

EINLADUNG

Arbeitstagung

Rahmenthema:

***Zwischen Tradition und Innovation:
Neue Antworten auf klassische Fragen.***

5. SEPTEMBER 2014 in KOBLENZ

Während die klassische Politolinguistik den einzelnen Text als maximale Bezugsgröße verstand, der mittels gezieltem Gebrauch bestimmter Begriffe und der gesteuerten Ausführung spezifischer Sprachhandlungen ein dichtes intertextuelles, aber gleichwohl kontrolliertes, diskursives Gefüge mit ähnlichen Texten bildet, haben sich heute sowohl die Untersuchungsgegenstände als auch die theoretisch-methodischen Herangehensweisen geändert. Durch die Herausbildung neuer Medien und Kommunikationsformen fungiert der Einzeltext lediglich als ein Baustein in einem makrostrukturellen Diskursgefüge, wobei sich solche Diskurse oftmals über verschiedene Textsorten, Kommunikationsformen und Medien – cross-medial – ausbreiten. In einer zunehmend multimedialen und multimodalen Welt darf die Analyse demnach nicht mehr bei der Analyse sprachlicher Aspekte statischer Texte stehen bleiben, sondern muss das komplexe Zusammenspiel aller Modalitäten – Sprache, Bild und Ton – in Bezug auf statische sowie dynamische (audiovisuelle) Texte im Rahmen multimodaler Diskursanalysen untersuchen (vgl. .

Mit der Veränderung von Kommunikationsformen, Medien und Textsorten, also der Kommunikate, geht zudem eine Veränderung von Produktions- und Rezeptionsbedingungen einher. Produktion und Rezeption lassen sich zum einen nicht mehr deutlich voneinander trennen, in stärkerem Ausmaß als zuvor schlüpfen Rezipienten in die Rolle von Produzenten („Produser“). Wahlprogramme etwa werden nicht mehr alleine von den politischen Führungskräften erstellt, sondern auch mit Vorschlägen und Wünschen von der Basis versehen.

Zum anderen zeichnen sich diese Prozesse durch ein höheres Maß an Öffentlichkeit aus und verändern somit Erwartungshaltungen, Aneignungsgewohnheiten und restrukturieren den öffentlichen politischen Raum, seien es überdimensionierte Riesenplakate (z.B. „Merkelraute“), oder die Ko-Nutzung großflächiger

Werbemöglichkeiten etwa an Bahnhöfen, was die Unterscheidung von kommerzieller Produktwerbung und Politikwerbung beinahe unmöglich erscheinen lässt.

Anknüpfend an der Fachgruppentagung der DGPK in Koblenz zum Thema „Politische Kommunikation im Wandel“ sollen dabei nicht nur die politische Sprache und Kommunikation in sozialen Medien und Netzwerken im Vordergrund stehen, sondern auch verstärkt etablierte Kommunikationsformen und Textsorten sowie deren Wandel unter dem Einfluss innovativer theoretischer Zugänge.

Programm:

09.55-10.00	Begrüßung: SASCHA MICHEL
10.00-10.45	Resilienbezogene Frameanalyse von wirtschafts- und sozialpolitischen Krisen. FABIAN KREUßLER (Trier)
10.50-11.35	Spuren der Aneignung von Multimodalität im öffentlichen Raum am Beispiel von Wahlplakaten. Oder: „Der Bürger hat das Bild“. SASCHA MICHEL (Koblenz)
11.35-13.00	<i>Mittagspause</i>
13.00-13.45	Europa in Wahlplakaten. Eine politolinguistische Untersuchung der Wahlplakate als politischer Textsorte bei Europawahlen in der Bundesrepublik Deutschland (1979-2014). ILLYA KHODYEYEV (Berlin)
13.50-14.35	Selfie-Proteste – eine emergente Praktik des Protests im Web 2.0. EVA WYSS KONTAR / MIRIAM GROHMANN / LAYLA KAMIL ABDULSALAM (Koblenz)
14.40-15.10	<i>Kaffeepause</i>
15.10-15.55	Über die Sprache des russischen und deutschen Nationalismus: Analyse zentraler Argumentationen. EKATERINA PLAKHUTA (Magdeburg)
16.00-16.45	Der politisch-ideologische Sprachgebrauch paramilitärischer Verbände. Eine exemplarische Untersuchung zur politischen Kommunikation in der Weimarer Republik – Ein Werkstattbericht. SEBASTIAN GRÄB (Würzburg)
16.50-17.00	Schlussdiskussion und Verabschiedung: HAJO DIEKMANNSHENKE

**Tagungsort: Universität Koblenz-Landau, Campus Koblenz
Universitätsstraße 1, 56070 Koblenz, Raum D 238**

Organisation: Hajo Diekmannshenke (diekmann@uni-koblenz.de)
Sascha Michel (michel@uni-koblenz.de)

Für weitere Informationen und zur **Anmeldung** möchten wir Sie auf die **Homepage** der Arbeitstagung verweisen: <http://spracheinderpolitikag.wordpress.com/>