



HAL
open science

Ein Jahr schriftliche Corona-Kommunikation im öffentlichen Raum

Irmtraud Behr, Ève Vayssière

► **To cite this version:**

Irmtraud Behr, Ève Vayssière. Ein Jahr schriftliche Corona-Kommunikation im öffentlichen Raum. Cahiers d'études germaniques, 2022, n° 83, pp.233-247. 10.4000/ceg.16824 . hal-03947430

HAL Id: hal-03947430

<https://hal.science/hal-03947430v1>

Submitted on 3 Jun 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Français ▼

Partager



ACCUEIL

CATALOGUE

DES 638

REVUES

OPENEDITION SEARCH

Tout
OpenEdition

Accueil Numéros 83 Temps et mémoire : l'anniversaire... Ein Jahr schriftliche Corona-Komm...

Cahiers d'Études Germaniques

83 | 2022

Anniversaires

Temps et mémoire : l'anniversaire comme mythe

Ein Jahr schriftliche Corona- Kommunikation im öffentlichen Raum

*Une année de communication écrite dans l'espace public en temps de Covid-19**One Year of Written Corona Communication in the Public Space*

IRMTRAUD BEHR ET ÈVE VAYSSIÈRE

p. 233-248

<https://doi.org/10.4000/ceg.16824>

Résumés

Deutsch Français English

Dieser Artikel zeigt die Entstehung spezifischer Corona-Kommunikate in Deutschland, Österreich und Frankreich während des ersten Corona-Jahres, das heißt zwischen dem Frühjahr 2020 und dem Frühjahr 2021. Diese Kommunikate sind Teil des Corona-Dispositivs, sie haben informative, regulative und expressive Funktion. Bemerkenswert sind ihre zeitliche Verteilung über das Jahr, die Tatsache, dass sowohl institutionelle als auch individuelle Botschaften in die gleiche Richtung gehen und die Herausbildung von expressiv-regulativen Mustern.

Cet article montre l'apparition d'énoncés brefs propres au Covid-19 dans les espaces publics germanophone et francophone durant la première année de la pandémie, c'est-à-dire entre le

printemps 2020 et le printemps 2021. Dotés de fonctions informative, régulatrice et expressive, leur spécificité réside dans les trois caractéristiques suivantes : leur répartition sur l'année ; la similitude entre messages institutionnels et individuels ; la création d'énoncés hybrides à la fois expressifs et régulateurs.

This article intends to show the appearance of specific messages during the first year of the coronavirus pandemic between spring 2020 and spring 2021. With informative, regulatory and expressive functions, their specificity lies in the following three characteristics: their distribution over the year; the similarity between institutional and individual messages; the creation of hybrid statements that are both expressive and regulatory.

Entrées d'index

Mots-clés : pandémie de Covid-19, messages Covid-19, crise, expressivité, messages expressifs-régulateurs

Schlagwörter: Corona-Pandemie, Corona-Kommunikate, Krise, Expressivität, expressiv-regulative Kommunikate

Keywords: corona pandemic, corona messages, crisis, expressivity, expressive-regulative messages

Texte intégral

Einleitung

- 1 In diesem Artikel¹ möchten wir von einem besonderen und außergewöhnlichen Jahrestag sprechen, der eigentlich weder genau datierbar ist noch besonders gefeiert wurde – nämlich von dem ersten Jahr der Corona-Pandemie. Offiziell hat die Corona-Pandemie in Deutschland am 27. Januar 2020 begonnen. In Frankreich wurden die ersten Fälle am 24. Januar 2020 bestätigt. Viele Länder sind wenig später in einen mehr oder weniger strengen Lockdown gestürzt. Das Ziel war, die zwischenmenschlichen direkten Kontakte auf ein Minimum zu reduzieren, da sich das Virus hauptsächlich durch Aerosole überträgt, die beim Sprechen und sogar beim Atmen ausgestoßen werden. Während dieses ersten Jahres haben wir als SprachwissenschaftlerInnen eine Veränderung der schriftlichen kleinformatischen Kommunikate² im öffentlichen Raum beobachten können.³ In diesem Artikel möchten wir eine Zwischenbilanz ziehen – Zwischenbilanz, da die Pandemie Anfang 2022 auf dem besten Wege ist, ein drittes Jahr zu dauern. Ab März 2020 haben wir damit angefangen, die immer zahlreicheren Aushänge zu fotografieren, denen wir in den Schaufenstern von Geschäften in unseren Vierteln begegneten, und auch Freunde darum gebeten, Fotos für uns zu machen. Augenblicklich verfügen wir über mehrere Hundert Fotos aus Frankreich, Deutschland und Österreich. Ziel des Beitrags ist es, die Entwicklung der Corona-Kommunikate im ersten Jahr der Pandemie zu skizzieren, dabei gehen wir exemplarisch auf die vielfältigen Beziehungen zwischen den expressiven und den deontischen Aspekten ein. Die Corona-Kommunikate sind konstitutiver Teil der Coronakrise,⁴ sie sind im öffentlichen, alltäglichen Raum präsent und erreichen somit die Personen unabhängig davon, ob sie den allgemeinen Corona-Diskurs verfolgen oder nicht. Insofern sind sie Teil des "Corona-Dispositiv", das nach Androutsopoulos neben konkreten materiellen Maßnahmen und Verordnungen auch die Kommunikation im öffentlichen Raum in ihren semiotischen Aspekten umfasst.⁵
- 2 Die Pandemie wird in den Medien und in den einschlägigen Wikipedia-Artikeln in Wellen eingeteilt,⁶ die besonders hohen Infektionszahlen, Krankenhausbelastung und diversen restriktiven Maßnahmen entsprechen. Wir möchten im Anschluss an Behr/ Liedtke⁷ eher von einem Drei-Phasen-Modell ausgehen, das der Evolution der schriftlichen kleinformatischen Kommunikate im öffentlichen Raum während dieser Zeitspanne besser entspricht und uns es erlaubt, die charakteristischen Funktionen kleinformatischer Corona-Kommunikation zu analysieren. Die erste Phase der Pandemie ist gekennzeichnet von

Überraschung, Unsicherheit, ja Panik, sowie von der Suche nach den geeigneten Maßnahmen. Direkte, koprésente Interaktion war stark eingeschränkt.⁸ Der mediale Diskurs über die Pandemie beherrscht alles. Die Menschen wichen auf andere mediale Träger aus: elektronische Medien und ganz allgemein schriftliche Kommunikation. Die von uns untersuchten Corona-Kommunikate fallen zum Teil unter diese Ersatzformate. Die zweite Phase entspricht den Lockerungen nach dem ersten Lockdown. Sie ist von der Wiedersehensfreude gekennzeichnet, vom Aufatmen nach überstandener Gefahr. In den beiden ersten Phasen werden spezifische informative, regulative und expressive Botschaften bzw. Muster kreiert. Die dritte Phase beginnt im Herbst 2020, die Pandemie ist zu einer chronischen Krise geworden. Der Maßnahmenkatalog, der im Frühjahr erprobt worden war, kann ganz oder in Teilen wieder aktiviert werden. Die Bevölkerung und die zuständigen Instanzen haben jetzt Erfahrungen gesammelt. Die Zahl der rein expressiven Corona-Kommunikate geht zurück, während die seit dem Frühjahr konzipierten Vordrucke für informative und regulative Kommunikate wieder zum Einsatz kommen bzw. weiterhin gelten. Letztendlich bilden sich expressiv-regulative Mischformen heraus.

Hauptfunktionen der Corona-Kommunikate

- 3 Die Beschilderung des öffentlichen Raums mit kleinformatigen Kommunikaten ist allgegenwärtig: Ortschilder, Verkehrsschilder, Aufschriften auf Mülleimern, Anzeigen in Bahnhöfen und Flughäfen, aber auch Werbung, poetische Texte, Graffiti, politische Slogans. Informative, regulative und expressive Funktion sind die drei Hauptfunktionen, parallel zu Bühlers Darstellungsfunktion, Appellfunktion und Ausdrucksfunktion,⁹ sowie die Erweiterung dieses Funktionsmodells durch Jakobson um die phatische, die metasprachliche und die poetische Funktion.¹⁰ In jeder Äußerung sind alle Funktionen vertreten, jedoch in verschiedenem Maße. Und genau dieses Verhältnis zwischen den Funktionen zeigt in den Corona-Kommunikaten einige Besonderheiten, wie wir im Folgenden nachweisen möchten. Wir illustrieren unsere Ausführungen mit zwei Fotoreihen (Abb.1 – Abb.2) sowie einer Reihe von Beispielen, die über die Transkriptionen der fotografisch dokumentierten Kommunikate hinausgehen und die soweit wie nötig anonymisiert sind.

Abbildung 1 – Regulative Corona-Kommunikate in Frankreich

				
1a	1b	1c	1d	1e
MASQUE OBLIGATOIRE NEZ ET BOUCHE COUVERTS 135€ D'AMENDE EN CAS DE NON-RESPECT	ICI LE MASQUE EST OBLIGATOIRE Ensemble, faisons bloc contre le coronavirus	Prenez soin de vous ! RESPECTEZ LA DISTANCE DE SÉCURITÉ	POUR NOTRE SANTÉ A TOUS GARDONS NOS DISTANCES	A PARIS, ON NE LAISSE PAS TRAINER LE VIRUS CORONAVIRUS : PROTEGEONS-NOUS LES UNS LES AUTRES
Regulativ	Expressiv-regulativ	Expressiv-regulativ	Expressiv-regulativ	Expressiv-regulativ, indirekt
Paris, Metro	Frankreich	Frankreich	Paris, Metro	Paris, Straßenkommunikation

Abbildung 2 – Regulative Corona-Kommunikate in Deutschland und Österreich

			
2a	2b	2c	2d
1,5 m Abstand = 1 Pony [Abbildung] Haltet, wo es geht, Abstand.	No mask, no fun! es ist Pflicht, verstehst du nicht? c'est la vie mon ami et gros merci!!!	MUND-NASEN-SCHUTZ TRAGEPFLICHT!	Bitte Maske tragen Bitte Abstand halten
Expressiv-regulativ	Expressiv-regulativ, indirekt	regulativ	Expressiv-regulativ
Berlin, BVG	Schaufenster eines Bekleidungsgeschäfts	Wien, U-Bahn	Haan, Geschäft

Informativität

- 4 Kleinformatige Kommunikate mit informativer Funktion sind z.B. Straßennamen, Namen von Institutionen oder kommerziellen Einrichtungen. Informative Kommunikate bezeichnen z.B. Eingang und Ausgang von Räumen und Gebäuden, geben Öffnungszeiten bekannt, oder informieren über die Zahlungsmittel, die in einem Geschäft akzeptiert werden. Sie sind zugleich orts- und dingfest¹¹ und erlauben die Orientierung im Raum. Im Rahmen der Corona-Krise wurden die Öffnungszeiten von Institutionen, kommerziellen, kulturellen und Bildungseinrichtungen ständig den jeweiligen Verordnungen angepasst – den entsprechenden Schildern und Aushängen kommt also große praktische Bedeutung zu. Die Kommunikate klären über die Gründe der Schließung auf und bieten neue Formen des Einkaufens an: online, take away, vor Ort unter bestimmten Bedingungen (siehe auch (37)):

(01) Pour respecter les directives du gouvernement, notre boutique est fermée. Vous pouvez commander nos produits sur www.xxxxx.fr. Les frais de port sont offerts ! Profitez-en ! (April 2020, Paris, Maschinengeschriebener Aushang an einem Geschäft)
 (02) [groß geschrieben] Bleiben Sie gesund [normal] wir sind immer für Sie da/ aber leider nur noch telefonisch [Liste] Kundenanlegen [sic], Neuverträge [sic], Störungen/ [Telefonnummer] (April 2020, Haan, Aushang an einem Handygeschäft)

- 5 Es gibt auch Informationen über Solidaritätsaktionen:

(03) Covid-entraide. Un réseau de solidarité pour relier les groupes d'entraide locaux <https://covid-entraide.fr> (April 2020, Paris, Aushang an der Tür eines geschlossenen Geschäfts)
 (04) Pour toutes celles confinées avec un proche violent [Telefonnummern von verschiedenen Anlaufstellen] (April 2020, Paris, Aushang neben einem geschlossenen Geschäft)

- 6 Daneben fanden und finden sich Aushänge, die angeben, dass Masken vorhanden sind (Frühjahr 2020, bis im Sommer dann die Versorgung der Bevölkerung gesichert war). Andere Aufschriften informieren über Teststellen (Aufschriften auf Zelten und Containern; Schilder vor Eingängen von Zentren) oder Testmöglichkeiten z.B. in Apotheken. Ab Ende 2020/ Anfang 2021 kommen Informationen zu Impfzentren hinzu. Diese Kommunikate unterscheiden sich in Aufmachung und sprachlicher Fassung kaum von den üblichen informativen Kommunikaten, seien es offizielle oder gewerbliche Informationen.

Regulation

- 7 Regulative Kommunikate haben die Funktion, Verordnungen lokal in präzise Aufforderungen umzusetzen und beeinflussen damit regulierend das Verhalten der Leser. Bekannte Beispiele sind Verkehrszeichen; auch bei der Mülltrennung werden regulative

Kommunikate eingesetzt, die vorschreiben, welchen Müll man in welcher Tonne in welcher Form und zu welcher Tageszeit entsorgen soll. Sie verbinden also Information und Direktivität: Information über die Vorschrift und mehr oder weniger starke Aufforderung, die Vorschrift zu beachten. Die sprachliche Fassung beschränkt sich häufig auf einige Eckdaten der Vorschrift und stützt sich im Weiteren auf allgemeines, im Sozialisationsprozess erworbenes Wissen.¹² Eben dieses Wissen kann jedoch im Falle der Corona-Vorschriften fehlen oder nur in ungenügendem Ausmaß vorhanden sein, stellen die Corona-Vorkehrungen doch gänzlich neue, unerprobte Maßnahmen dar. Die intensive mediale Diskussion kompensiert diesen Mangel an Erfahrung, zumindest im Frühjahr und Sommer 2020, ab Herbst 2020 kann dann schon auf den Erfahrungen der ersten Monate der Pandemie aufgebaut werden. Das Ziel der regulativen Corona-Kommunikate ist, die Bevölkerung gesundheitlich zu schützen. Gefordert wird seit März 2020: Abstand halten, Maske tragen, Hände desinfizieren; Gruppenbildung ist verboten; die Kundenzahl in den Geschäften wird reguliert.

(05) Bitte keine Gruppen bilden (2020, in Deutschland und Österreich, z.B. in Parkanlagen)

(06) Abstand halten (2020, in Deutschland und Österreich, häufig als Bodenmarkierungen)

(07) Max. n personne(s) / Max. n Personen (2020, an Geschäftseingängen und Aufzügen, in allen Ländern)

(08) Maskenpflicht/ Masque obligatoire (2020, an Geschäftseingängen und Aufzügen, in allen Ländern)

- 8 Die regulativen Botschaften sind teils offiziell,¹³ teils Eigenproduktion der Betreiber von kommerziellen Einrichtungen, wie in folgenden Beispielen:

(09) À propos des masques : si vous en avez un merci de le porter, nous en porterons un. (20.3.2021, Paris, anderer Ausschnitt des Aushangs an der Tür eines Bio-Ladens)

(10) Coronavirus : maîtrisez les bons gestes pour limiter la propagation [6 Verhaltensanweisungen = Piktogramme + deontische Infinitive] (April 2020, Paris, Städtische Kommunikationstafel)

(11) Bitte nur 2 Personen eintreten!! (April 2020, Haan, selbstverfasstes Schild an einem Lottogeschäft)

- 9 Die Nichtbefolgung der Anweisungen oder Aufforderungen kann bestraft werden (Abb.1a). Es ist bemerkenswert und spezifisch für die Corona-Kommunikate, dass offizielle, institutionelle und individuelle, v.a. kommerzielle regulative Botschaften gleichen Inhalts nebeneinander bestehen und sich ergänzen.

- 10 Die Regulation basiert auf direktiven Sprechakten, die wir nach Behr/ Liedtke folgendermaßen schematisieren können:¹⁴

Schema 1 – Regulative Kommunikate

OBLIGATION [Handlung (AGENS, Zeit/ Ort)]
--

- 11 Die lexikalisch-syntaktische Auffüllung dieses Schemas geschieht nach mehr oder weniger standardisierten Mustern. Regulative Botschaften beruhen auf der Kombination eines Obligationsindikators und eines Handlungsprädikats, das einem adressierten, zumeist impliziten Agens zugeschrieben wird. Imperativ, deontischer Infinitiv oder ein lexikalischer Ausdruck wie "Pflicht" drücken den reinen Aufforderungscharakter aus. Unpersönliche Botschaften stellen die prototypische Form von regulativen Kommunikaten im öffentlichen Raum dar. Prominente Beispiele sind die Straßenverkehrsordnung oder der Sauberkeitsdiskurs (z.B. Aufschriften auf Müllcontainern). Alle Elemente des Schemas (Obligation, Handlung (ggfs. mit Patiens oder Instrument, Agens) sind generell prototypisch und können versprachlicht werden. Zumeist wird jedoch nur ein Teil der Elemente in eine lexikalisch-syntaktische Form gebracht. So realisieren Leinenpflicht (für Hunde)¹⁵ und Maskenpflicht (für Menschen ab einem bestimmten Alter während der Coronapandemie) die Obligation und das Objekt, unter Aussparung von Agens und Handlungsspezifizierung. Die Kenntnis des Obligationsschemas wird vorausgesetzt und über die sprachlichen

Elemente aufgerufen.

- 12 Völlig versprachlichte Varianten (Obligation + Handlung + Agens) wie *Sie müssen eine FFP2-Maske tragen/ Tragen Sie eine FFP2-Maske/ Portez un masque* gehen über das habituelle fragmentarische Muster hinaus und werden gewöhnlich durch andere, expressive oder situierende Elemente erweitert. In der Tat können diverse Anreicherungen die Aufforderung weniger abrupt erscheinen lassen. Höflichkeitspartikeln und Begründungen der Aufforderung, oder aber semiotische Elemente wie Emotikons und ansprechende Aufmachung stellen expressive Anreicherungen der direkten Botschaften dar (*Bitte Maske tragen*).
- 13 Das Grundschemata der regulativen Corona-Kommunikate kann also um eine Komponente erweitert werden.

Schema 2 - Regulative Kommunikate und fakultative Erweiterungen

Erweiterung	Zentrale Botschaft
expressive Anreicherung	OBLIGATION [Handlung (AGENS, Zeit/ Ort)]
Sprachliche Ausdrücke	
Anrede Höflichkeitsmarker Begründung Gestalterische Elemente	Aufforderungsmarker: Imperativ, deontischer Infinitiv, lexikalischer Ausdruck (<i>Pflicht, obligatoire</i>)

- 14 Ein konstruiertes Beispiel zeigt die häufigsten Erweiterungen im Verbund:
 - (12) Lieber Kunde, bitte halten Sie Abstand, um Sie selbst und uns zu schützen. Danke!
 - (13) Cher client, pour la protection de nous tous, respectez la distance de sécurité. Merci de votre compréhension !
- 15 Die regulativen Corona-Kommunikate entwickeln eigene, jeweils landesspezifische Formate. Sie gehören jetzt zum Schilderwald des städtischen Lebens, sie werden den schon vorhandenen Kommunikaten hinzugefügt. So findet man an den Türen von Geschäften und Restaurants neben Öffnungszeiten und ähnlichen Informationen die vorgeschriebenen Hinweise auf Maskenpflicht und Höchstzahl der zugelassenen Personen. Ein Beispiel soll illustrieren, wie sich Corona- und Verkehrsvorschriften addieren, was als Zeichen einer neuen Routine angesehen werden kann:
 - (14) Masque et validation obligatoires (Oktober 2020, Nizza, Anzeigentafel in der Straßenbahn)

Expressivität

- 16 Kommunikate, die reine Emotionen ausdrücken, sind hochgradig expressiv – sie sind allerdings sehr selten und haben dann die konventionelle Form von Exklamativsätzen oder von Aussagesätzen mit emotionaler Lexik. Expressive Sprechakte können folgendermaßen charakterisiert werden:
 - Der illokutionäre Zweck der Sprechakte, die [der Klasse der Expressiva] angehören, besteht im Ausdruck eines nicht spezifizierten psychischen Zustands. Er richtet sich auf die Sachlage, die im propositionalen Gehalt ausgedrückt wird. Das Bestehen dieser Sachlage wird vorausgesetzt, so dass Expressiva keine Ausrichtung¹⁶ haben. Einschränkung gilt, dass diese Sachlage sich in irgendeiner Weise auf Sprecher/in oder Adressat/in beziehen muss.¹⁷
- 17 Expressive Elemente lassen sich oft mit individuellen oder kollektiv geteilten Emotionen in Verbindung bringen. Offensichtlich entsprechen die Corona-Kommunikate nicht dem

üblichen Schema der Emotionsäußerung:

L'émotion est à définir comme une expérience collective ou individuelle, située, temporellement limitée, plus ou moins intense, plus ou moins consciente, de diverses formes de plaisir/ déplaisir.

Par émotion communiquée ou "émotion parlée" nous entendons l'émotion telle qu'elle s'organise et se traite dans la parole en interaction ou dans le discours monolocuteur, oral ou écrit. Dans ces différentes modalités de parole, l'émotion peut être parlée *in praesentia* ou *in absentia*, ce qui entraîne des distributions différentes des rôles participatifs émotionnels.¹⁸

18 Die schriftlichen Corona-Kommunikate können Emotionen nur *in absentia* ausdrücken. Sie erscheinen aber in einer Konfiguration, die auf Kommunikation mit den Lesern ausgerichtet ist – der Verfasser drückt Emotionen aus und will sie mit dem Leser teilen, oder er will, wie in der Werbung, Emotionen beim Leser auslösen. Wir unterscheiden zwischen expressiven Corona-Kommunikaten, die von einem identifizierbaren Verfasser konzipiert werden, und Corona-Kommunikaten, die von institutionellen Verfassern konzipiert werden und z.B. in Form von Vordrucken verbreitet werden. Erstere, die wir individuelle Corona-Kommunikate nennen, drücken subjektive Emotionen oder Einstellungen aus, oder Handlungsentwürfe als Reaktion auf die Corona-Pandemie. Es handelt sich zumeist um Aushänge an Türen und Schaufenstern, um Solidaritätsaufrufe oder Solidaritätsangebote, denen man eine gewisse Spontanität zugestehen möchte. Institutionelle Corona-Kommunikate, in deren Konzeption expressive Elemente eingehen, um die Akzeptabilität der Vorschriften zu erhöhen, werden jedoch wie Werbepлакate sorgfältig konzipiert. Beide Arten der Expressivität existieren gleichberechtigt nebeneinander. Die Corona-Kommunikate mit expressiver Funktion stützen sich auf beide Arten kleinformatiger expressiver Kommunikation, das heißt auf individuelle und auf institutionelle Corona-Kommunikate.

19 Es fällt auf, dass die emotionale Lexik in den Corona-Kommunikaten – wie in den üblichen Kommunikaten – selten gebraucht wird. Sowohl private als auch kommerzielle und institutionelle Corona-Kommunikate thematisieren in der ersten und zweiten Phase die Dankbarkeit gegenüber den Personen, die im Gesundheitswesen, im Transportwesen, in Industrie und Kommerz für die Gemeinschaft gearbeitet haben, häufig unter schwierigen wenn nicht sogar gefährlichen Bedingungen. In der ersten und zweiten Phase der Pandemie werden die lexikalischen Einheiten "Dank"/ "merci" gleichermaßen zum Ausdruck eines individuellen wie zum Ausdruck kollektiven Empfindens gebraucht:

(15) Danke an unser Team! (Wien, Aushang an der Tür eines Lebensmittelgeschäfts, Spätsommer 2020)

(16) Merci pour votre soutien ! (Paris, improvisierter Aushang an einem Fenster, während des ersten Lockdowns 2020)

(17) Merci à nos soignants et à tous ceux en 1ère ligne (Juni 2020, Paris, handgeschriebenes Plakat)

(18) Liebe Kunden. Wir möchten uns an dieser Stelle recht herzlich für Ihre Treue bedanken. Leider hat uns die Coronakrise fest im Griff und wir müssen daher die Trafik ab Montag den 27. April 2020 bis auf Weiteres geschlossen halten. [...] Ihr Trafik-Team (April 2020, Wien)

(19) Merci pour votre soutien (April 2020, Paris, Beschriftetes Plakat an einer Hauswand)

20 Daneben werden andere sprecherseitige Emotionen in expressiven Corona-Kommunikaten ausgedrückt, wie die Freude über das Wiedersehen nach dem ersten Lockdown oder das Bedauern, im Lockdown schließen zu müssen:

(20) Bienvenue dehors/ Vous nous avez manqué (Paris, Straßenkommunikation, nach dem ersten Lockdown 2020)

(21) Nous devons malheureusement fermer/ Wir müssen leider schließen

21 Das lexikalische Feld des Schutzes oder der Sicherheit wird gebraucht, um Maßnahmen gegen die Ansteckungsgefahr zu begründen. Damit wird indirekt auf die Angst vor der Krankheit geantwortet:

(22) Zum Schutz unserer Kunden und Mitarbeiter bleibt unser Geschäft, aufgrund der Corona Pandemie, bis auf weiteres geschlossen! (April 2020, Haan, Aushang an der Tür eines Wintersportgeschäfts)

- 22 Gestalterische Elemente tragen dazu bei, prägnante Kommunikate zu schaffen. Im Kampf gegen die morose Atmosphäre hat z.B. eine Schule in einer deutschen Kleinstadt die Idee gehabt, bunte Steine entlang des Schulzauns anzuordnen:

(23) Das Leben ist so bunt, wie du es dir anmalst... In Zeiten von Corona eine bunte Abwechslung. Jeder, ob groß oder klein, darf hier bemalte bunte Steine ablegen. Helft mit und lasst die Steineschlange wachsen, um vielen Leuten eine Freude zu machen. (September 2020, Wermelskirchen, vor einer Schule)

- 23 Dieses Kommunikat ist in vielerlei Hinsicht bemerkenswert. Es wird eine Emotion benannt, und zwar eine positive (Freude). Es wird mittels eines persönlichen Imperativs in der zweiten Person Singular (und nicht mit einem unpersönlichen Infinitiv) dazu aufgerufen, mit individuellen Handlungen (i.e. dem Ablegen der Steine) an einer kollektiven Handlung teilzunehmen. Der Sinn der Aktion ist, den Restriktionen und Zwängen der Corona-Pandemie in gelebter Gemeinsamkeit eine positive Stimmung entgegenzusetzen.

Mischformen

Expressive Elemente in regulativen Kommunikaten

- 24 Regulative Corona-Kommunikate enthalten häufig expressive Elemente. Zum Teil werden sie auch indirekt gestaltet, indem spielerische Elemente oder verschiedene Inszenierungen¹⁹ eingesetzt werden. Die expressiven und regulativen Elemente können im Haupttext auftreten (der aus einer bis n Äußerungen besteht) oder aber auf verschiedene Textelemente, wenn nicht sogar auf mehrere untereinander verbundenen Kommunikate verteilt sein.

Erweiterungen der Aufforderung

- 25 Höflichkeitsmarker: Höflichkeitspartikel bitte (Abb.2d)

(24) Bitte Abstand halten/ Abstand halten
 (25) Bitte halten Sie genug Abstand! Vielen Dank!
 Begründungen: Bewahrung der Gesundheit (Abb.1c-d)
 (26) Pour votre santé/ Pour votre santé et la nôtre
 (27) Bleiben Sie gesund

- 26 Empathie, Gemeinsamkeit als positive Werte werden in der Corona-Kommunikation besonders betont, wie wir an den deutsch- und französischsprachigen Slogans sehen können (28-29). Darunter fällt auch die Aufforderung an die Leser, auf ihre Gesundheit zu achten (30-32), entweder als Hauptbotschaft, als Erweiterung der Hauptbotschaft oder als Slogan.

(28) gemeinsamgehtdas.de (als Slogan der Bodenmarkierungen im Kölner Bahnhof, Sommer 2020)
 (29) Pour se protéger et protéger les autres [le port du masque est obligatoire en gare et pendant vos trajets] (als Slogan auf vielen Maskenpflichtkommunikaten in Frankreich)
 (30) Pour notre santé à tous, portez un masque (ab Mai 2020, Paris, an relevanten Stellen/ Orten in der Métro)
 (31) Bleiben Sie gesund (2020, Wien, Hygienesäule im Flughafen)
 (32) Prenez soin de vous (2020, Frankreich, auf zahlreichen individuellen Kommunikaten)

- 27 Semiotische Elemente: nichtsprachliche semiotische Elemente ergänzen oder illustrieren Aspekte der Botschaft

- Emotikons, Gestaltung/ Farbgebung (so Abb.1b, rosa Untergrund) (Abb.2a)
- Diverse Piktogramme mit Personen, Abstandsmessung (Abb.2a, Abb.1a,b)
- Form der Bodenmarkierungen zum Abstandhalten, auch auf Bänken in Flughäfen und Kirchen (Abb.1c,d)

Indirekte Gestaltung der Aufforderung

- 28 Indirekte Aufforderungen weisen eine Diskrepanz zwischen Form und Bedeutung auf, so z.B. kann eine Aufforderung als Aussage formuliert werden (*Maskenpflicht ist nicht nur für Helden... sondern auch hier bei uns*, siehe (43)) Es handelt sich um ein sekundäres Schema, in dem der angestrebte Sachverhalt nicht direkt sprachlich erzeugt wird, sondern in verschiedenen Inszenierungen bearbeitet wird:

Der Übergang vom angezeigten, sekundären zum intendierten, primären Sprechakt wird durch einen Schlussakt ermöglicht, in den adressatenseitig unterschiedliche Kenntnisse eingehen: die Bedingungen für den Vollzug von Sprechakten, Prinzipien der Konversation und außersprachliche Hintergrundinformationen.²⁰

- 29 Indirekte wie spielerische Varianten der Botschaften knüpfen an einem der Elemente des regulativen Schemas an, um neue Äußerungen zu konstruieren, die eine Brücke schlagen zu anderen Mustern oder Inszenierungen und den damit verbundenen Wissenskomplexen.²¹ Dadurch werden in einer gegebenen Situation sowohl das Schemawissen²² aktualisiert, als auch die Wissenskomplexe, die hinter der spielerischen Form stehen.²³ Es entsteht also eine Mehrdeutigkeit, eine Intertextualität, die aufgelöst werden muss:²⁴

(33) À Paris, on ne laisse pas traîner le virus. (Paris, Abb.1e)

(34) Wie du dich vor Corona schützt? Es ist der Abstand, der was nützt.
(Wermelskirchen, Spätsommer 2020)

- 30 Regulative sowie expressiv-regulative Kommunikate – seien sie institutionell oder individuell – sind Aufforderungen, die die allgemeingültigen offiziellen Vorschriften in lokale Verhaltensweisen oder Handlungen transkribieren, welche die Bürger realisieren sollen.²⁵

Corona-Kommunikate zwischen Informativität und Expressivität

(35) Une nouvelle fois, XXXXX & XXXXX BAZAR doivent se résoudre à fermer. Néanmoins, nous allons continuer à vous faire découvrir notre sélection sur Instagram & Facebook, par mail xxx@xxx, ou appelez-nous au xxxx. Nous mettons également en place des rendez-vous Facetime. Les retraits de vos commandes pourront se faire en boutiques, points relais partenaires ou en livraison à domicile. prenez soin de vous !
(November 2020, Paris, im Lockdown, Aushang an einem Bekleidungsgeschäft)

- 31 Das Kommunikat thematisiert die Wiederholung einer schon bekannten Situation, nämlich die der momentanen Geschäftsschließung. Gleichzeitig haben sich auch expressive Routinen ausgebildet, wie “prenez soin de vous” (Abb.1c)/ “Bleiben Sie gesund”²⁶. Ein Plakat kann jedoch auch die Tatsache thematisieren, dass ein Geschäft im Teillockdown eben nicht geschlossen ist:

(36) [Plakat links vom Eingang] Wir sind weiterhin für Sie da! [Plakat rechts vom Eingang] Abholung und Lieferung weiterhin möglich! (November 2020, Haan, im Teillockdown, Chicken-Lieferservice)

Expressivität und Argumentation

(37) [Logo XXXXX] Liebe XXXXX Freunde, wir sind traurig. Wir können nicht mehr für

Sie da sein. Wir helfen damit, die Corona-Viren zu stoppen! Die XXXXX-Depots im Lebensmittelhandel und der Online-Einkauf über www.xxxxx.de sind weiter für Sie da. Gemeinsam schaffen wir es, die Krise zu überwinden. Ihr XXXXX Team. (April 2020, Haan, Aushang an der Tür eines Kaffee-Geschäfts)

- 32 In diesem Aushang wird eine Emotion benannt (Trauer), sowie der Grund dieser Emotion (Ladenschließung), es werden alternative Möglichkeiten des Einkaufs angeboten. Darüber hinaus wird für die Einhaltung der Maßnahmen plädiert und Vertrauen in solidarisches Verhalten bekundet (gemeinsam schaffen wir es...). Das Kommunikat versprachlicht eine persönliche, senderzentrierte Perspektive, die das "Wir" betont: wir als XXXXX Team, wir als Gemeinschaft von Geschäftsbetreibern und Kunden.²⁷ Der Kundschaft wird zwar die Schließung des Geschäfts auferzungen, aber es steht ihr frei, zwischen den alternativen Möglichkeiten zu wählen. Der Aufruf zur Akzeptanz der Maßnahmen und zur Solidarität mit den Kaufleuten ist indirekt, aber wohl wirkungsvoll.

Thematische Analysen

- 33 Wir analysieren im Folgenden exemplarisch zwei Themenbereiche der Corona-Schutzmaßnahmen.

Abstandhalten

- 34 Ein wichtiger Teil der *AHA-Regel/ gestes barrières* ist das Einhalten eines Mindestabstands zwischen den Personen, um die Ansteckungsgefahr gering zu halten. Die Distanz variiert von 1 m bis 2 m, je nach Land und nach Zeitraum. Die Aufforderungen, Abstand zu halten, sind teils vertikal, teils horizontal, also Plakate und Aushänger oder Bodenmarkierungen.
- 35 Zahlreiche Bodenaufkleber begnügen sich damit, die Einhaltung einer Anstandspflicht einzufordern (Abb.1c). Andere geben die genaue Position an, die eingenommen werden soll (Abb.1d). Dabei kommen Piktogramme von Fußabdrücken, Ringe und Striche zum Einsatz.
- 36 Einen Mindestabstand von 1 m bis 2 m mit anderen Personen einzuhalten, ist eine Forderung, die mit fundamentalen sozialen Gewohnheiten bricht und damit schwer zu befolgen ist. Interpersonale Distanz ist der eine Person umgebende Raum, den sie kontrollieren kann und den sie braucht, um sich wohl zu fühlen. Zu große Nähe ist ebenso ein Stressfaktor wie zu große Entfernung. Die Corona-Regeln besagen nun, dass die sogenannte persönliche Distanz (45-120 cm) auch da zugunsten der sogenannten sozialen Distanz (120-220 cm)²⁸ aufgegeben werden soll, wo man sich gewöhnlich in einem Nähe-Modus befindet, oder wo es an Platz mangelt, um sich locker im Distanz-Modus zu bewegen – z.B. wenn man in einem Geschäft Schlange steht oder in öffentlichen Transportmitteln. Um diese stressige Situation zu entschärfen, werden spielerische Elemente eingesetzt. So werden Aufforderungen zum Einhalten der Abstandsregeln der Eltern und Kinder vor Grundschulen mitunter durch phantasievolle Markierungen realisiert, wie z.B. bunte Blumen in gehörigem Abstand:

(38) [Piktogramm Blume] j'attends ici/ [Piktogramm Blume] j'attends là (2020, Paris)

- 37 Oder Plakate an Bushaltestellen illustrieren den geforderten Corona-Abstand zwischen den Wartenden durch die Abbildung eines Ponys (siehe Abb.2a):

(39) 1. Zeile: [groß geschrieben] 1,5 m Abstand = 1 Pony
 2. Zeile: [groß] Abbildung eines Ponys
 3. Zeile: [groß geschrieben] Haltet, wo es geht, Abstand.
 4. Zeile: [klein geschrieben] Weil wir dich lieben. XXX.
 5. Zeile: [klein geschrieben] Gemeinsam sicher unterwegs.
 6. Zeile: [klein geschrieben] Finde alle unsere Maßnahmen unter
 XXX.de/Corona

(Sommer 2020, Berlin, Bushaltestelle)

- 38 Das Plakat enthält eine klare Aufforderung, gehört also zu den regulativen Kommunikaten. Wir finden hier verschiedene Elemente, die über die reine Regulation hinausgehen. Die Illustration ist nicht nur Blickfang, sondern auch ein expressives Element, das etwas Humor in die Situation bringt. Vor allem die Slogans enthalten expressive Elemente, die der Corona-Situation entsprechen. "gemeinsam sicher unterwegs" meint hier Sicherheit vor Ansteckung in den Fahrzeugen der Verkehrsgesellschaft. Neben der Maskenpflicht ist das Abstandhalten "wo immer es geht" ein Beitrag jedes Verkehrsteilnehmers zu den gemeinsamen Anstrengungen in der Bekämpfung der Pandemie. Wir finden hier verschiedene Elemente, die über die reine Regulation hinausgehen. Die interpersonale Beziehung wird über den Imperativ 2.Sg. als quasi-Interaktion der Nähe gestaltet. Der Slogan in Zeile 5 setzt individuelles zu kollektivem Verhalten in Beziehung (gemeinsam), und bedient das Bedürfnis nach Schutz vor Ansteckung (sicher).

Maskenpflicht

- 39 Die Pflicht, einen Mund-Nasen-Schutz zu tragen, kann kurz und bündig ausgedrückt werden:

(40) Mund-Nasen-Schutz Tragepflicht! (August 2020, Abb.2c)

(41) Port du masque obligatoire (ab Sommer 2020, Frankreich, z.B. Abb.1b)

- 40 Im öffentlichen Raum begegnen auch in Zeiten der Pandemie phantasievolle Aushänge oder Plakate.

(42) On ne vous demande pas de boire ou de manger avec, mais le port du masque est obligatoire pendant les déplacements à l'intérieur et en terrasse [Illustration, die zwei maskierte Personen zeigt] (Juillet 2020, Avignon, Aushang an einem Restaurant)

(43) Maskenpflicht ist nicht nur für Helden... sondern auch hier bei uns. [Vier Abbildungen von Helden wie Spider-Man oder Batman, sowie von maskierten Kunden] (September 2020, Wermelskirchen, Aushang an der Tür einer kommerziellen Einrichtung)

- 41 Expressiv-regulative Kommunikate werden spielerisch eingesetzt, um die Beschränkungen akzeptierbar zu machen, z.B. mit Humor:

(44) no mask, no fun! es ist Pflicht, verstehst du nicht? c'est la vie mon ami, et gros merci! (Sommer 2020, Berlin, Schild an der unmaskierten weiblichen Schaufensterpuppe eines Modegeschäfts, Abb.2b)

- 42 In diesem Beispiel wird auf die Maskenpflicht referiert, sie wird aber im Gegensatz zu den rein regulativen Kommunikaten nicht explizit formuliert. Die Akzeptanz der Vorschrift wird in einem imaginären Dialog wie in einem Theaterstück inszeniert, dies macht es dem Leser leicht(er), sich diese Haltung zu eigen machen.

Schlussbemerkungen

- 43 In diesem Artikel haben wir schriftliche Kommunikate im öffentlichen Raum betrachtet, die während des ersten Jahres der Corona-Pandemie geschaffen wurden. Man kann sagen, dass sowohl thematisch als auch in den Formen neue Botschaften erfunden wurden, und zwar sowohl von offizieller, institutioneller Seite als auch von individuellen, zumeist kommerziellen Emittenten. Die Verweildauer dieser Botschaften im öffentlichen Raum ist unterschiedlich, je nach Phase der Pandemie und Art der Botschaften. In der Zeit zwischen Frühjahr 2020 und Frühjahr 2021 lassen sich in Frankreich, Deutschland und Österreich drei Phasen der Pandemie ausmachen: im Frühjahr die erste Phase, die vom allgemeinen Lockdown gekennzeichnet ist, als Antwort auf die gesundheitliche Bedrohung. Im

Frühsommer und Sommer dann die zweite Phase, in der die Einschränkungen wieder gelockert wurden. Ab dem Herbst 2021 befinden sich die Länder in der dritten Phase, in der mildere oder strengere Einschränkungen und Lockerungen abwechseln. In den ersten beiden Phasen werden verschiedene vorbeugende Maßnahmen erfunden, samt den dazugehörigen Kommunikaten, die sie im täglichen Leben transkribieren und lokal umsetzen sollen, vor allem Abstand halten, Maske tragen, auch Ausgangssperren bzw. Öffnungszeiten der Einrichtungen. Auf diese Maßnahmen und die Kommunikationsformate kann dann in der dritten Phase flexibel zurückgegriffen werden. Ab dem Winter 2020/2021 kann verstärkt getestet werden, die Impfkampagnen beginnen, was sich allerdings vor allem in rein informativen Kommunikaten widerspiegelt.

44 Als Umsetzung der sich entwickelnden institutionellen Corona-Strategien in konkrete, lokal vorgeschriebene Verhaltensweisen sind Corona-Kommunikate Teil des allgemeinen Dispositivs, das die Gesundheit der Bevölkerung schützen soll. Sie widerspiegeln aber auch die Emotionen der Bevölkerung, was sich je nach Phase der Pandemie verschieden ausdrückt. In den ersten beiden Phasen werden besonders viele unterschiedliche Kommunikate erfunden, die deutlich expressive Züge tragen. Die Pandemie zwingt zu starken Eingriffen in die sozialen Interaktionen, die damit verbundenen Emotionen werden auch in den Corona-Kommunikaten ausgedrückt. Die Lockdownphase im Frühjahr und die Lockerungsphase im Frühsommer bringen jeweils spezifische emotionale Kommunikate hervor. Diese gehen im Herbst und Winter wieder zurück, es bleibt jedoch eine ausgesprochene Tendenz zu expressiv-regulativen Mischformen. In der Tat umfasst die expressive Funktion eine Reihe von Phänomenen, die über die rein sachlichen, unpersönlichen Formulierungen der Botschaften hinausgehen und vorzüglich auf der interpersonalen Ebene spielen. Die Tendenz zu expressiv-regulativen Mischformen zeigt also einerseits die Notwendigkeit, die neuen Corona-Verhaltensregeln an allen relevanten Stellen in Erinnerung zu rufen, schafft aber andererseits Raum für die notwendigen interpersonalen Beziehungen. Bemerkenswert ist, dass die Vorliebe für expressiv-regulative Mischformen sowohl bei den offiziellen, institutionellen als auch bei den individuellen, oft kommerziellen Kommunikaten beobachtbar ist.

Notes

1 Wir danken Frank Liedtke für seine aufmerksame Relektüre einer älteren Version und fruchtbare Anregungen.

2 Unter „kleinformatig“ verstehen wir nicht die Zeichengröße, sondern die Textlänge.

3 Vorliegende Arbeit ist im Rahmen des internationalen Forschungsnetzwerkes „Le genre bref dans l'espace public“ entstanden, das von den Universitäten Sorbonne-Nouvelle, Gustave Eiffel, Pau et Pays de l'Adour sowie Aoyama Gakuin (Tokyo) unterstützt wird.

4 Irmtraud Behr, Frank Liedtke, „Krise im öffentlichen Raum. Formen und Funktionen kleiner Kommunikationsformate zu Covid 19“, *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 51, 2021, S. 365-398 <https://doi.org/10.1007/s41244-021-00213-3> Stand: 13. März 2022.

5 Jannis Androutopoulos, „Die Sprachlandschaft im Dispositiv der Pandemie“, *Aptum. Zeitschrift für Sprachkritik und Sprachkultur*, 16. Jahrgang, Heft 2/3, 2020, S. 290–299.

6 So z.B. die Wikipedia-Seiten zu Covid-19 in Deutschland, Frankreich und anderen Ländern: https://de.wikipedia.org/wiki/COVID-19-Pandemie_in_Deutschland
https://de.wikipedia.org/wiki/COVID-19-Pandemie_in_Österreich
https://fr.wikipedia.org/wiki/Pandémie_de_Covid-19_en_France
 alle Stand: 23. Dezember 2021.

7 Behr, Liedtke, „Krise im öffentlichen Raum“.

8 Heiko Hausendorf, „Geht es auch ohne Interaktion?“, *Aptum. Zeitschrift für Sprachkritik und Sprachkultur*, 16. Jahrgang, Heft 2/3, 2020, S. 196-199.

9 Karl Bühler, *Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache*, Jena, Gustav Fischer, 1934, S. 28.

10 Roman Jakobson, „Linguistik und Poetik“, in Ders., *Poetik. Ausgewählte Aufsätze 1921-1971*, hrsg. von Elmar Hohenstein und Tarcisius Schelbert, Frankfurt a.M., Suhrkamp, 1979, S. 83-121.

11 Peter Auer, „Sprachliche Landschaften“, in Arnulf Deppermann, Angelika Linke (Hrsg.), *Sprache*

intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton, Berlin/ New York, De Gruyter, 2010, S. 271-298 (= Institut für deutsche Sprache, Jahrbuch 2009); Karl Bühler, *Sprachtheorie*, Frankfurt a.M./ Berlin/ Wien, Ullstein, 1978 [1934].

12 Irmtraud Behr, „Semantische Aspekte des Sauberkeitsdiskurses im öffentlichen Raum, am Beispiel von Mülleimeraufschriften“, in Laurent Gautier, Pierre-Yves Modicom, Hélène Vinckel-Roisin (Hrsg.), *Diskursive Verfestigungen: Schnittstellen zwischen Morphosyntax, Phraseologie und Pragmatik im Deutschen und im Sprachvergleich*, Berlin, de Gruyter, 2018, S. 365-385.

13 Ab Frühjahr 2020 bieten die zuständigen Institutionen offizielle Vordrucke an.

14 Modifiziert nach Behr, Liedtke, „Krise im öffentlichen Raum“.

15 Irmtraud Behr, „Remarques   propos des conditions de compl etude et de compl ementation des  nonc es isol es figurant sur des panneaux dans l’espace public“, in Catherine Moreau, Jean Albrespit (Hrsg.), *Complément, compl ementation, compl etude: du lacunaire au complet*, Rennes, PUR, 2021, S. 185-202 (= Travaux linguistiques du CerLiCO, t. 32).

16 Die Ausrichtung ist die Beziehung zwischen sprachlichem Ausdruck und Sachverhalt in der Welt, als entweder Wort-auf-Welt (beschreibend) oder Welt-auf-Wort (vorschreibend).

17 Frank Liedtke, Astrid Tuchen (Hrsg.), *Handbuch Pragmatik*, Stuttgart, Metzler, 2018, S. 32.

18 Christian Plantin, „L’émotion communiqu e“, in Nicole Tersis, Pascal Boyeldieu (Hrsg.), *Le langage de l’émotion. Variations linguistiques et culturelles*, Paris, Peeters, 2017, S. 27-33.

19 Dominique Maingueneau spricht von “sc enographie”, d.h. von Inszenierung nach dem Vorbild von bekannten Mustern. Dominique Maingueneau, *Analyser les textes de communication*, Paris, Armand Colin, 2007.

20 Liedtke, Tuchen (Hrsg.), *Handbuch Pragmatik*, S. 36.

21 Irmtraud Behr, „La brièveté comme ressource esthétique : un cas de textualisation de l’espace public (allemand)“, in Irmtraud Behr, Florence Lefeuve (Hrsg.), *Le genre bref. Des contraintes grammaticales, lexicales et énonciatives   une exploitation ludique et esthétique*, Berlin, Frank & Timme, 2019, S. 147-169.

22 D.h. das Obligationsschema und die das Schema konkretisierende Aufforderung.

23 D.h. die Assoziationen, die mit der spielerischen Form verbunden sind, sowie die gemeinsamen Elemente.

24 Frederike Eggs, „Wenn Mülleimer sprechen können. Eine sprach- und medienwissenschaftliche Analyse der Werbekampagne der Stadtreinigung Hamburg“, *Zeitschrift für angewandte Linguistik* 59, 2013, S. 107-145 (besonders S. 115 und S. 124).

25 Regulative expressive Kommunikate sind also von Solidarit atsausrufen, politischen Forderungen etc. zu unterscheiden, die ebenfalls expressive Elemente enthalten oder expressiv gestaltet sein können. Die Ausrichtung Emittent – Adressat ist eine andere als die der regulativen Kommunikate.

26 Zu diesem Thema, siehe  ve Vayssière „‘Prenez soin de vous’ : de l’émotion   l’injonction en temps de Covid-19“, erscheint in Kürze.

27 Zu diesem Thema, siehe  ve Vayssière „Le genre bref en temps de COVID-19 : la renaissance d’un sujet“, erscheint in Kürze.

28 Siehe u.a.

<https://www.spektrum.de/lexikon/neurowissenschaft/proxemik/10396>

Stand: 21. Januar 2022; Edward Twitchell Hall, *The Hidden Dimension*, New York, Anchor Books, 1969.

Table des illustrations

	Titre Abbildung 1 – Regulative Corona-Kommunikate in Frankreich
	URL http://journals.openedition.org/ceg/docannexe/image/16824/img-1.jpg
	Fichier image/jpeg, 334k
	Titre Abbildung 2 – Regulative Corona-Kommunikate in Deutschland und Österreich
	URL http://journals.openedition.org/ceg/docannexe/image/16824/img-2.jpg
	Fichier image/jpeg, 265k

Pour citer cet article

Référence papier

Irmtraud Behr et Ève Vayssière, « Ein Jahr schriftliche Corona-Kommunikation im öffentlichen Raum », *Cahiers d'Études Germaniques*, 83 | 2022, 233-248.

Référence électronique

Irmtraud Behr et Ève Vayssière, « Ein Jahr schriftliche Corona-Kommunikation im öffentlichen Raum », *Cahiers d'Études Germaniques* [En ligne], 83 | 2022, mis en ligne le 01 janvier 2024, consulté le 02 juin 2024. URL : <http://journals.openedition.org/ceg/16824> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ceg.16824>

Auteurs

Irmtraud Behr

Université Sorbonne Nouvelle, CEREG (EA 4223), Paris, France

Ève Vayssière

Université d'Angers, CIRPaLL (EA 7457), Angers, France/ Université Sorbonne Nouvelle, CEREG (EA 4223), Paris, France

Droits d'auteur

Le texte et les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés), sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.

