21). Eine gänzlich neue Kategorie bildet die „fremdsprachenspezifische digitale Kompetenz“, die ebenfalls transversal ist und „kulturell geprägte Aspekte von Kommunikation“ (ebd., 25) in den Blick nimmt. Im Sinne des *mobile-assisted language learning* benennt die KMK Ziele einer Kompetenzentwicklung zur „rezeptiven, produktiven und interaktiven Teilhabe an multimodalen Kommunikations- und Interaktionsformen (mündlich, schriftlich, visuell, Mischformen) [...]“ und zur „kritisch-reflektierenden Nutzung von Möglichkeiten der Unterstützung des eigenen Fremdsprachenlernens sowohl innerhalb als auch außerhalb von Schule und Unterricht“ (ebd., 25-26). So sollen auch Lerngelegenheiten außerhalb des Settings Schule stärker berücksichtigt werden, womit das inzidentelle Lernen in den Fokus rückt und die Frage aufgeworfen wird, wie das Fremdsprachenlernen zunehmend in den Alltag integriert werden kann.

#Instapoetry ist kein neues Phänomen; kultur- und medienwissenschaftlich bereits aufgearbeitet (u. a. mehrfach durch Penke, z. B. 2019, 2022a, 2022b), hat sich auch die Fremdsprachendidaktik diesem gewidmet (vgl. u. a. Lemieux et al.

2022). Im deutschsprachigen Diskurs mit Blick auf die romanischen Schulfremdsprachen existieren bereits vereinzelt Untersuchungen mit Empfehlungen für Instagram-Konten (vgl. u. a. Thiery 2023) oder Themen, die im Fremdsprachenunterricht mithilfe von Instagram-Gedichten behandelt werden könnten, z. B. *Amour et amitié* und *Covid-19* (vgl. Fritzenkötter 2022, 32-33).⁶ In den genannten Praxisbeiträgen werden die Instagram-Gedichte als Schreibenanlass oder als Grundlage für eigene kreative Textproduktionen genutzt, wobei die Auseinandersetzung mit Instapoet:innen per se und/oder das literarästhetische, medienkulturelle Lesen bzw. Lernen rund um den Literaturdiskurs in den sozialen Netzwerken weniger im Vordergrund stehen. Auch wird hinsichtlich der drei häufigsten romanischen Schulfremdsprachen in Deutschland beobachtet, dass für das Französische aktuell zwei Publikationen⁷ zum Thema vorliegen; für das Spanische liegt ein Themenheft zu *Literatura digital* mit Beiträgen zu Instagram vor.⁸ Der vorliegende Beitrag möchte sich aus diesem Grund verstärkt den Schulfremdsprachen Spanisch und Italienisch widmen.

In den folgenden Abschnitten werden zunächst die Definition und Merkmale von #instapoetry erläutert, bevor auf die Instapoet:innen näher eingegangen wird. Mit Fokus auf die Förderung einer *multimodal semiotic awareness* werden Analysekategorien vorgestellt, die die Lernenden beim Rezeptionsprozess eines Instagram-Gedichts bzw. eines *Instapoets* begleiten sollen. Schließlich werden am Beispiel Elvira Sastre und Gio Evan je ein spanisch- und italienischsprachiger *Instapoet* ausführlicher betrachtet.

2. Poesie auf Instagram

Instagram, das größte bildbasierte soziale Netzwerk, hatte im Jahr 2011 bereits 10 Millionen Nutzer:innen und aktuell sind es 1.1 Milliarden (vgl. Statista 2023). Täglich wächst die Zahl der Nutzer:innen und Uploads – rund 500 Millionen

⁶ Für das Fach Englisch können zahlreichere Publikationen verzeichnet werden, z. B. Kovalik & Curwood (2019), Weiland (2020) oder Passler (2020), um nur einige zu nennen.
⁷ Vgl. Thiery (2023), Fritzenkötter (2022).

⁸ Vgl. u. a. Van der Valk (2023). Für das Fach Spanisch liegt außerdem ein Themenheft zu *Minificiones* mit Beiträgen zu *Microrrelatos*, *Tuiteratura* und *Micropoemas* vor, jedoch nicht mit Bezug zu Instagram (vgl. del Valle Luque 2022).

monatlich aktive User laden weltweit täglich 95 Millionen Fotos und Videos hoch (vgl. Schreiber 2020, 91). Die App wurde von Anfang an für die Nutzung mit einem mobilen Gerät konzipiert und optimiert und ist bekannt für ein Ästhetik-Menü, mit dem Filter auf Bilder gelegt werden können, um Kontrast, Farbe und Sättigung auf verschiedene Weise zu ändern. 2016 hat Instagram „Stories“ eingeführt, 15-Sekunden-Videos, die nur 24 Stunden lang auf dem Profil des Erstellers zu sehen sind und die am zweithäufigsten angesehen werden (vgl. Fondevila-Gascón et al. 2020, 43).

Literatur auf Instagram – auch oft mit dem Kofferwort ‚Bookstagram‘ bezeichnet – stellt sich sowohl durch Literatur erschaffende Profile und Praktiken als auch Literatur rezipierende heraus, wobei die Grenzen zwischen Produzent:in und Konsument:in fließend sind. Auf Instagram teilen #bookaddicts, #booklovers und #bookaholics, allesamt die sogenannten „Bibliophilen“, ihre Literaturerfahrungen (vgl. Lachmund i. D., 215). Sie bitten die Community um Lesetipps, halten ihre Follower über ihre Leseziele und -pläne auf dem Laufenden und fungieren oft als Literaturkritiker:innen auf einer sehr persönlichen Ebene. Literatur auf Instagram ist entweder eine Eigenkreation oder eine Reproduktion anderer Autor:innen, die mit der Community geteilt werden. Die Umwandlung literarischer Texte in einen Instagram-Post ist jedoch nicht nur aus intertextueller Sicht interessant; der User muss auch ein Bild und ggf. Hashtags auswählen, die das Posting begleiten.

Mit „Instapoetry“ ist ein literarischer Zweig innerhalb ‚Bookstagram‘ gemeint, der Poesie erschaffende (aber auch verbreitende) Nutzer:innen versammelt, die personalisierte kurze Geschichten der Intimität zu verbreiten bereit sind (vgl. Penke 2022a, 39). Interaktivität und die Plattform ergänzende Apps, vor allem für die Fotobearbeitung, geben den Dichter:innen Handlungsspielraum und fördern die Multimodalität beim Verfassen der Texte, was die sich verändernde Natur digitalisierter Schreibpraktiken (Mobilität, erhöhte Zugänglichkeit) verdeutlicht.

3. „Diese Worte gehen direkt ins Herz“: Digitalpoet:innen auf Instagram

Kaum eine andere digitale Technologie ermöglicht es wie das soziale Netzwerk Instagram zur *Selfmade*-Autor:in zu werden: Durch die geringen Zugangs- und Nutzungshürden bei der Veröffentlichung kostenfreier Inhalte wird es möglich gemacht, Texte aus der Privatheit einem Millionenpublikum in Sekundenschnelle zur Verfügung zu stellen (vgl. Penke 2019, 453). Für millionenfach verkaufte Poesie⁹ im Zusammenhang mit Instagram steht par excellence Rupī Kaur, die indisch-kanadische Schriftstellerin, die zu einer *Instapoetry*-Pionierin avancierte und dem Genre zu Popularität verhalf, indem sie es ‚demokratisierte‘¹⁰, verjüngte und feminisierte (vgl. Lefevre 2022). Sie gilt neben einigen anderen Vertreter:innen als stilbildend¹¹ für die digitale Mikro-Lyrik. „Instapoetry“ wurde 2018 als Begriff von der New York Times geprägt; bis heute ist der Diskurs von der englischen Sprache, der *lingua franca* der Instapoese, dominiert. Mit niedrigeren Followerzahlen etablieren sich jedoch auch romanische *Instapoets*: Die Französin Morgane Ortin beispielsweise gehört zu den erfolgreichsten Instagrammerinnen, die mit dem Account @amours_solitaires (875.000 Follower) die *Liaisons Dangereuses* von Laclos in Form von Kurznachrichten neu verfasste.

Den *Instapoets* gemein ist der Anschluss an wiederkehrende universelle Themen, um die Erwartungen ihrer Anhänger:innen zu erfüllen. Diese orientieren sich an der „permanenten Offenlegung biographischer und intimer Details, die mehrheitlich im Kontext von *mental health*, *self care* und Achtsamkeit verortet werden können“ (Penke 2022b, 86). So erreichen sie die Zustimmung eines Publikums, das Verständnis und Identifikation signalisiert. Es entsteht eine *affective community* (vgl. Hutchison 2018). Bestärkt wird dies durch ein Nebeneinander von

⁹ Zu nennen sind hier das wohl berühmteste Werk *Milk and Honey* (2014), übersetzt in 25 Sprachen. Kaur's *Œuvre* nutzt einfache Sprache und verhandelt Fragen der Identität, Gender und Migration. Linienhafte Zeichnungen begleiten ihre Mikro-Gedichte, die oft auf persönlichen Erlebnissen und Alltagsgeschehen basieren.

¹⁰ Im Zusammenhang mit *Selfpublishing*-Strategien, die der Online-Literaturbetrieb ermöglicht, meint Demokratisierung hier die freie Verfügbarkeit literarischer Ressourcen in der Rezeption und Produktion dieser, bedingt durch Zugänge, die einem Massenpublikum offenstehen und der daraus resultierenden Popularisierung der Poesie.

¹¹ Stilbildend sind neben Rupī Kaur (@rupikaur_) laut Niels Penke (2022b, 78) auch R.M. Drake (@rmdrk) oder Atticus (@atticuspoetry), die von Instapoet:innen imitiert, aber auch wiederholt gepostet (*RePosting*) werden.

Selfie/Alltagsschnappschuss und Text. Darüber hinaus ist der *Instapoet* sozial und politisch engagiert: Gedichte, die sich mit LGBTIQ+-Rechten, Feminismus, häuslicher Gewalt, Kriegen und sozialer Ungerechtigkeit, aber auch mit Diskursen rund um Körperbilder, Selbstliebe und *empowerment* beschäftigen, sind daher häufig anzutreffen.

4. „Ein Bild von einem Gedicht“ – Ikonotextuelle Designmerkmale

Bei *Instapoetry* handelt es sich um Mikro-Gedichte, die sich zum Teil etablierten literarischen Gattungen zuordnen lassen wie dem Epigramm, der Sentenz oder dem Haiku (vgl. Penke 2022b, 79).¹² Das Medium bestimmt maßgeblich die Textsorte: Nicht nur die Interaktivität, die im Sinne eines *social reading* (vgl. Lim & Toh 2020, 26) durch Teilen, Verknüpfung mit Hashtags oder der Kommentarfunktion gegeben ist, sondern auch die ästhetischen Merkmale wie Kürze, das „Wechselspiel aus Text- und Bildelementen“ (Penke 2019, 452) und dem unmittelbaren Aufgreifen aktueller Trends und Netzphänomene charakterisieren das Format. Instagram setzt Standards und so sind Aspekte der Vereinheitlichung erkennbar (vgl. ebd., 459), die im Folgenden skizziert werden.

Meistens handelt es sich um Drei- oder Vierzeiler, was einerseits für die Displayfreundlichkeit der Smartphone-Nutzung spricht, andererseits die dem breiten Angebot auf den sozialen Netzwerken geschuldete kurze Aufmerksamkeitsspanne bedient. Innerhalb weniger Sekunden muss das Scrollen im individuellen Feed unterbrochen und die Botschaft des Kurzgedichts entschlüsselt werden. Kurze, oft aneinandergereihte Worte und Sätze, die in ihrer Komposition einen Sinn und im Gesamt-Profil-Überblick erst im Spiel mit Fotografien ein Muster ergeben können, sind häufig eingerahmt von feinen Linien, die kleine Blumen oder auch (oft Frauen-)Körper darstellen. Hieran lässt sich eine Tendenz

¹² Die vor allem im spanischsprachigen Raum verbreitete Form des *microrrelato* zeigt Gemeinsamkeiten mit der *Instapoetry* auf, wie Kürze, Fiktion, Prosa: „El microrrelato no es un poema en prosa, ni una fábula ni un cuento, aunque comparte algunas características con este tipo de textos, sino un texto narrativo brevísimo que cuenta una historia, en la que debe imperar la concisión, la sugerencia y la precisión extrema del lenguaje, a menudo al servicio de una trama paradójica y sorprendente“ (Valls 2008, 20). Aufgrund der bildlichen Ergänzung sind auch Schnittstellen mit der *poesia visual* erkennbar (vgl. del Valle Luque 2014).

zur Kalligrafie ablesen, die im Stil „handgeschriebener Manuskripte, in Fotografien oder Bilderrahmen, von Zeichnungen“ (Penke 2019, 463) daherkommen, welche die Zeilen illustrieren, darüber hinaus aber auch kommentieren und somit die Rezeption leiten. Die Aussage muss in wenigen, einfachen und effizienten Versen zusammengefasst sein. Die Gebilde können sich in mehreren Strophen über die Seite der veröffentlichten Fotos auf dem Profil verteilen, weshalb ein Rückbezug auf das Gesamtkunstwerk für ein umfassendes Verständnis vonnöten ist. Minimalismus ist relevant, der sich in viel Weißfläche artikuliert, um den wohl überlegten und perfekt arrangierten Wörtern noch mehr Gewicht zu verleihen. Diverse weitere Designmerkmale bestimmen den Gesamteindruck, den Théval (2021, 24) zusammenfasst:

la mise en scène du poème inscrit sur un support papier, livre ouvert, morceau de papier déchiré manuscrit ou tapuscrit, feuille où s'inscrit un poème à l'encre, souvent accompagnés d'éléments décoratifs en lien avec le thème du poème ou son contexte d'écriture : tasse de café, feuilles d'automne, instrument d'écriture, ou de lecture, la mise en scène esthétisée par les filtres contribuant à créer un effet d'« authenticité »¹³ [...].

Sprachwahl und Ton der Instapoet:innen sind aus dem Alltag heraus beobachtend, dabei auch häufig ermutigend. Es wird zudem mit rhetorischen Figuren (Alliterationen, Metaphern, Vergleichen usw.) gearbeitet, aber auf komplexe Sprachbilder oder Interpunktion häufig verzichtet. Die Sprache ist nicht so experimentell, wie man es von den neuen Verbreitungsweisen und dem jungen Publikum meinen könnte, denn es handelt sich überwiegend um „poèmes d'expression lyrique ou aphoristique, versifiés et rimés“ (ebd., 3). Häufig finden sich ‚Ich-Du-Konversationen‘ (ebd., 20). Was zunächst an Weisheiten alter Kalenderprüche und Aphorismen erinnert – sowohl inhaltlich wie auch stilistisch –, erfüllt eine klare elementare Funktion der Poetik: *plaire et instruire* – sie gefällt und belehrt zugleich. Dies könnte, so Théval weiter, an der Nähe der Poet:innen zu ihrem Publikum liegen, da sie sowohl themen- als auch altersmäßig vergleichbare Vorerfahrungen mitbringen. Tausendfach geteilt figurieren die Drei- bis Vierzeiler auf Tassen, Jutebeuteln, T-Shirts oder als Tattoo-Vorlage. Bevor auf zwei Beispiele von Instapoet:innen näher eingegangen wird, sollen einige methodische

¹³ Théval zitiert zum Authentizitätsbegriff Manning (2020), die konstatiert, dass durch die *personal narratives* den Instapoesen (und damit ihren Poet:innen) ein Gefühl von Authentizität attribuiert wird.

Überlegungen zum Aufbau von *multimodal semiotic awareness* angeführt werden, unter deren Licht die Ausführungen zu Elvira Sastre und Gio Evan verstanden werden müssen.

5. Einsatz von Instapoesie zur Förderung von *multimodal semiotic awareness*

Da ein Insta-Gedicht ein multimediales Gebilde sein kann, das in den Affordanzen¹⁴, ikonischen und semiotischen Strategien und Systematiken einer Plattform eingebettet ist, eignet es sich, um eine *multimodal semiotic awareness* zu schulen (vgl. Lim & Toh 2020¹⁵). Beim Lesen und/oder Verfassen multimodaler digitaler Texte müssen die Lernenden die Gestaltungsmerkmale digitaler Texte kennen, wie z. B. ihr Layout und ihre Zusammensetzung. Bild, Text, ggf. Ton müssen in eine Beziehung zueinander gesetzt und im Sinne semiotischer Modi miteinander kombiniert werden, um die für das Publikum intendierte Botschaft zu ermitteln. *Multimodal semiotic awareness* hat zum Ziel, die Bedeutung hinter den Designentscheidungen zu erkennen, die durch die verschiedenen Arrangements getroffen werden, und wie sie zusammenwirken, um eine kohärente Botschaft zu schaffen. Da beim digitalen Lesen sozialer Netzwerke innerhalb von Sekunden entschieden wird, was überflogen, was selektiv bzw. intensiv gelesen und was gänzlich ignoriert wird, muss nicht nur die Aufmerksamkeit auf den Text gesteuert, sondern auch der Lesefluss verlangsamt und an ausgewählten Stellen intensiviert werden, wobei Störfaktoren ausgeblendet bzw. minimiert werden müssen (vgl. u. a. Shibata & Omura 2020, 7; Baron 2015, 120). Im Fremdsprachenunterricht muss dies zusätzlich zur sprachlichen Gestaltung, die es zu dekodieren gilt, Berücksichtigung finden. Das digitale Lesen auf einer Plattform wie Instagram unterscheidet sich vom Lesen digitaler Nachrichten, Webseiten oder Suchergebnissen, da es einerseits ziellos erfolgen kann, denn die Gedichte werden zufällig im

¹⁴ Penke (2022b, 84) definiert Affordanzen als „Nutzung der Plattform in einer (ideal)typischen Weise, die vom Algorithmus belohnt wird, weil sie den Vorstellungen der Plattform-Designer*innen entspricht und zugleich die größtmögliche Zustimmung von Follower*innen und anderen User*innen erfährt“.

¹⁵ Lim & Toh (2020) erörtern ihren Ansatz anhand der Beispiele Video und Werbung. Der vorliegende Beitrag überträgt das Modell und erweitert es zum Lesen eines Instagram-Gedichts.

vom Algorithmus gesteuerten individuellen Feed auftauchen, andererseits ist es an das *social reading* gebunden, das im hohen Maße Eigenbestimmtheit und Asynchronität zulässt, „as one can participate in the engagement and discussions of the reading content at any time and at any place” (Lim & Toh 2020, 26 mit Verweis auf Sangani 2009). Damit soziale Plattformen bzw. ‚Bookstagram‘ für einen fremdsprachlichen Input sorgen können, der zum Fremdsprachenlernen anregt und dieses bereichert, müssen sich die Lernenden als aktive Teilnehmer:innen einer mehrsprachigen Lesegemeinschaft sehen, in der es reichhaltige soziale Interaktionen zwischen den Mitgliedern gibt und in der Literatur gesellschaftlich geschätzt wird (vgl. Strommen & Mates 2004, 188). Laut Merga (2014, 472) sind insbesondere für Jüngere der Einfluss und die Interaktionen von bzw. mit Gleichaltrigen wichtig, um eine positive Einstellung¹⁶ zum Lesen zu entwickeln, da sie sich gegenseitig Literatur empfehlen, gemeinsam Autor:innen folgen, sich über diese austauschen und so eine nachhaltige Lesemotivation entwickeln.

In die im Folgenden vorgestellten Analysekatoren eines fremdsprachlichen Instagedichts sind anhand der plattformeigenen Spezifika Überlegungen zur Förderung der *multiliteracies* geflossen (vgl. Cope & Kalantzis 2015) in Kombination mit den von Lim & Toh (2020, 35) skizzierten Dimensionen einer *multimodal semiotic awareness*. Jedes Instagedicht ist das Ergebnis einer Auswahl aus einer Reihe möglicher Alternativen ist, die bei der Gestaltung und dem Verfassen eines digitalen Textes getroffen werden. Das Vorgehen orientiert sich hierbei am Bedeutungserstellungsprozess und möchte strukturiert den Rezeptionsprozess der Lernenden beim Wahrnehmen und Lesen begleiten. Aus diesem Grund wird in Anlehnung an Lim & Toh (2020) eine Herangehensweise an ein Instagedicht untergliedert in Aspekt, Funktion und Ausdruck vorgestellt, welches das medienkulturelle und -ästhetische Verstehen mit einem Leseverstehen verschränkt. Dies ist wichtig, da im Fall der Instapoese beide Ebenen konsequent miteinander verschränkt gedacht werden müssen und das Einzelgedicht als kontextualisiert auf einem aus Teilen zusammengesetzten Profil basiert. Demnach widmen sich die

¹⁶ Dies ist vor dem Hintergrund aktueller PISA-Studien (vgl. OECD 2021) besonders wichtig, welche einen kontinuierlichen Rückgang der Lesefreude bei deutschen Kindern und Jugendlichen feststellten.

Lernenden zuerst dem Profil des:der Autor:in, in das das zu behandelnde Gedicht eingebettet ist (Tab. 1).

Aspekt	Funktion	Ausdruck	Mögliche Fragestellungen ¹⁷
Einbindung des zu analysierenden Gedichts in das Profil des:der Autor:in	Sichtbarkeit / Aufmerksamkeitssteuerung, Arrangement	Größe, Reichweite, Farbkontrast, genutzte Hashtags	- Was ist dein erster Eindruck vom Profil? - Nutzt der:die Autor:in Hashtags (wenn ja, welche) oder Titel für die Werke? Wie wirkt dies?
	Affekte, Stimmung	Stil, emotionale Botschaft, Farbwahl	- Werden die Werke von dem:der Autor:in kommentiert?
	Adressierung, Perspektive	Einblick in Alltag, persönliche Ansprache („Wir“, „Ich-Du“), Interaktionsweisen (in Kommentarspalte)	- Wie interagiert der:die Autor:in mit den Followern? - Was überwiegt: Text, Bild oder eine Kombination? - Von welchen übergeordneten Themen handeln die anderen Gedichte?
Form des Gedichts	Visuelle Organisation	Form, Schriftart, Bild (Ort, Person, Gegenstand, Thema...)	- Welche Verbindung besteht zwischen Bild und Text? - Inwiefern wird das Verständnis des Gedichts erleichtert oder behindert?
	Sprachliche Organisation	Erzählperspektive, Sprachwahl (metaphorisch, mehrsprachig, einfach, elliptisch...)	- Aus welcher Perspektive ist das Gedicht verfasst? - Wie ist die Sprache, die der:die Autor:in benutzt?
	Multimodale Organisation	Genre (<i>gif, reel, story</i>), Ergänzung	- Wie werden Schlüsselwörter genutzt bzw. hervorgehoben?
Botschaft des Gedichts	Darstellung – was	Thema, Trend	- Welche stilistischen Mittel werden verwendet und wie wirken diese auf dich?
	Überzeugung – wie	Emotionale Ansprache, Begründungen, Autorität	- Mit welchen Mitteln wird eine Alltagsnähe hergestellt? - Welche Motive verfolgt der:die Autor:in?
	Zweck – wozu	Interessen	- Wodurch überzeugt der:die Autor:in sein/ihr Publikum (nicht)?

Tab. 1: Analysekategorien zur Förderung der *multimodal semiotic awareness* anhand eines Instagram-Gedichts im Unterricht

¹⁷ Die formulierten Fragestellungen bieten lediglich einen Anhaltspunkt und zeigen Potenzial zu Überschneidungen. Im Einsatz im Unterricht müssen sie an das Gedicht bzw. dessen Produzent:in angepasst und ggf. erweitert werden.

Bevor ein Gedicht (Form und Botschaft) analysiert wird, verschaffen sich die Lernenden zunächst einen Überblick über die wiederkehrenden Themen und Gestaltungsmerkmale des:der Autor:in, die Interaktion mit den Followern, die Verbreitung und Resonanz der Werke.

6. Elvira Sastre und Gio Evan im Spanisch- und Italienischunterricht

Für den Einsatz im Spanisch- oder Italienischunterricht (denkbar ab Niveau B1, je nach Gedicht ggf. auch früher) wurden zwei *Instapoets* ausgewählt, die im Feuilleton und in Internetforen diskutiert werden (für Sastre z. B. Macher 2022, o. S.; für Evan z. B. Matteucci 2018, o. S.). Aufgrund ihrer Reichweite können sie als Pionier:innen der Instapoesie in Spanien bzw. Italien eingestuft werden und gehören somit zu den eher traditionell agierenden Künstler:innen, die weniger ein multimediales, experimentelles Gesamtwerk¹⁸ kreieren, sondern nah an der Gedichtform und dem Foto (vs. Video o. Ä.) bleiben. Für die didaktische Aufbereitung mit Fokus auf Leseverstehen stehen sie demnach exemplarisch für das globale Phänomen Instapoesie, sie bieten eine Vielzahl von zur Verfügung stehenden Gedichten, die millionenfach in den sozialen Netzwerken geteilt wurden und sprachlich leicht zugänglich sind. Für die Analyse wurden die Instagram-Konten, sowohl dauerhaft öffentlich einsehbare Beiträge als auch die verlinkten Seiten oder Profile, von Gio Evan und Elvira Sastre gesichtet.

Wie bei jeder Analyse sozialer Netzwerke ist die Momenthaftigkeit der Bestandsaufnahme zu berücksichtigen, da die Profile und Inszenierungen strategisch konstruiert und kontrolliert sind und Änderungen, Verschiebungen (um ein neues Gesamtbild zu kreieren oder einen Inhalt zu ‚privatisieren‘) bis hin zu Löschungen von den Konto-Inhaber:innen vorgenommen werden können. Das macht die Differenzierung in Entwicklungsstadien nur schwer greifbar und muss vor diesem Hintergrund eingeordnet werden. Auch der im Verborgenen agierende Algorithmus, dessen Wege für den:die Nutzer:in nicht durchschaubar sind, macht jeden

¹⁸ Siehe hierzu beispielsweise Ophelia Borghesan (@opheliaborghesan), ein von zwei Personen durchgeführtes Projekt, das mit einer Stimme spricht. Mit Memes, selbst-kreierten da-daistischen, futuristischen Grafiken und einer Video-Serie auf ihrer Plattform „Howphelia.com“ verfolgt das Projekt einen komplementären Ansatz.