

Gdańsk 2021, Nr. 45

<https://doi.org/10.26881/sgg.2021.45.08>**Anna Kapuścińska**

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy / Kazimierz-Wielki-Universität in Bydgoszcz

<https://orcid.org/0000-0001-6316-1838>

Zur sekundären Piktorialität in der offiziellen Online-Kommunikation

Der Beitrag widmet sich der Frage des zunehmenden Gebrauchs von Piktogrammen in der offiziellen Kommunikation im Internet. Die Tendenz zur sekundären Piktorialität der Sprache begann zwar bereits mit der „Erfindung“ des ersten Emoticons „:-)“ im Jahr 1982. Eine relativ neue Erscheinung ist dennoch die Verwendung piktographischer Elemente auf offiziellen Internetseiten. Zwar sind dies in der Regel keine Gesichtsdarstellungen, sondern andere Piktogramme, die grundsätzlich als Navigationselemente gelten (wie Briefumschlag für E-Mail oder Telefonhörer für eine Telefonnummer), aber auch hier kommt es zum Ersetzen eines sprachlichen Elements durch ein piktoriales. Dieses Phänomen wird in dem Beitrag anhand von ausgewählten polnischen und deutschen Internetseiten diskutiert.

Schlüsselwörter: Piktorialität, Piktogramme, Internetseiten, offizielle Kommunikation

On the secondary pictoriality in official online communication. – The article is dedicated to the question of increasing use of pictograms in official communication on the Internet. The tendency towards the secondary pictorialisation of language began with the ‘invention’ of the first emoticon ‘:-)’ in 1982. However, a relatively new phenomenon is the use of pictographic elements on official websites. Although these are usually not depictions of faces, but other pictograms that are basically used as navigation elements (such as an envelope for an e-mail or a telephone receiver for a telephone number), also here a linguistic element is replaced by a pictorial one. This phenomenon is discussed in the article based on selected Polish and German websites.

Keywords: pictoriality, pictograms, websites, official communication

1. Einleitung

Die technologische Entwicklung und Entstehung neuer digitaler Kommunikationsformen hat die heutigen Kommunikationspraktiken in vielerlei Hinsicht geprägt. Selbst die Distinktion zwischen der klassischen Trias: Bild, (gesprochene) Sprache und Schrift wurde durch das Internet gerüttelt (vgl. Sandbothe 1997). Nicht nur sind darin neue hybride Grenzformen zwischen den drei Kategorien aufgetaucht, sondern es haben sich auch ihre tradierten Anwendungsbe-
reiche verschoben. Während von Schmitz (2015: 45) auf die fortschreitende Verbreitung der sekundären Schriftlichkeit im Bereich der Mündlichkeit hingewiesen wird, hat dieser Beitrag

zum Ziel – analog – die Verbreitung der sekundären Piktorialität im Bereich der Schriftlichkeit zu diskutieren. Es wird dabei die Verbreitung der piktorialen Elemente (am Beispiel der Font Awesome Icons) in der öffentlichen, institutionellen Internetkommunikation fokussiert, die bis vor relativ Kurzem die letzte Bastion der schriftbetonten Online-Kommunikation waren. Es wird den Fragen nach der Verbreitung dieser Elemente auf institutionellen Internetseiten sowie nach dem quantitativen und qualitativen Vorkommen der einzelnen Icons nachgegangen. Auf die theoretische Diskussion, die der Feststellung eines theoretischen Bezugsrahmens und der begrifflichen Klärung dient, folgt die Analyse der Vorkommensweise von Font Awesome Icons auf ausgewählten deutschen und polnischen Stadtportalen, Internetseiten von Stadtbibliotheken und Universitäten.

2. Sekundäre Schriftlichkeit und sekundäre Piktorialität

Die oben erwähnte sekundäre Schriftlichkeit, mit der gezielt auf die sekundäre Oralität bei Ong angeknüpft wird (vgl. Ong 2016: 127; vgl. dazu Schmitz 2015: 45), definiert Schmitz als gewollte Spontaneität, die „[a]uf der Grundlage schriftgewohnter Reflektiertheit [...] zugelassen oder gar kultiviert“ (Schmitz 2015: 45) wird. Wie Schmitz anmerkt, ist diese Art der Schriftlichkeit, die man vorher nur in vereinzelt Beispielen wie die heimliche Zettelpost im Schulunterricht benutzte, bei den digitalen Formen der Kommunikation u. a. für Chat-Gespräche oder SMS-Nachrichten üblich. Ein charakteristisches Merkmal der sekundären Schriftlichkeit ist nach Schmitz, dass das Schreiben (in diesem Fall: das Tippen) „einige Elemente auf[nimmt], die man von mündlicher Kommunikation gewohnt ist, oder [...] sie mit typographischen Mitteln nach[ahmt]“ (Schmitz 2015: 46). Dies manifestiere sich u. a. in der schriftlichen Fixierungsmöglichkeit mündlicher Signale wie *öh*, in der Weglassung unbetonter Laute wie bei *hab* oder Buchstabenwiederholung zur Simulation der Prosodie wie *soooo* (vgl. Schmitz 2015: 46).

Das Konzept der sekundären Schriftlichkeit lässt sich auf das Konzept der konzeptionellen Mündlichkeit bei Koch und Österreicher beziehen (vgl. Koch/Österreicher 2011: 3–4). In dem Terminus *sekundäre Schriftlichkeit* kommt dennoch die Verschiebung der Grenze von der Schriftlichkeit deutlicher zum Ausdruck. Während die primäre Schriftlichkeit die tradierte, prototypische Verwendungsweise der Schrift bezeichnet, wie z. B. in einem Buch, bedeutet die sekundäre Schriftlichkeit eine Verschiebung der Schriftlichkeit in den Anwendungsbereich der Mündlichkeit, also mit anderen Worten: eine Verschiebung der Schrift in den Anwendungsbereich der gesprochenen Sprache.

Diese Terminologie lässt auch eine breitere Perspektive auf die wandelnden Relationen zwischen Bild und gesprochener sowie geschriebener Sprache in den digitalen Medien. Statt der zweifachen Distinktion: *medial/konzeptionell* kommen dabei auch andere Arten der Schriftlichkeit und Mündlichkeit (bzw. Oralität) zu. Neben der sekundären Schriftlichkeit (wie in Chat-Gesprächen oder SMS-Nachrichten) und der sekundären Mündlichkeit (wie bei Klängaufzeichnungsgeräten) gibt es nach Schmitz sogar die tertiäre Dimension der Schriftlichkeit und Mündlichkeit (vgl. Schmitz 2015: 45).

Die tertiäre Mündlichkeit entwickelt sich demnach „im alten Telefon, neuen Smartphone und in der Internet-Telefonie“ (Schmitz 2015: 45). Dieses Phänomen begründet er damit, dass „frühere technische Einschränkungen älterer Medien nach und nach rückgängig gemacht“ (Schmitz 2015: 45) werden. Ein Beispiel dafür sind Skype-Gespräche, bei denen „sich die Gesprächspartner dank synchroner Video-Übertragung so fühlen, als befänden sie sich in ein und derselben Situation“ (Schmitz 2015: 45).

Schließlich distinguert Schmitz auch die tertiäre Schriftlichkeit, die „überall dort auf[tritt], wo es nicht auf den Wortlaut allein ankommt, sondern wo die visuelle Erscheinung [...] von Schrift eine Rolle für ihr Verständnis spielt“ (Schmitz 2015: 46). Dabei handelt es sich also um den (mindestens partiellen) Verlust der semantischen Bedeutung von einem schriftlichen Text in solchen Bedingungen, wo seine visuelle Erscheinungsform den Vorrang hat (vgl. Kapuścińska 2020a: 98). Zwar wird damit eine Grenzverschiebung zwischen dem schriftlichen Text und dem Bild anvisiert, aber das Grenzphänomen (vgl. Kapuścińska 2017), das auf diese Art und Weise entsteht, hat formell gesehen weiterhin die Form von Schrift, indem es aus Buchstaben besteht.

Noch tiefer wird in die Grenze zwischen Schrift und Bild dann eingegriffen, wenn die bildlichen Elemente in den Anwendungsbereich der Schrift hineindringen. Darin besteht die sekundäre Piktorialität, deren beinahe klassisches Beispiel Emoticons sind, die bereits seit ein paar Jahrzehnten – seit der Erfindung des ersten Emoticons im Jahr 1982 (vgl. dazu Kapuścińska 2012: 144; 2020b: 58; vgl. dazu auch Jurek 2006: 144) – die kommunikative Landschaft der digitalen Medien mitgestalten. Gegenwärtig werden die klassischen, aus Tastatur-Zeichen gebildeten Emoticons in der Regel durch graphische Emojis¹ ersetzt, zu denen neben den populären gelben Smileys auch graphische Darstellungen von unterschiedlichsten Objekten gehören.

Die sekundäre Piktorialität² der schriftlichen Kommunikation wird vor allem aus der historischen Perspektive besonders klar sichtbar. Die heutigen Emoticons und allgemein Emojis weisen nämlich überraschenderweise deutliche Parallelen mit vorgeschichtlichen Höhlenmalereien. Es werden hier nur zwei anvisiert. Erstens haben die beiden keine etablierte Versprachlichungsform, was sie nach dem Kriterium von Dürscheid als Nicht-Schriften auffassen lässt. Zweitens gibt es in den beiden Gruppen sowohl naturalistische als auch abstrakte, symbolische Darstellungen, wie unter den Höhlenmalereien die buchstabenähnlichen Zeichnungen auf der Darstellung eines Bisons an der Wand der Höhle von Marsoulas in Frankreich (vgl. Dürscheid 2012: 102).

¹ Der Begriff *Emoji* ist „eine Kombination aus den japanischen Wörtern für Bild (*e*) und Buchstabe (*moji*), womit auf den Ursprung der Emoji angespielt wird. Sie sind als fertige Elemente üblicherweise im Emoji-Eingabemodus anwählbar und basieren auf der Unicode-Kodierung, dank dessen sie auf allen Endgeräten einheitlich angezeigt werden (vgl. Dürscheid/Frick 2016: 103). In dem Beitrag wird der Begriff mit Dürscheid und Frick (2016: 103) zur Unterscheidung zwischen den klassischen Emoticons und den Emoticons in der graphischen Form verwendet.

² Die sekundäre Piktorialität ist von der sekundären Bildlichkeit abzugrenzen, die neben der primären und tertiären Bildlichkeit im Bereich der bildenden Kunst gebraucht wird und die „verbale Thematisierung oder Realisierung primärer Bildlichkeit“ (Schöch 2009: 279), also der „eigentliche[n], unmetaphorische[n] Qualität gemalter Bilder“ (Schöch 2009: 279) bezeichnet.

Ein deutlicher Unterschied besteht hingegen darin, dass die Höhlenmalereien eine Vorstufe im Streben der Menschheit nach der Entwicklung einer Schrift waren, das sich aus dem zunehmenden Bedarf nach einer präziseren Technik alltäglicher Mitteilungen ergab (vgl. Dürscheid 2012: 102; vgl. dazu Földes-Papp 1987: 27). Darauf folgten verschiedene Schrifttechniken, angefangen mit der Keilschrift der Sumerer gegen 3500 v. Chr., die als die älteste bekannte Schrift gilt (vgl. Ong 2016: 80). Wie Dürscheid betont, hat sich die Keilschrift aus bildlichen Darstellungen von Objekten entwickelt, die „immer weiter stilisiert [wurden], so dass schließlich keine Abbildbeziehung mehr zwischen dem Zeichen und dem dargestellten Objekt zu erkennen war“ (vgl. Dürscheid 2012: 106–107). Diese Entwicklung sieht man noch deutlicher in jüngeren historischen Schriften wie Hieroglyphen, die nicht mehr nur Wortzeichen waren, sondern auch Darstellungen von Konsonanten und Konsonantenkombinationen (vgl. Dürscheid/Siever 2017: 264; vgl. dazu Dürscheid 2012: 112–113).

Im Gegensatz dazu ist die Erscheinungsform der Emoticons im Laufe der Zeit und der technologischen Entwicklung noch anschaulicher geworden. Während die ersten Emoticons nur aufgrund einer fest etablierten Konvention als um 90 Grad umgedrehte Darstellungen des menschlichen Gesichts gedeutet werden können,³ stehen die Emojis in einer viel engeren Abbildbeziehung zu dem dargestellten Objekt. Ein weiterer Unterschied ist, dass die vorhistorischen Malereien zwangsläufig statt der Schrift verwendet wurden, während die Emoticons und Emojis meistens die sekundär-schriftliche Kommunikation begleiten, was sich deutlich auf ihre Funktionalität auswirkt.

In Bezug auf Emojis lassen sich mit Pappert neun verschiedene Funktionen differenzieren, und zwar: Rahmung, Ökonomisierung, Beziehungsgestaltung, Modalisierung, Kommentierung/Evaluierung, Strukturierung, Darstellung, Ludische Funktion und Ausschmückung (vgl. dazu Pappert 2017: 188–189).

3. Font Awesome Icons

Die obige Charakteristik hat zum Ziel, das Konzept der sekundären Piktorialität an dem vermutlich plausibelsten Beispiel der Emoticons (und Emojis) zu schildern. Das Hauptaugenmerk wird dennoch – wie oben angekündigt – auf ein noch weiter gehendes Phänomen der sekundären Piktorialität gerichtet. Während die Emoticons und die sonstigen Emojis prinzipiell in inoffiziellen Kommunikationsformen und als ein Kennzeichen für konzeptionelle Mündlichkeit beziehungsweise sekundäre Schriftlichkeit gelten, lässt sich die Tendenz zur sekundären Piktorialität – wie im Folgenden nachgewiesen wird – neulich auch in den offiziellen (institutionellen) digitalen Kommunikationsformen beobachten.

³ Die Konventionalität der Emoticons kommt insbesondere beim Vergleich mit den japanischen Emoticons zum Vorschein, bei denen keine 90-Grad-Umdrehung zustande kommt, denn „Lachen oder >glückliches Gesicht< wird von daher mit den Zeichen ^^ oder ^_^ geschrieben, entsprechend sieht ein genervtes -_- oder böses Gesicht ò_ó aus“ (Beil 2009: 232; vgl. dazu auch Kapuścińska 2014: 192).

Die piktorialen Elemente, die in das Gebiet der offiziellen schriftlichen Kommunikation hineingedrungen sind, sind Font Awesome Icons, die 2012 von Dave Gandy in den Vereinigten Staaten entwickelt worden sind (vgl. <http://davegandy.github.io/>). Diese grundsätzlich einfachen Zeichen haben unbestreitbare Einschränkungen, auf die auch von Web-Designern hingewiesen wird. Unter anderem sind sie grundsätzlich nur einfarbig und lassen keine individuelle Gestaltung zu (vgl. <https://www.webdesign-journal.de/icon-fonts-anleitung-und-uebersicht/>). Gleichzeitig werden aber auch ihre zahlreichen Vorteile hervorgehoben. Sie sind u. a. beliebig skalierbar und unabhängig von der Auflösung, lassen sich relativ leicht einbinden und über den CSS-Code z. B. hinsichtlich der Größe oder Farbe anpassen, sind auch mit älteren Browsern kompatibel, haben einen geringen Speicherbedarf und transparenten Hintergrund (vgl. <https://www.webdesign-journal.de/icon-fonts-anleitung-und-uebersicht/>). Schnell haben sich die Icons dermaßen verbreitet, dass beispielsweise die Verwendung einer Umschlags-Darstellung vor der E-Mail-Adresse (also eines Piktogramms gleich vor einem schriftlichen Text) auf offiziellen Internetseiten kaum Überraschungseffekt mehr hat.

4. Piktorialität auf institutionellen Internetseiten – Analyse

Nachfolgend wird der Gebrauch der Font Awesome Icons auf ausgewählten deutschen und polnischen offiziellen Internetseiten unter die Lupe genommen. Am meisten werden drei Fragestellungen fokussiert, die in den untenstehenden Tabellen ggf. mit entsprechenden Abkürzungen gekennzeichnet sind:

1. ob diese Internetseite die Font Awesome Icons gebrauchen und ggf. welche,
2. ob die Icons in der Kopfzeile (^K), Fußzeile (^F), im Hauptbereich (^H) oder im Seitenmenü (^S) lokalisiert sind,
3. ob die Icons auf diesen Internetseiten mit (^M) dem gleichbedeutenden sprachlichen Element gebraucht werden, oder ohne (^O).

Aus der Analyse werden solche Font Awesome Icons ausgeschlossen, die (wie Pfeile) auch mit dem ASCII-Code realisierbar sind. Ebenso ausgeschlossen werden andere Piktogramme, die aus anderen Sammlungen stammen und unter den Font Awesome Icons nicht zu finden sind. Entscheidend ist dabei dennoch das visuelle und nicht informatische Kriterium. Das heißt, dass ein Icon, das einem Icon in der Font Awesome Sammlung gleicht, in der Analyse erfasst wird, auch wenn es tatsächlich (laut dem HTML-Code) aus einer anderen Quelle stammt.

Die Analyse umfasst die offiziellen Stadtportale sowie die Internetseiten von einer Stadtbibliothek, einer Universität in zehn Städten in Deutschland (Berlin, Hamburg, München, Köln, Frankfurt am Main, Stuttgart, Düsseldorf, Leipzig, Dortmund und Essen) und in Polen (Warszawa, Kraków, Łódź, Wrocław, Poznań, Gdańsk, Szczecin, Bydgoszcz, Lublin und Białystok) im August 2020.

Tabelle 1: Offizielle Stadtrportale

Icon	Symbol	Berlin	Hamburg ^a	München ^b	Köln	Frankfurt am Main	Stuttgart ^c	Düsseldorf	Leipzig ^d	Dortmund ^e	Essen	Warszawa ^f	Kraków	Łódź	Wrocław	Poznań	Gdańsk	Szczecin	Bydgoszcz ^g	Lublin	Białystok	Summe	
	address-card	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	H,M	-	-	-	-	-	-	-	-	1
	adjust	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	K,O	-	-	+	K,O	3	
	ambulance	+	H,M	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	
	american-sign-language-interpreting	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	K,O	1	
	bars	+	K,O	-	-	+	K,M	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	
	bed	+	H,M	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	
	bus	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	H,M	+	H,M	-	-	-	-	-	2	
	camera	-	-	-	-	-	-	-	-	+	F,M	-	+	H,O	-	-	+	H,M	-	-	-	3	
	car-alt	-	-	-	+	K,M	-	-	-	-	-	-	+	H,M	-	-	-	-	-	-	-	2	
	clock	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	H,O	1	

Summe		9	1	3	2	3	1	3	1	4	1
Białystok		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lublin		+ S,M	-	-	-	+ H,O	-	-	-	-	-
Bydgoszcz ¹		+ H,O	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Szczecin		-	-	-	+ K/H,O	+ H,O	-	-	+ F,O	-	-
Gdańsk		-	-	-	-	-	-	-	-	+ H,M	-
Poznań		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Wrocław		-	-	+ H,M	-	-	-	+ H/F,M	-	-	-
Łódź		+ K,O	-	-	-	-	-	+ F,O	-	-	-
Kraków		+ H/F,O	-	-	-	-	-	-	-	+ H,O	-
Warszawa ¹		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Essen		+ H,O	-	-	-	-	-	-	-	+ K,O	-
Dortmund ¹		+ H,O	+ F,M	+ H/F,M	-	-	+ H/F, O/M	-	-	-	-
Leipzig ¹		-	-	-	-	-	-	+ F,O	-	+ H,O	+ H,O
Düsseldorf		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Stuttgart ¹		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Frankfurt am Main		+ H,M	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Köln		-	-	+ K,M	-	-	-	-	-	-	-
München ¹		-	-	-	-	+ K,M	-	-	-	-	-
Hamburg ²		+ F,O	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Berlin		+ F,O	-	-	+ K/H,M	-	-	-	-	-	-
Icon	Symbol										

Tabelle 3: Universitäten

Summe	2	1	1	1	1	2	4	2	11	1
Białystok	+ K,O	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lublin	-	-	-	-	-	-	-	-	+ K,O	-
Bydgoszcz	+ K,O	-	-	-	-	-	+ K,O	-	+ F,O	-
Szczecin	-	-	-	-	-	-	-	+ K,O	+ K/H/E O	-
Gdańsk	-	-	-	+ H,M	+ H,M	-	-	-	+ F,O	-
Poznań	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Wrocław	-	-	-	-	-	-	-	-	+ K,O	-
Łódź	-	-	-	-	-	-	-	-	+ K,O	-
Kraków	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Warszawa	-	-	-	-	-	-	+ F,O	+ H,O	+ F,O	-
Essen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dortmund	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Leipzig	-	-	-	-	-	-	+ H/F,O	-	-	-
Düsseldorf	-	-	-	-	-	-	-	-	+ F,O	-
Stuttgart	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Frankfurt am Main	-	-	-	-	-	-	+ H,O	-	+ H,O	-
Köln	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
München	-	+ H,O	+ H,O	-	-	+ H,O	-	-	+ F,O	-
Hamburg	-	-	-	-	-	+ S,M	-	-	+ S,O	+ K,O
Berlin	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Icon									  	
Symbol	adjust	blog	bookmark	building	chalkboard- teacher	comment/ comment-alt	envelope	eye	facebook-f/ facebook- square/ facebook	flag

Summe	1	1	1	2	7	2	1	2	2	1	1	2
Białystok	-	-	-	+ K.O	-	-	-	-	-	-	-	-
Lublin	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bydgoszcz	+ F.O	+ F.O	-	-	+ F.O	-	-	-	-	-	-	+ K.O
Szczecin	-	-	-	-	+ K/H/E, O	-	-	-	-	-	-	-
Gdańsk	-	-	-	-	+ K.O	-	+ H,M	+ F.O	-	-	-	-
Poznań	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Wrocław	-	-	-	-	+ K.O	-	-	-	-	-	-	-
Łódź	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kraków	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Warszawa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Essen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dortmund	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Leipzig	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+ H/E/O
Düsseldorf	-	-	-	-	+ F.O	+ H.O	-	+ F.O	+ H.O	-	-	-
Stuttgart	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Frankfurt am Main	-	-	-	-	+ H.O	-	-	-	-	-	-	-
Köln	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
München	-	-	+ H.O	-	+ H.O	+ H,M	-	-	+ H, M/O	-	-	-
Hamburg	-	-	-	+ S,M	-	-	-	-	-	-	+ S,O	-
Berlin	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+ K.O	-	-
Icon												
Symbol	flickr	foursquare	heart	home	instagram	kalender-alt	layer-group	linkedin-in	map-marker-alt	pause	pencil-alt	phone

Die Analyse lässt einen weitgehend differenzierten Umgang mit den Icons feststellen. Ihre Anzahl rangiert auf den offiziellen Stadtportalen von 1 bis 19 in Deutschland und von 0 bis 14 in Polen, auf den Internetseiten der Stadtbibliotheken von 0 bis 12 in Deutschland und von 1 bis 11 in Polen, auf den Internetseiten von Universitäten hingegen von 0 bis 12 in Deutschland und von 1 bis 11 in Polen.

Sowohl in Deutschland als auch in Polen ist die Verwendung dieser Elemente am höchsten auf den Stadtportalen, mit der durchschnittlichen Anzahl auf dem genau gleichen Niveau von 6,1 Icons pro Seite. Etwas seltener verwendet man sie auf den Internetseiten von Bibliotheken: 5,2 in Deutschland und 3,6 in Polen, sowie von Universitäten: 5,1 in Deutschland und 4,3 in Polen. Zwar sind die beiden Werte für Deutschland etwas höher, dennoch ist der Unterschied relativ gering und lässt sich eher nicht als eine allgemeine Tendenz interpretieren.

Es gibt auch solche Seiten, auf denen keine Font Awesome Icons verwendet werden. Darauf werden entweder nur sprachliche Bezeichnungen oder andere, nicht standardisierte Grafiken eingesetzt.

Auch die Okkurrenz der einzelnen Icons ist divers. Das in allen analysierten Kategorien am häufigsten vorkommende Icon ist ‚search‘, das eine Lupe darstellt und zur Kennzeichnung des Suchfeldes dient. Es kommt insgesamt 15-mal auf den Stadtportalen, 16-mal auf den Seiten der Stadtbibliotheken und auch 16-mal auf den Seiten der Universitäten. Überraschenderweise wird es trotz seiner Verbreitung in den meisten Fällen mit einer schriftlichen Erklärung wie ‚Suche‘ oder ‚Szukaj im Eingabefeld gepaart, obwohl diese als redundant erscheinen kann. Das zweithäufigste Icon ‚facebook‘, das 12-mal auf den Stadtportalen, 11-mal auf den Internetseiten der Stadtbibliotheken und 11-mal auf den Internetseiten der Universitäten vorkommt, wird dagegen nur in einem Fall von der schriftlichen Information begleitet.

Die meistverbreiteten Icons weisen oft eine feste Positionierung auf der Internetseite auf. Während das Icon der Lupe in der Regel in der Kopfzeile oder im oberen Teil des Hauptbereichs vorkommt, ist das Facebook-Icon zusammen mit den Icons anderer sozialen Medien eher in der Fußzeile lokalisiert.

Demgegenüber gibt es auch eine Reihe von Icons, die nur auf vereinzelt Seiten vorkommen und oft durch seitenspezifische Inhalte bedingt sind, wie z. B. das Icon ‚ambulance‘ als Kennzeichnung für die Information über Krankenhäuser auf dem Stadtportal von Berlin. In solchen Fällen wird zur Verdeutlichung auch die sprachliche Information eingesetzt.

Verhältnismäßig selten werden auf den analysierten Seiten auch solche Icons verwendet, die sonst relativ stark verbreitet sind, wie die Icons ‚phone‘ als Bezeichnung für die Telefonnummer oder ‚envelope‘, die man für die E-Mail-Adresse verwendet. Auf den meisten Seiten werden stattdessen bei den Kontaktangaben die sprachlichen Bezeichnungen: ‚E-Mail‘ oder ‚Telefon‘ verwendet.

5. Schlussfolgerungen

Die oben präsentierten Ergebnisse bestätigen eindeutig, dass die sekundäre Piktorialität auf deutschen und polnischen Internetseiten der öffentlichen Institutionen eine unbestrittene Tatsache ist. Selbst solche Institutionen wie Bibliotheken und Universitäten, von denen man

eine besondere Sorgfalt für die Richtigkeit der sprachlichen Kommunikation und einen gewissen Konservatismus im Umgang mit der Sprache erwarten könnte, zögern nicht, bestimmte Bezeichnungen auf ihren offiziellen Internetseiten mit entsprechenden bildlichen Darstellungen von Font Awesome Icons zu ergänzen oder sogar durch diese zu ersetzen.

Der meistwiederholte Grund für den Gebrauch solcher Icons, dass sie „die Inhalte schneller zu verstehen und die Bedienbarkeit zu erhöhen, bzw. den Nutzen einer Funktion zu verdeutlichen [helfen]“ (<https://www.webdesign-journal.de/icon-fonts-anleitung-und-uebersicht/>), lässt sich mit einer Prise Skepsis betrachten. In manchen Fällen scheinen die Icons kaum eine Auswirkung auf die Bedienbarkeit der Seite zu haben, was sich allerdings ohne eine umfassende soziomediale Untersuchung nicht eindeutig feststellen lässt. Als ein anderer, nicht weniger wichtiger Grund erscheint die fortschreitende Anpassung an die üblichen Wahrnehmungsgewohnheiten der „visuell dominierten, mediatisierten Gesellschaften“ (Lobinger 2012: 270). Diese hat spätestens mit den Icons auf den Bildschirmen von Handys angefangen und sich allmählich auf verschiedene andere Bereiche der medial vermittelten Kommunikation ausgebreitet. Mittlerweile ist die Verwendung solcher piktorialen Einheiten zum Inbegriff eines modernen und benutzerfreundlichen Webdesigns geworden, dem selbst öffentliche Institutionen nicht mehr standhalten können oder wollen.

Literatur

- Beil, Ulrich J. (2009): Das Smiley. Der Trickster des World Wide Web. In: Tim Kamasch, Christine Abbt (Hg.): *Punkt, Komma, Strich? Geste, Gestalt und Bedeutung philosophischer Zeichensetzung*. Bielefeld: transcript, 229–242.
- Dürscheid, Christa (2012): *Einführung in die Schriftlinguistik*. Göttingen, Bristol: UTB.
- Dürscheid, Christa / Frick, Karina (2016): *Schreiben digital. Wie das Internet unsere Alltags-Kommunikation verändert*. Stuttgart: Kröner.
- Dürscheid, Christa / Siever, Christina Margrit (2017): Jenseits des Alphabets. Kommunikation mit Emojis. In: *Zeitschrift für Germanistische Linguistik*. 45, 256–285.
- Földes-Papp, Károly (1987): *Vom Felsbild zum Alphabet: die Geschichte der Schrift von ihren frühesten Vorstufen bis zur modernen lateinischen Schreibschrift*. Stuttgart: Gondrom.
- Jurek, Wojciech (2006): Emotikon – ozdoba czy konieczność? [Emoticon – Schmuck oder Notwendigkeit?]. In: Kazimierz Michalewski (Hg.): *Wyrażanie emocji*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 144–153.
- Kapuścińska, Anna (2012): Więcej niż „buźki”. Emotikony jako sposób przenoszenia tradycyjnych symboli do komunikacji internetowej na przykładzie symbolu ryby [Mehr als „Smileys”. Emoticons als Mittel zum Transport traditioneller Symbole in die Internetkommunikation am Beispiel des Fisch-Symbols]. In: *Język, szkoła, religia*. VII/1, 64–75.
- Kapuścińska, Anna (2014): Sind Emoticons eine neue lingua franca? Kontrastive Analyse des polnischen und deutschen Emoticon-Kodes. In: Ewa Żebrowska, Mariola Jaworska, Dirk Steinhoff (Hg.): *Linguistik International. Materialität und Medialität der sprachlichen Kommunikation. Akten des 47. Linguistischen Kolloquiums in Olsztyn 2012*. Frankfurt a. M.: Lang, 189–198.

- Kapuścińska, Anna (2017): *Grenzphänomene zwischen Text und Bild am Beispiel multimedialer Nachrichtensendungen*, Berlin: Schmidt.
- Kapuścińska, Anna (2020a): Technische Beschleunigung und (Des)Information. In: Marek Cieszkowski, Janusz Pociask (Hg.): *Text- und Diskurswelten in der massenmedialen Kommunikation*. Berlin: Lang, 91–102.
- Kapuścińska, Anna (2020b): O emotikonach raz jeszcze – na przykładzie emotikona „XD” w języku polskim [Zu den Emoticons noch einmal – am Beispiel des Emoticons „XD” im Polnischen]. In: *Prace Językoznawcze*. 22/2, 57–66.
- Koch, Peter / Oesterreicher, Wulf (1990): *Gesprochene Sprache in der Romania. Französisch. Italienisch. Spanisch*. Tübingen: de Gruyter.
- Lobinger, Katharina (2012): *Visuelle Kommunikationsforschung. Medienbilder als Herausforderung für die Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiebaden: Springer.
- Ong, Walter (2016): *Oralität und Literalität: Die Technologisierung des Wortes*. Wiesbaden: Springer.
- Pappert, Steffen (2017): *Zu kommunikativen Funktionen von Emojis in der WhatsApp-Kommunikation. Empirische Erforschung internetbasierter Kommunikation*. Berlin, Boston: de Gruyter, 175–212.
- Sandbothe, Mike (1997): Digitale Verflechtungen. Eine medienphilosophische Analyse von Bild, Sprache und Schrift im Internet. In: Klaus Beck, Gerhard Vowe (Hg.): *Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation*. Berlin: Spiess, 125–137.
- Schmitz, Ulrich (2015): *Einführung in die Medienlinguistik*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Schöch, Christof (2009): Beschriebene Bilder und bildhafte Beschreibungen im französischen Roman des späten 18. Jahrhunderts: Sénac de Meilhans L'Émigré (1797). In: Winfried Nöth, Peter Seibert (Hg.): *Bilder BeSchreiben. Intersemiotische Transformationen*. Kassel: Kassel University Press, 273–302.

Internetseiten

<http://davegandy.github.io/> [letzter Zugriff: 25.08.2020].

<https://www.webdesign-journal.de/icon-fonts-anleitung-und-uebersicht/> [letzter Zugriff: 25.08.2020].

Quellen

[letzter Zugriff: 25.08.2020]

<https://www.berlin.de/>

<https://www.hamburg.de/>

<https://www.muenchen.de/>

<https://www.koeln.de/>

<https://frankfurt.de/>

<https://www.stuttgart.de/>

<https://www.duesseldorf.de/>

<https://www.leipzig.de/>

<https://www.dortmund.de/de/index.html>
<https://www.essen.de/aktuell.de.html>
<https://www.um.warszawa.pl/>
<https://www.krakow.pl/>
<https://uml.lodz.pl/>
<https://www.wroclaw.pl/>
<https://www.poznan.pl/>
<https://www.gdansk.pl/>
<https://www.szczecin.eu/pl>
<https://www.bydgoszcz.pl/>
<https://lublin.eu/>
<https://www.bialystok.pl/>
<https://www.zlb.de/>
<https://www.buecherhallen.de/zentralbibliothek.html>
<https://www.muenchner-stadtbibliothek.de/>
<https://www.stadt-koeln.de/leben-in-koeln/stadtbibliothek/index.html>
<https://katalog.stadtbuecherei.frankfurt.de/>
<http://www1.stuttgart.de/stadtbibliothek/>
<https://stadtbibliothek.leipzig.de/>
https://www.dortmund.de/de/leben_in_dortmund/bildungswissenschaft/bibliothek/start_bibliothek/
https://www.stadtbibliothek-essen.de/sbbtke_bibliotheken/zentralbibliothek/zentralbibliothek.de.html
<https://www.biblioteki.warszawy.pl/>
<https://www.biblioteka.krakow.pl/>
<https://www.biblioteka.lodz.pl/>
<https://biblioteka.wroc.pl/>
<https://www.wbp.poznan.pl/>
<http://www.wbpg.org.pl/>
<https://mbp.szczecin.pl/>
<https://biblioteka.bydgoszcz.pl/>
<https://www.mbp.lublin.pl/>
<http://ksiaznicapodlaska.pl/>
<https://www.hu-berlin.de/de>
<https://www.uni-hamburg.de/>
<https://www.uni-muenchen.de/index.html>
<https://www.uni-koeln.de/>
https://www.goethe-university-frankfurt.de/en?legacy_request=1
<https://www.uni-stuttgart.de/>
<https://www.uni-duesseldorf.de/home/en/home.html>
<https://www.uni-leipzig.de/>
<https://www.tu-dortmund.de/>
<https://www.uni-due.de/>
<https://www.uw.edu.pl/>
<https://www.uj.edu.pl/>

<https://www.uni.lodz.pl/>
<https://uni.wroc.pl/>
<https://amu.edu.pl/>
<https://ug.edu.pl/>
<https://usz.edu.pl/>
<https://www.ukw.edu.pl/>
<https://www.umcs.pl/>
<https://uwb.edu.pl/>