



Wei Gu

Interaktion in WhatsApp und WeChat

Eine kontrastive Untersuchung
zum Deutschen und Chinesischen

KÖNIGSHAUSEN & NEUMANN



GERMANISTISCHE LINGUISTIK **4**
INTERNATIONAL, INTERDISZIPLINÄR, INTERKULTURELL



Wei Gu

—

Interaktion in WhatsApp und WeChat

GERMANISTISCHE LINGUISTIK
INTERNATIONAL, INTERDISZIPLINÄR, INTERKULTURELL

Herausgegeben von
Thorsten Roelcke
Michael Szurawitzki

Band 4
2025

Wei Gu

Interaktion in WhatsApp und WeChat

Eine kontrastive Untersuchung
zum Deutschen und Chinesischen

Königshausen & Neumann



Dieses Werk ist lizenziert unter der Creative Commons Attribution 4.0 Lizenz (BY). Diese Lizenz erlaubt unter Voraussetzung der Namensnennung des Urhebers die Bearbeitung, Vervielfältigung und Verbreitung des Materials in jedem Format oder Medium für beliebige Zwecke, auch kommerziell. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
Die Bedingungen der Creative-Commons-Lizenz gelten nur für Originalmaterial. Die Wiederverwendung von Material aus anderen Quellen (gekennzeichnet mit Quellenangabe) wie z.B. Schaubilder, Abbildungen, Fotos und Textauszüge erfordert ggf. weitere Nutzungsgenehmigungen durch den jeweiligen Rechteinhaber.

Publiziert mit Unterstützung des Schweizerischen Nationalfonds
zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung.

Die vorliegende Arbeit wurde von der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich im Frühjahrssemester 2023 auf Antrag der Promotionskommission [Prof. Dr. Christa Dürscheid (als hauptverantwortliche Betreuungsperson) und Prof. Dr. Michael Szurawitzki] als Dissertation angenommen.

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

1. Auflage 2025
Erschienen 2025 im Verlag Königshausen & Neumann GmbH
© Wei Gu

Verlag Königshausen & Neumann GmbH
Leistenstraße 7, D-97082 Würzburg, Germany
info@koenigshausen-neumann.de

Umschlag: skh-softics / coverart
Druck: docupoint, Magdeburg, Germany

<https://doi.org/10.36202/9783826090929>
Print-ISBN 978-3-8260-9091-2
PDF-ISBN 978-3-8260-9092-9

www.koenigshausen-neumann.de

Danksagung

Das vorliegende Buch ist eine leicht überarbeitete Version meiner Dissertation, die in die Reihe „Germanistische Linguistik – international, interdisziplinär, interkulturell“ aufgenommen wurde. Dafür danke ich den zwei Herausgebern Prof. Dr. Thorsten Roelcke und Prof. Dr. Michael Szurawitzki ganz herzlich.

Am 03.01.2017 habe ich meine Bewerbung für das Doktorstudium am Deutschen Seminar der Universität Zürich eingereicht – der erste Schritt auf meinem Weg zur Promotion. In den folgenden Jahren erhielt ich glücklicherweise vielfältige Unterstützung, Ermutigung und Begleitung.

Besonderer Dank gebührt meiner Doktormutter, Prof. Dr. Christa Dürscheid, die meine Dissertation fachlich betreute, mich geduldig bei Fragen und Problemen unterstützte und inspirierende Ratschläge sowie Anmerkungen im E-Mail-Austausch und während der Sprechstunden gab. Prof. Dr. Michael Szurawitzki möchte ich herzlich für seine Unterstützung, den wertvollen fachlichen Austausch und konstruktive Vorschläge als Zweitbetreuer meiner Dissertation danken. Zudem bin ich Herrn Prof. Dr. Renbai Wen für seine wichtige Ermutigung und die angeregten fachlichen Diskussionen sehr dankbar. Für das sorgfältige Korrekturlesen möchte ich mich bei Dr. Jan Leichsenring bedanken, der mir in der Endphase meiner Dissertation durch seine Bemühungen und effiziente Arbeit sehr geholfen hat. Überdies bin ich dem Chinese Scholarship Council (CSC) für die finanzielle Förderung meines Promotionsstudiums zu großem Dank verpflichtet.

Während der Promotion wurde ich stets von der tiefen Liebe und unermüdlichen Unterstützung meiner Eltern in China umgeben, denen ich aus tiefstem Herzen danke. Ebenso gilt meinen lieben Freundinnen und Freunden, Dr. Tingting Cong, Dr. Anqi Wang und Dr. Zhen Zeng ein spezieller Dank für ihre Motivation und gemeinsame Wegbegleitung. Schließlich möchte ich den bekannten und unbekannten Datenspenderrinnen und Datenspendern für meine Untersuchung meinen Dank aussprechen.

Zürich, im Dezember 2023

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	11
1.1	Forschungsfragen und Zielsetzung.....	11
1.2	Aufbau der Arbeit und Korpus.....	14
I	THEORETISCHER TEIL	19
2	WeChat und WhatsApp	19
2.1	Vorstellung der Messenger-Dienste.....	19
2.2	WeChat	20
2.2.1	Nutzungsstatus	20
2.2.2	Funktionale Möglichkeiten.....	22
2.3	WhatsApp.....	26
2.3.1	Nutzungsstatus.....	26
2.3.2	Funktionale Möglichkeiten.....	29
2.4	Forschungsstand	31
2.4.1	Forschungsstand zur WeChat-Kommunikation.....	31
2.4.2	Forschungsstand zur WhatsApp-Kommunikation	33
3	Schreiben auf Chinesisch – Schreiben auf Deutsch	37
3.1	Von der Erfindung des Buchdrucks bis zum digitalen Schreiben.....	37
3.2	Schrift, Schrifttyp, Schriftsystem.....	45
3.2.1	Chinesisch	46
3.2.2	Deutsch	51
4	Verwendung von Bildzeichen in WeChat und WhatsApp	53
4.1	Bildzeichen im chinesischen und deutschen Kontext.....	53
4.2	Emoticons	60
4.3	Emojis	62
4.3.1	Definition	62
4.3.2	Nutzungsweisen in WeChat.....	63
4.3.3	Nutzungsweisen in WhatsApp	66
4.4	Sticker	69

4.4.1	Definition	69
4.4.2	Nutzungsweisen in WeChat.....	70
4.4.3	Nutzungsweisen in WhatsApp	71
5	Multimodalität.....	75
5.1	Zur begrifflichen Grundlage	75
5.2	Multimodales Schreiben	80
5.2.1	Text und Bild.....	81
5.2.2	Text-Bild-Relation.....	85
5.3	Multimodales Verstehen.....	88
6	Keyboard-to-Screen-Kommunikation (KSC)	91
6.1	Zur begrifflichen Grundlage	91
6.2	Operationalisierung des KSC-Begriffs.....	94
6.3	Dialogizität	103
II	QUANTITATIVE UNTERSUCHUNG.....	109
7	Zur Auswertung der Datenbanken.....	110
7.1	Angaben zur Datenbank	110
7.1.1	MoCoDa 2	110
7.1.2	XISU-Datenbank	113
7.2	Anteile von Bildzeichen in Messenger-Diensten.....	117
7.2.1	Bildzeichen-Anteile in chinesischen WeChat-Dialogen.....	118
7.2.1.1	Sticker	118
7.2.1.2	Emoticons	119
7.2.1.3	Emojis.....	121
7.2.2	Bildzeichen-Anteile in deutschsprachigen WhatsApp-Dialogen.....	122
7.2.2.1	Sticker	122
7.2.2.2	Emoticons	123
7.2.2.3	Emojis	126
7.3	Verwendungsfrequenz von Bildzeichen in Messenger-Diensten.....	127
7.3.1	Verwendungsfrequenz in chinesischen WeChat-Dialogen...	127
7.3.2	Verwendungsfrequenz in deutschen Kontexten.....	129
7.3.2.1	Emoticons	130
7.3.2.2	Emojis	133
7.4	Position von Bildzeichen in Messenger-Diensten.....	138
7.4.1	Verwendungsposition in chinesischen WeChat-Dialogen....	139

7.4.2	Verwendungsposition in deutschen WhatsApp-Dialogen....	140
7.4.2.1	Emoticons	140
7.4.2.2	Emojis	142
7.5	Zwischenbilanz	145
III	QUALITATIVE UNTERSUCHUNG.....	151
8	Charakteristische Merkmale des Messenger-Schreibens	151
8.1	Gemeinsame Merkmale von WeChat und WhatsApp.....	152
8.2	Kulturspezifische Merkmale im chinesischen WeChat.....	177
8.3	Zwischenbilanz	184
9	Bildzeichen im chinesischen WeChat und deutschen WhatsApp	187
9.1	Semiotische Qualitäten der Bildzeichen	187
9.2	Text-Bildzeichen-Relation.....	198
9.2.1	Vorbemerkung	198
9.2.2	Akkommodation.....	204
9.2.3	Einschränkungen	213
9.3	Bildzeichen im Einzel- und Gruppendialog.....	222
9.3.1	Einzel- und Gruppendialog in WeChat.....	222
9.3.2	Einzel- und Gruppendialog in WhatsApp.....	245
9.4	Monomodale Kommunikation: „Duell mit Stickern“ in WeChat	265
9.5	Zwischenbilanz	179
10	Funktionen der Bildzeichen	287
10.1	Auf der graphischen Ebene	287
10.2	Auf der textuellen Ebene	293
10.2.1	Entschriftung.....	293
10.2.2	Strukturierungsmittel.....	296
10.2.3	Ausschmückung	299
10.2.4	Illustration.....	302
10.3	Auf der pragmatischen Ebene	307
10.3.1	Kommentierung	307
10.3.2	Beziehungsarbeit.....	312
10.3.3	Mittel des Schreiberwechsels.....	314
10.3.4	Andeutung	320
10.4	Zwischenbilanz	324

11	Schlussbetrachtung	331
11.1	Antworten auf die Forschungsfragen.....	331
11.2	Ausblick	336
12	Literatur	341
13	Anhang	387
13.1	Abbildungsverzeichnis	387
13.2	Tabellenverzeichnis	390

1

Einleitung

1.1 Forschungsfragen und Zielsetzung

Heutzutage sind uns viele Kommunikationsmittel zugänglich – sowohl klassische, die teilweise schon seit Jahrhunderten im Gebrauch sind, als auch neuartige, die sich dem Einzug von Internet, Computern und Smartphones sowie digitalen Plattformen im Alltag verdanken. Zur schriftlichen Kommunikation gehören traditionell Briefe und Postkarten, inzwischen auch digitale Möglichkeiten wie der Austausch per E-Mail, in Foren und sozialen Netzwerken wie Twitter oder in Messenger-Nachrichten. Alle diese Kommunikationsarten befriedigen Interaktionsbedürfnisse von Nutzerinnen¹ in unterschiedlichen Situationen. Laut der Untersuchung von Datareportal, Stand Januar 2023, einem Institut für globale Datenerhebung und Statistik zum digitalen Verbraucherverhalten, nutzen 68% der Weltbevölkerung (5,44 Milliarden Menschen) im Jahr 2022 ein Mobiltelefon, und 64,4% (5,16 Milliarden) sind Internetnutzerinnen (vgl. Kemp 2023). Im täglichen Leben vieler Menschen in allen Regionen mit Internetverbindung und allgemeiner Verbreitung von Smartphones nimmt die mobile Kommunikation mittlerweile einen bedeutenden Stellenwert ein. In signifikantem Ausmaß umfasst unsere Alltagskom-

1 In der vorliegenden Arbeit benutze ich das generische Femininum für allgemeine Personenbezeichnungen anstatt geschlechtsgerechter Formen. Es steht für Männer und Frauen wie auch für das nicht angegebene Geschlecht in den Dialogdaten. Für diese Entscheidung habe ich zwei Gründe. Erstens besteht eine Ungleichheit in der geschlechtsgerechten Form. Obwohl wir im Deutschen weibliche vor männlichen Personenbezeichnungen nennen, z.B. „meine Damen und Herren“, „Liebe Studentinnen und Studenten“, ist in Komposita das Maskulinum fast immer die Norm; z.B. scheinen Wörter wie „Verbraucherzahl“ und „Nutzerinteresse“ gegenüber den femininen Formen „Verbraucherinnenzahl“ „Nutzerinneninteresse“ im Alltagsleben vorrangig zu sein. Zweitens wird das generische Maskulinum als einzelne generische Bezeichnung immer noch in vielen journalistischen Artikeln und akademischen Untersuchungen verwendet. Um diese unfaire Situation auszugleichen, möchte ich das generische Femininum verwenden. In Komposita verwende ich trotzdem die gebräuchlichere Wortbildung, um den Lesefluss zu erleichtern.

munikation digitales Schreiben, das genutzt wird, wenn ein Face-to-Face-Kontakt nicht möglich ist (vgl. Dürscheid/Frick 2014: 172, 2016:14). Wie Storrer (2018: 220) ausführt, „Geschrieben wird nicht nur am Schreibtisch, sondern auch unterwegs und unter Multitasking-Bedingungen“.

Schriftliche Kommunikation in Messenger-Diensten mithilfe von Anwendungsprogrammen v.a. auf Smartphones ermöglicht die Kontaktaufnahme mit anderen unabhängig von räumlicher Entfernung und mit minimaler Zeitversetzung. Der Vollzug des Messenger-Schreibens besteht im Wesentlichen aus drei Elementen: Internetverbindung, Bildschirm und virtuelle Tastatur auf dem Handy als technische Voraussetzungen; Verbales oder Nonverbales als Dialogbestandteile; mindestens zwei Schreiberinnen als kommunizierende Parteien. Von diesen drei Aspekten gehe ich in der vorliegenden Arbeit aus, um die schriftliche Kommunikation in WeChat und WhatsApp, die repräsentativsten Messenger-Dienste in der östlichen und westlichen Welt, zu untersuchen. Dabei fokussiere ich auf die Verwendung graphischer Kommunikationsmittel wie Emojis und Sticker in chinesisch- und deutschsprachigen Dialogen.

Über die virtuelle Tastatur lassen sich Äußerungen in diversen Schriftsystemen tippen und graphische Elemente auswählen; Schreiberinnen und Rezipientinnen lesen Nachrichten mit verschiedenen Zeichenressourcen auf dem Handy-Bildschirm. Dieser bietet den Interaktantinnen einen räumlichen Bereich der wechselseitigen Rezeption sowie des Austauschs von Sequenzen verbaler und nonverbaler Bestandteile, während die Tastatur die Produktion dieser reziproken Sequenzen als Inhalte auf dem Bildschirm ermöglicht. Dies ist die wesentliche Voraussetzung des WeChat- und WhatsApp-Schreibens.

Eine Kommunikation besteht oftmals nicht ausschließlich aus einer Sorte von Zeichen, also etwa nicht nur aus Buchstaben und nicht nur aus Bildern. Das Zusammenspiel von Sprachlichem und Nicht-Sprachlichem im Dialog ist ein zentrales Merkmal des interpersonalen digitalen Schreibens und wird in dieser Arbeit unter dem Stichwort Multimodalität thematisiert. Graphische Bildzeichen wie Emojis, Emoticons und Sticker haben seit deren Einführung in den Plattformen WeChat und WhatsApp stetig an Popularität gewonnen. Sie werden als eigenständige Nachricht geschickt oder eingebettet in textuelle Äußerungen, sie können die Bedeutung des Ausgedrückten verdeutlichen oder erweitern. Wie Nöth (2016: 191) darlegt, ist „das Visu-

elle keineswegs nur ein Kontext oder ein Modus, sondern ein konstituierender Bestandteil von Kommunikation und Signifikation“. Bildzeichen sind ein „Eye-Catcher“ (Frischherz/Sprenger 2016: 45) in der schriftbasierten Kommunikation, die nicht nur den Blick der Dialogteilnehmerinnen anziehen, sondern auch das Interesse der Forschung geweckt haben. Die pragmatischen Verwendungen von Bildzeichen in der WeChat- und WhatsApp-Kommunikation können in verschiedenen Kontexten und kommunikativen Situationen aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet werden.

Schreiberinnen und Bildzeichen-Nutzerinnen in der WeChat- und WhatsApp-Kommunikation kommen aus unterschiedlichen Kulturen. Sie verwenden diverse Schriftsysteme, chatten auf Plattformen mit unterschiedlichen Funktionen und Bildzeichen-Angeboten und bringen kulturelle Spezifika in die Kommunikation ein. Kommunikation und Kultur hängen eng miteinander zusammen (vgl. Herdin 2018: 39), weshalb die vorliegende Untersuchung die kulturellen Prägungen der Interaktantinnen selbstverständlich nicht übergehen kann. Die chinesische und deutsche Kultur und seit langem bestehende Kommunikationsgewohnheiten wirken sich tiefgreifend auf Ausdrucksweisen und Interaktionsverhalten im Offline- und Online-Alltagsleben aus. Mobilität und Internet wiederum verkürzten die Interaktionsdistanz zwischen den Schreiberinnen im digitalen Schreiben. In den vergangenen Jahrzehnten hat der Erfolg der Globalisierung sowie eine Universalisierung der Kommunikationsplattformen dazu geführt, dass kulturelle Differenzen weltweit abgebaut werden (vgl. Pfaff et al. 2012: 12). Dieser Prozess kann sogar als eine „Angleichung und Annäherung“ von Kulturen beschrieben werden, wie von Pfaff et al. vermerkt. In diesem Sinne sind aktuelle Kommunikationen im chinesischen WeChat und deutschen WhatsApp einerseits von traditionellen Kulturen beeinflusst, in denen Denkweisen, Lebenseinstellungen und Verhaltensweisen der Interaktantinnen wurzeln. Andererseits zeugen neue Kommunikationsphänomene und -merkmale von einem weltweiten dynamischen Wandel vor allem dank des technischen Fortschritts der digitalen Kommunikation.

In der vorliegenden Studie werde ich die multimodale Kommunikation im digitalen Schreiben untersuchen. Im Zentrum stehen dabei schriftbasierte Interaktionen sowie damit verbundene verbale Äußerungen und nonverbale Bildzeichen im chinesischen WeChat und deutschen WhatsApp. Einerseits fokussiere ich auf Kommunika-

tionsphänomene im Messenger-Schreiben, die basierend auf Internet, Keyboard und Bildschirm, multimodalen Ressourcen sowie funktionalen Angeboten der Plattformen im chinesischen und im deutschen Kontext vorkommen. Andererseits erörtere ich die jeweiligen kommunikativen sowie kulturellen Spezifika in den Interaktionen auf beiden Kommunikationsplattformen. Ein Schwerpunkt liegt auf der Kommunikation mit Emojis und Stickern im chinesischen WeChat und deutschen WhatsApp.

Zum ersten Aspekt werden insbesondere zentrale Kommunikationsmerkmale des Messenger-Schreibens in beiden Messenger-Diensten und beiden Sprachen diskutiert. Hinsichtlich der Multimodalität, des zentralen Merkmals der Messenger-Interaktion, ist die Bildzeichen-Verwendung mein Forschungsschwerpunkt. Wie bildliche und sprachliche Elemente zusammenwirken und wie Bildzeichen in Dialogen verwendet werden, soll ausführlich beleuchtet werden. Zu analysieren sind dabei etwa semiotische und funktionale Qualitäten von Bildzeichen, Text-Bildzeichen-Relationen sowie der Bildzeichen-Gebrauch im Einzel- und Gruppenchat. Im Rahmen des zweiten Aspekts führe ich einen kontrastiven Vergleich chinesischer und deutscher Messenger-Kommunikation durch. Hierbei sind zwei Gesichtspunkte zu berücksichtigen: Erstens soll dargelegt werden, wie sich gemeinsame Kommunikationsphänomene in den chinesischen und deutschen Dialogen darstellen. Zweitens sind Phänomene zu erörtern, die ausschließlich in chinesischen oder deutschen Dialogen vorkommen. Wie sich solche Unterschiede zum jeweiligen Schriftsystem und Kulturhintergrund verhalten, ist ebenfalls eine wichtige zu beantwortende Frage.

Die Forschungsfragen der vorliegenden Arbeit lauten: (i) Welche Kommunikationsphänomene sind im interpersonalen Messenger-Schreiben zu beobachten? (ii) Wodurch zeichnet sich die Bildzeichen-Verwendung in der WeChat- und WhatsApp-Kommunikation aus? (iii) Welche schriftsystem- und kulturabhängigen Unterschiede weisen chinesische und deutsche Interaktionen mit Bildzeichen im digitalen Schreiben auf?

1.2 Aufbau der Arbeit und Korpus

Die vorliegende Monographie gliedert sich in drei Hauptteile; der erste Teil widmet sich der theoretischen Vorbereitung, im zweiten und dritten Teil konzentriere ich mich auf die empirische Untersu-

chung basierend auf den Forschungsfragen zur quantitativen und qualitativen Ebene.

Die Messenger-Dienste-Kommunikation stützt sich technisch auf die Internetverbindung, die Verfügbarkeit von Smartphones sowie die Angebote der Plattformen. Die technischen Angebote der Messenger-Plattformen bestimmen die Möglichkeiten der Kommunikation. Kapitel 2 widmet sich zuerst der Vorstellung der dominanten Messenger-Dienste WeChat und WhatsApp in China und den deutschsprachigen Ländern entlang zweier Aspekte, nämlich des Nutzungsstatus und der Funktionsangebote. In Messenger-Diensten tippen wir verbale Äußerungen und wählen wir nonverbale Bildzeichen auf der Tastatur zum Aufbau unserer Kommunikation und zur Vervollständigung des Geäußerten. In Kapitel 3 konkretisiere ich zuerst die historische Entwicklung vom Buchdruck über die Schreibtechnisierung durch die Einführung der Schreibmaschine, des Telegraphen und des Computers bis zum digitalen Schreiben. Letzteres gliedert sich in verschiedene Kommunikationsformen, darunter E-Mail, SMS, Chat (ab Ende des 20. Jahrhunderts), Schreiben im Web 2.0 (ab Anfang des 21. Jahrhunderts) sowie abschließend Schreiben in Messenger-Diensten. Kontrastiv skizziere ich in diesem Teil den Fortgang des Schreibens in China und in Europa, speziell in Deutschland. Anschließend werde ich die jeweiligen Schriftsysteme des Chinesischen und Deutschen beschreiben und die Eingabe der chinesischen Schriftzeichen im digitalen Schreiben vorstellen. Hierbei wird besonders auf die unterschiedliche Funktionsweise im Vergleich zur Eingabe von Buchstaben im Deutschen eingegangen. In Kapitel 4 liegt der Fokus auf den Bildzeichen und deren Verwendung im chinesischen WeChat und deutschen WhatsApp. Dabei werden sowohl graphische Kommunikationsmittel wie Emoticons, Emojis und Sticker als auch deren Nutzungsweisen in den beiden Kontexten näher erläutert.

Nachdem die Forschungsgegenstände Messenger-Dienste, chinesische und deutsche Schriftsprache sowie Bildzeichen zu Beginn des ersten Teils detailliert dargelegt worden sind, werden die Theoriegrundlagen Multimodalität und Keyboard-to-Screen-Kommunikation (KSC) in den Kapiteln 5 und 6 beleuchtet. Kapitel 5 beginnt mit den begrifflichen Definitionen der Multimodalität sowie linguistischen Erörterungen dazu. Anschließend werde ich die zentralen Merkmale und Differenzierungen von Sprache und Bild sowie die Relationen von Text und Bild darlegen. Das Kapitel endet mit der

Erörterung des multimodalen Verstehens im Kontext. In Kapitel 6 erfolgt zuerst eine Abgrenzung verschiedener Begriffe digitaler Kommunikation. Im Anschluss daran führe ich die sieben Kategorien der Operationalisierung der KSC in Anlehnung an Jucker/Dürscheid (2012) hinsichtlich des interpersonalen Messenger-Schreibens aus und schließlich diskutiere ich die Dialogizität im Messenger-Schreiben.

Der zweite und dritte Teil dieser Arbeit ist die empirische Untersuchung anhand quantitativer und qualitativer Forschungsmethoden. Zunächst evaluiere ich die Bildzeichen-Verwendung vom chinesischen WeChat und deutschen WhatsApp in der Datenbank nach Anteil, Verwendungsfrequenz sowie Positionsetzung von Emoticons, Emojis und Stickern. Die nachfolgende qualitative Untersuchung stellt einen großen Teil der empirischen Analyse dar. In Kapitel 8 erörtere ich die kommunikativen Merkmale des Messenger-Schreibens. Dabei geht es um die Symbiose von Verbalem und Nonverbalem in den beiden Kontexten gegenüber der klassischen Schriftkommunikation sowie die kulturspezifischen Phänomene in der chinesischen WhatsApp-Interaktion. Kapitel 9 fokussiert auf die Bildzeichen-Verwendung in der multimodalen Kommunikation in WeChat und WhatsApp. Die Betrachtungen chinesischer und deutscher Dialogdaten entfalten drei Aspekte, nämlich semiotische Qualitäten der Bildzeichen, Relationen zwischen Bildzeichen und sprachlichen Äußerungen sowie Bildzeichen in Eins-zu-eins- und Mehrparteien-Dialogen. Sodann werde ich eine monomodale Kommunikationsmöglichkeit im chinesischen WeChat beschreiben und deren kulturelle Hintergründe ausführen. Das nachfolgende Kapitel 10 konzentriert sich auf die Funktionen auf der graphischen, textuellen sowie pragmatischen Ebene. Die vorliegende Studie schließt mit der Zusammenfassung der Antworten auf die Leitfragen sowie einem Ausblick in Kapitel 11.

Das Gesamtkorpus für die quantitative Auswertung setzt sich aus Dialogdaten aus der deutschen WhatsApp-Datenbank MoCoDa 2 und der chinesischen WeChat-Datenbank von Xi'an International Studies University (XISU). „MoCoDa 2“ ist die Abkürzung für „Mobile Communication Database 2“. Diese Datenbank ist „seit Sommer 2018 in Betrieb“, importiert WhatsApp-Dialoge mit „Metadaten zu einzelnen Chats und zu den Interaktionsbeteiligten“ und erfasst ebenfalls „Medienobjekte (Bilder, Videos, Sprachnachrichten, Standorte, Sticker etc.)“ (Beißwenger et al. 2020: 350). Die XISU-Datenbank wird seit

Januar 2017 ursprünglich im Rahmen der Kooperation ‚Germanistische Institutspartnerschaft‘ (GIP) zwischen dem Germanistischen Institut der Universität Münster und der Deutschen Fakultät der XISU mit finanzieller Unterstützung des DAAD aufgebaut.² Die Aktualisierung der vernetzten Website der XISU-WeChat-Datenbank xisu.mocoda2.de, deren Aufbau und Angebote der deutschen MoCoDa 2 ähneln, stockt zurzeit, es werden keine weiteren Dialoge importiert. Alle Dialogdaten sind in einem Filehosting-Dienst sowie auf einem USB-Stick von der zuständigen Professorin der XISU gespeichert. Kapitel 7.1 enthält ausführliche Angaben zu diesen zwei Datenbanken. In der qualitativen Untersuchung werde ich darüber hinaus selbst erhobene Dialogdaten als Beispiele analysieren. In der deutschen Datenbank MoCoDa 2 werden Sticker und GIFs nicht authentisch dargestellt, sondern mit dem Zeichen ☺ und einer textuellen Beschreibung ersetzt. Um tatsächliche Bildzeichen in der WhatsApp-Kommunikation zu zeigen, habe ich einige Dialoge gesammelt. Die chinesischen Daten sind vor allem Gruppendialoge, die chinesische Kommunikationsspezifika gut widerspiegeln. Das Gesamtkorpus präsentiert die folgende Tabelle:

	Deutsche Dialogdaten	Chinesische Dialogdaten
Datenbank (Stand: 10.06.2021):	MoCoDa 2 537 Dialoge 31.616 Nachrichten	XISU WeChat-Datenbank 746 Dialoge 13.215 Nachrichten
Eigensammlung (Stand: 31.12.2021)	20 Dialoge 187 Nachrichten	32 Dialoge 428 Nachrichten 1 Momente-Posting

Tab. 1: Gesamtkorpus der quantitativen und qualitativen Untersuchung

² Siehe <https://www.uni-muenster.de/Germanistik/Internationales/Kooperationen/gip/index.html> (letzter Zugriff am 18.04.2023).

I

THEORETISCHER TEIL

2

WeChat und WhatsApp

2.1 Vorstellung der Messenger-Dienste

Messenger-Dienste genießen in der digitalen Welt der Gegenwart eine immense Popularität. Im Kontrast zu herkömmlichen SMS zeichnen sich bei Messenger-Systemen „nachhaltige Veränderungen“ (König/Bahlo 2014: 8) ab, und zwar der kostenlose Versand von Nachrichten, die unbegrenzte Anzahl der Zeichen und die vielfältigen Funktionen neben textuellen Nachrichten, die eine Internetverbindung des Smartphones voraussetzen, wie das Versenden von Videos, Audio, Fotos und Links (siehe auch: Arens 2014: 82; Imo 2015a: 5; König/Bahlo 2014: 8). Im Vergleich zu den sozialen Medien sind Messenger-Dienste von Nutzerinnen leichter zu beherrschen; sie sind einfacher zu bedienen und erfordern weniger Engagement, um Verbindungen mit anderen Personen aufrechtzuerhalten. Zum ersten Mal übertraf die Zahl der aktiven Nutzerinnen von Messengern diejenigen sozialer Netzwerke im Jahr 2015 (vgl. Mehner 2019: 13). Laut Mark Zuckerberg teilen die Menschen „more photos, videos, and links on WhatsApp and Messenger than they do on social networks“ (Constine 2018). Angesichts dessen schreibt Mehner (2019: 13): „Messenger kills the Social Media Star.“ Messenger-Kommunikation, z.B. über WeChat und WhatsApp, wird von Dürscheid (2016b: 449) als „neue Dialoge“ bezeichnet, die sich mittels der drei folgenden Kennzeichen charakterisieren lassen:

- Der Nachrichtenaustausch erfolgt schriftlich;
- die Texte werden mit einem mobilen Endgerät verfasst;
- die Nachrichten erscheinen auf dem Bildschirm in chronologischer Reihenfolge.

Laut Dürscheid (2016b: 449) ist nicht jedes dieser Merkmale neu, das gleichzeitige Auftreten aller drei Merkmale dagegen schon, wie etwa in der WhatsApp-Interaktion.

Die Top-3-Messenger-Applikationen finden beachtliche Resonanz unter den Internetnutzerinnen. WhatsApp verfügt über 2 Milliarden Nutzerinnen weltweit (Stand Oktober 2022); Facebook Messenger besitzt dagegen 0,97 Milliarden Nutzerinnen; WeChat hat 1,3 Milliarden Nutzerinnen (vgl. Kemp 2023; Mehner 2022b). Vor dem Hintergrund der Pandemie und des social distancing verstärkte sich die Nutzung von Messenger-Diensten: Einer Verbraucherbefragung der deutschen Bundesnetzagentur zufolge verwendeten im Jahr 2021 circa 88% der Befragten regelmäßig Online-Kommunikationsdienste, während es 83% im Jahr 2019 waren (vgl. Burghard 2022). In der Verwendung der Messenger-Dienste von Meta, nämlich WhatsApp, Facebook-Messenger und Instagram Direct Messages, zeigt sich ein leichter Rückgang, während sich der Marktanteil von deren Wettbewerbern wie Signal, Discord und Telegram erhöht hat.

Die folgenden Unterkapitel stellen in erster Linie die in China und in den deutschsprachigen Ländern führenden Messenger-Dienste vor. Dies bietet einen Überblick über die beiden Plattformen der schriftbasierten digitalen Kommunikation, Aspekte ihres Nutzungsstatus sowie ihre funktionalen Möglichkeiten.

2.2 WeChat

2.2.1 Nutzungsstatus

WeChat ist Chinas populärster Messenger-Dienst und hat nicht nur auf die digitale schriftliche Interaktion der Chinesen einen großen Einfluss, sondern auch auf ihr Leben allgemein. Am 21. Januar 2011 wurde WeChat von Tencent gestartet, hat sich seitdem in über 200 Ländern verbreitet und unterstützt über 20 Sprachen. Den Nutzungsstatus und signifikante Zeitpunkte in der WeChat-Entwicklung veranschaulicht die folgende Abbildung, die ich mithilfe von Untersuchungsberichten der Jahre 2017 bis 2019 der China Academy of Information and Communications Technology (CAICT)³ und der Jahresberichte 2020 bis 2022 von Tencent⁴ erstellt habe.

3 Jährliche Untersuchungsberichte 2017–2019: http://www.caict.ac.cn/kxyj/qwfb/ztbg/201805/t20180503_168382.htm, (letzter Zugriff am 20.04.2023)

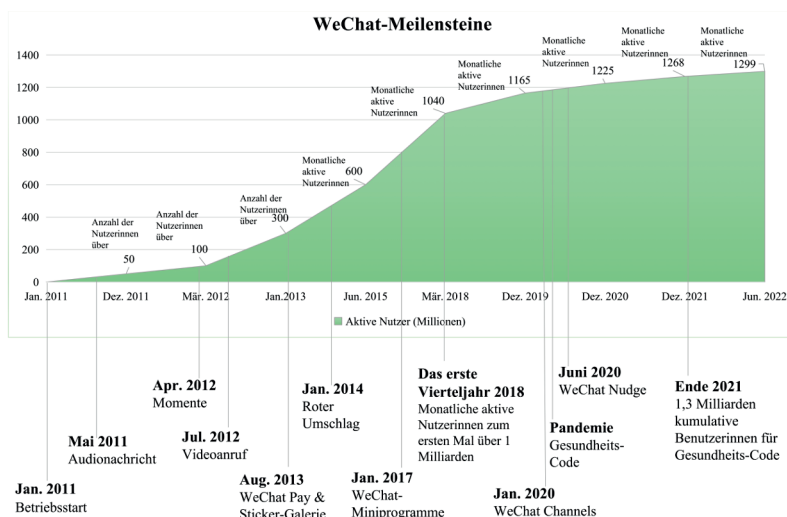


Abb. 1: Nutzungsstatus von WeChat (Eigene Darstellung in Anlehnung an die Berichte von CAICT und Tencent)

WeChat illustriert das Wachstum der Nutzerzahl der bei Chinesinnen beliebten Messenger-Dienste in diesem Jahrzehnt. Wie der Abbildung zu entnehmen ist, betrug die Gesamtzahl der WeChat-Nutzerinnen bis zum März 2012 über 100 Millionen, bis Anfang 2013 stieg sie auf über 300 Millionen an. Im ersten Quartal 2018 überschritt die Zahl der monatlichen aktiven Nutzerinnen von WeChat zum ersten Mal eine Milliarde;⁵ bis zum zweiten Quartal 2020 wuchs sie weltweit auf 1,21 Milliarden⁶ und bis Juni 2022 auf knapp 1,3 Milliarden an. Den

http://www.caict.ac.cn/xwdt/ynxw/201903/t20190304_195494.htm (letzter Zugriff am 20.04.2023), http://www.caict.ac.cn/xwdt/ynxw/202005/t20200514_281775.htm (letzter Zugriff am 20.04.2023).

- 4 Tencent-Jahresberichte 2020 und 2021 sowie der Zwischenbericht 2022: <https://static.www.tencent.com/uploads/2021/04/08/27ed851251241c67fc697a18d7d8dc88.pdf> (letzter Zugriff am 20.04.2023), <https://static.www.tencent.com/uploads/2022/04/07/7fb064d564c26f7f0391836ab8b8bd05.PDF> (letzter Zugriff am 20.04.2023), <https://static.www.tencent.com/uploads/2022/09/01/a51f96bb0a89310955a8c19e753e2a51.PDF> (letzter Zugriff am 20.04.2023).
- 5 Dem WeChat-Jahresbericht 2018 von Tencent zufolge wurden durchschnittlich 45 Milliarden schriftliche Nachrichten pro Tag gesendet und 410 Millionen Audio- und Videoanrufe getätigt. Der Nutzerkreis von WeChat beschränkt sich nicht auf junge Leute, sondern 63 Millionen Menschen über 55 Jahren nutzen WeChat ebenso jeden Monat aktiv (siehe <https://support.weixin.qq.com/cgi-bin/mmsupport-bin/getopendays>, letzter Zugriff am 20.04.2023).
- 6 Ferner gibt der 2019-Bericht von CAICT und Tencent an, dass 26,01 Millionen Arbeitsplätze durch WeChat im Jahr 2019 geschaffen wurden. Die Entstehung

Untersuchungsdaten von Statista zufolge benutzten 77% der chinesischen Internetnutzerinnen WeChat im Jahr 2021.⁷ In der Covid-Pandemie übernimmt WeChat durch Miniprogramme eine weitere relevante Funktion in der chinesischen Gesellschaft: Bürgerinnen können ihre Impfbefreiungen und PCR-Test-Ergebnisse durch QR-Codes präsentieren. Mit 1,3 Milliarden kumulativen Nutzerinnen und 180 Milliarden erfassten Nutzungen ist der Gesundheitscode seit Beginn der Pandemie zum am häufigsten verwendeten elektronischen Pass für Gesundheits- und Reisestatus in China geworden.⁸

2.2.2 Funktionale Möglichkeiten

Nach dieser zwölfjährigen Entwicklung ist WeChat nicht mehr nur ein soziales Kommunikationsmittel, sondern es durchdringt fast jeden Aspekt des menschlichen Lebens in China. Inzwischen sind Menschen im Alltag von WeChat abhängig, etwa aufgrund des o.g. Gesundheitscodes und der Zahlungsfunktion von WeChat. Jede Nutzerin hat eine WeChat-ID und kann WeChat darüber hinaus noch mit der Handynummer, der QQ-ID,⁹ der E-Mail, dem Facebook-Konto sowie der Apple-ID verbinden. Die Nutzerin kann individuell festlegen, ob andere sie als Freundin hinzufügen können und wie andere ihr Konto im WeChat-System auffinden und ihr eine Freundschaftsanfrage senden können. Anders als bei WhatsApp genügt es zum Hinzufügen als Kontakt in WeChat nicht, die Handynummer eines Kontakts zu speichern.

Mit Bezug auf Szurawitzki (2019a, 2020a) stellt dieser Abschnitt die funktionalen Möglichkeiten von WeChat vor. Ist die Nutzerin bei WeChat eingeloggt, erscheinen vier Interfaces. Die Abbildungen 2 bis 5 sind Screenshots dieser Interfaces und zeigen die Funktionen von WeChat.

weiterer 3,62 Millionen Arbeitsplätze sei durch WeChat gefördert worden. Die gesamte von WeChat betriebene Informationswirtschaft erreichte einen finanziellen Umsatz von 323,8 Milliarden RMB und machte 6% des gesamten Internet-Datentransfers in China aus.

7 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/505931/umfrage/reichweite-von-social-networks-in-china/> (letzter Zugriff am 20.04.2023).

8 Im linguistischen Bereich hat Szurawitzki (2021) die Rolle von WeChat in der Pandemie-Zeit und die mögliche Rolle von WhatsApp in Deutschland erörtert.

9 Vor WeChat gab es den Instant-Messaging-Dienst Tencent-QQ, dessen Vorläufer OICQ (Open I seek you) im Jahr 1999 entwickelt wurde.

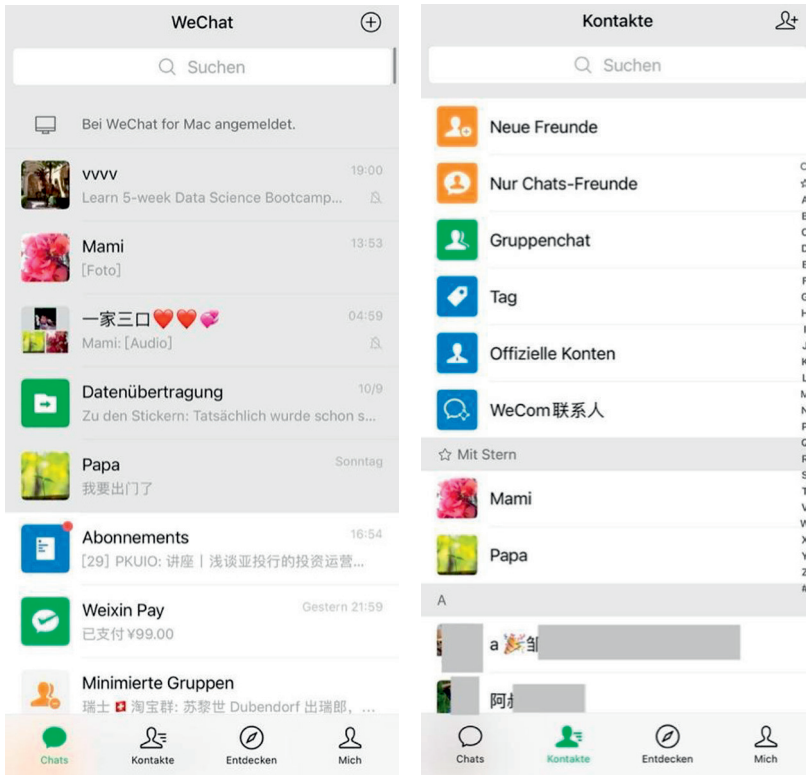


Abb. 2: Screenshot vom Interface „Chats“

Abb. 3: Screenshot vom Interface „Kontakte“

Abbildung 2 zeigt das Hauptinterface „Chats“, die zentrale Funktion von WeChat. Es können schriftliche oder auditive Nachrichten verschickt werden und Nutzerinnen können durch Video- oder auditive Anrufe mit WeChat-Freundinnen in Kontakt treten. Entsprechend der Einstellung können die ausgewählten Chats oben auf dem Interface angeheftet und Benachrichtigungen stummgeschaltet werden. Einem normalen WeChat-Konto können bis zu 10.000 Freundinnen hinzugefügt werden. Wenn die Nutzerin ungelesene Nachrichten hat, erscheinen ein roter Punkt und die Zahl der ungelesenen Nachrichten neben den betreffenden Kontakten. Neben dem Einzelchat können auch Gruppenchats mit maximal 500 Personen eingerichtet werden, und seit September 2021 können WeChat-Gruppen eingeklappt werden, damit nicht alle Gruppen nacheinander auf dem Chat-Interface stehen.

Abbildung 3 zeigt eine Kontaktliste, in der Freunde, Gruppenchats, verschiedene offizielle Konten usw. gespeichert werden können. Jede Nutzerin kann den für sie interessanten Konten folgen und über die betreffenden Themen auf der Kontoseite diskutieren.

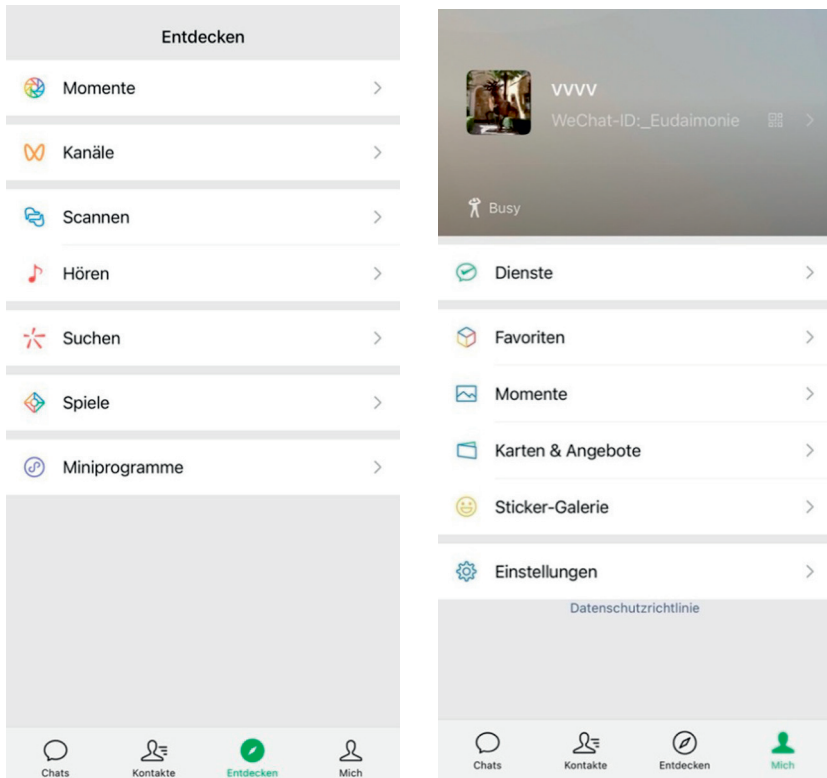


Abb. 4: Screenshot vom Interface „Entdecken“

Abb. 5: Screenshot vom Interface „Mich“

Abbildung 4 zeigt das Auswahlménü „Entdecken“; hier können verschiedene erweiterte Funktionen abgerufen werden. Mit seinen vielen Tools wird WeChat als „Omni-App“ oder „Super-App“ (Kamp 2019) bezeichnet. Zhou et al. (2017: 750) nennen WeChat eine multifunktionale Anwendungsmöglichkeit, die von großer Relevanz für viele Aspekte des menschlichen Lebens ist: „WeChat has now successfully developed into an all-in-one mobile application. People use WeChat for a diverse set of culturally situated uses.“ Damit übereinstimmend nennt Fink (2020: 31) WeChat „eine Art Full-Service-App“.

Die „Momente“ spielen dabei eine der wichtigsten sozialen Rollen, sie funktionieren ähnlich wie Posts in Facebook. Hier können Fotos, Videos und Mitteilungen gepostet werden. Die Kontakte der Nutzerin können Kommentare hinterlassen und „Gefällt mir“ anklicken.¹⁰ Die erfolgreiche WeChat-Funktion „Miniprogramme“ gilt als „die Apps in der App, man kann alles in einer App machen, ohne dass zusätzliche Downloads notwendig sind“ (Peters/Yang 2020). Spöde (2018) bezeichnet sie als „kleine Anwendungen mit großer Wirkung“. Sie sind „Unteranwendungen innerhalb des WeChat-Ökosystems“ (Graziani 2019); d.h., die Nutzerin kann innerhalb von WeChat durch Miniprogramme – ohne Installation der weiteren relevanten Anwendungen – zahlreiche Dienstleistungen direkt in Anspruch nehmen, um z.B. Termine im Krankenhaus zu vereinbaren, online einzukaufen, Rechnungen zu begleichen usw. Im Januar 2022 betrug die tägliche aktive Nutzerzahl über 450 Millionen und erhöhte sich seitdem weiter (Wen 2022). Anfang 2020 wurde die Funktion „WeChat-Kanäle“ zum Posten von Bildern und Videos eingeführt, deren tägliche aktive Nutzerzahl voraussichtlich 600 Millionen im Jahr 2022 betragen wird (vgl. Sightlight Research Institute 2022). Seit der Pandemie wurde das Live-Streaming in WeChat-Kanälen immer populärer. So wurde etwa ein exklusives Konzert der berühmten Boyband Westlife am 17.12.2021 in WeChat-Kanäle live übertragen, das 27 Millionen Online-Zuschauerinnen und -Zuschauer anlockte.¹¹

Abbildung 5 veranschaulicht Angebote, die ebenso Grundfunktionen in engem Zusammenhang mit einem WeChat-Konto sind. Unter „Dienste“ können Bankkarten mit dem WeChat-Konto verbunden werden. Damit lässt sich auf Dienste von Tencent oder Drittanbietern zugreifen, um zum Beispiel Handy-Guthaben aufzuladen, persönlich per QR-Code zu bezahlen, Flug-/Zug-/Bustickets zu buchen oder Taxis zu bestellen und zu bezahlen. Die monetären Funktionen nennen sich

10 Wenn Texte oder Bilder über Momente gesendet werden, kann die Absenderin wählen, wer diese Nachricht sehen kann. Zudem können Likes oder Kommentare unter den gemeinsamen Freundinnen der Postenden gesehen werden. Ein Beispiel: Anna, Nelly und Maria haben sich wechselseitig als Freundinnen in WeChat hinzugefügt. Anna postet ein Foto in Momente, Nelly hat ein Like hinterlassen und kommentiert, Maria kann dies sehen und ebenfalls Anna oder Nelly antworten; aber Annas andere Freundinnen, die weder Maria noch Nelly als Freunde hinzugefügt haben, können deren Kommentare nicht sehen und nicht mit ihnen interagieren.

11 Siehe Tencent Jahresbericht 2021 <https://static.www.tencent.com/uploads/2022/04/07/7fb064d564c26f7f0391836ab8b8bd05.PDF> (letzter Zugriff am 20.04.2023).

„WeChat Pay“¹² und wurden im August 2013 in Betrieb genommen. Überdies ist das Angebot „Roter Umschlag“ nicht nur eine Bezahlungsmöglichkeit, sondern es leistet auch einen aktiven Beitrag zur sozialen Beziehungspflege; dies wird im Abschnitt zur qualitativen Untersuchung mit Beispieldialog 52 aus kultureller und interaktionaler Perspektive genauer analysiert.

2.3 WhatsApp

2.3.1 Nutzungsstatus

WhatsApp wurde im Jahr 2009 als Instant Messenger von der WhatsApp Inc. entwickelt und im Jahr 2014 an den Konkurrenten Facebook verkauft. Der Nutzungsstatus von WhatsApp wird durch einige statistische Studien untermauert. In den deutschsprachigen Ländern – Deutschland, der Schweiz und Österreich – nimmt WhatsApp stetig eine bedeutende Rolle bei der Verwendung von Messenger-Diensten ein.

Deutschland gilt nach Befragungen und Studien als „WhatsApp-Land“ (Buggisch 2019). Der Studie von Superchat zufolge beträgt die Nutzerzahl von WhatsApp schon 60 Millionen im zweiten Quartal 2022 (vgl. Wendt 2022). Laut dem Bericht der Bundesnetzagentur von 2021 über die Online-Kommunikationsdienste hat WhatsApp eine dominante Stellung.¹³ Erstens gilt WhatsApp mit einem Nutzungsanteil von 93% als der in Deutschland am weitesten verbreitete Messenger-Dienst; zweitens belegt WhatsApp mit 78% bezüglich der am häufigsten verwendeten Online-Kommunikationsdienste mit weitem Vorsprung den ersten Platz. Facebook Messenger folgt mit nur 7% auf dem zweiten Platz. Die Nutzergruppe von WhatsApp ist nicht auf junge Menschen begrenzt, viele ältere Menschen benutzen es ebenfalls zur mobilen Kommunikation. Die Anteile der Altersgruppen der Befragten, die WhatsApp benutzen, sind in der folgenden Abbildung dargestellt:

12 Neben der Online-Zahlung beim Shopping im Internet ist auch die Offline-Zahlung mit WeChat Pay sehr beliebt, z.B. im Supermarkt und in Restaurants.

13 Siehe unter <https://www.bundesnetzagentur.de/DE/Fachthemen/Digitalisierung/Technologien/Onlinekomm/start.html> (letzter Zugriff am 21.04.2023).

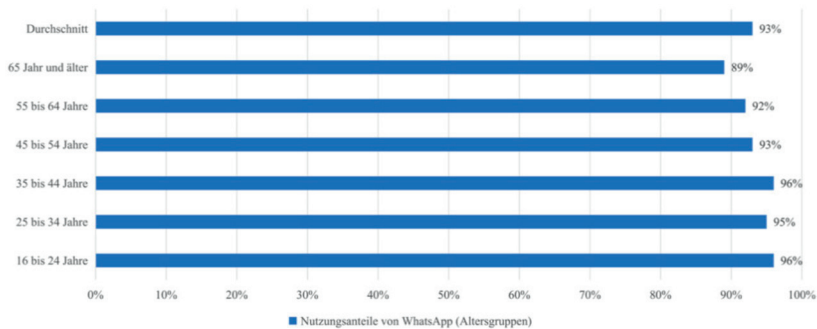


Abb. 6: Nutzungsanteile von WhatsApp (Altersgruppe) (Quelle: Bericht 2021 der Bundesnetzagentur über die Online-Kommunikationsdienste)

Gemäß der ARD/ZDF-Online-Studie¹⁴ nutzten 82% der deutschen Gesamtbevölkerung WhatsApp mindestens wöchentlich und 68% täglich im Jahr 2022. Laut der JIM-Studie 2022¹⁵, im Rahmen derer 1.200 Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren zur Nutzung von Medien befragt wurden, war WhatsApp vor Instagram, Tiktok und Youtube die beliebteste Applikation auf dem Smartphone bei beiden Geschlechtern in allen Altersgruppen. 93% der Jugendlichen im Alter zwischen 12 und 19 Jahren nutzten WhatsApp mehrmals wöchentlich und 85% täglich.

Gemäß der Studie von IGEN-Digimonitor¹⁶ verwendeten 5,6 Millionen (84%) der schweizerischen Bevölkerung ab 15 Jahren „mindestens gelegentlich“ WhatsApp, das damit den höchsten Marktanteil der Messenger-Dienste „in allen Sprachregionen“ besaß. Der Anteil der WhatsApp-Nutzung unter den Jugendlichen im Alter von 12 bis 19 Jahren in der Schweiz ergibt sich aus der JAMES-Studie der ZHAW. Die JAMES-Studie¹⁷ 2018 nennt WhatsApp als das „Kommunika-

14 Vollständige Studie siehe unter <https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/social-media-und-messenger/messenger/> (letzter Zugriff am 23.04.2023).

15 JIM ist die Abkürzung für „Jugend“, „Information“, „Medien“. Die JIM-Studie ist eine „Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland“. Die Studie ist online abrufbar unter <https://www.mpfs.de/studien/jim-studie/2022/> (letzter Zugriff am 21.04.2023).

16 IGEN steht für „Interessengemeinschaft Elektronische Medien Schweiz“, „der Digimonitor ist repräsentativ für die Schweizer Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren (6,7 Mio. Personen)“. Die Studie präsentiert die Verwendung „von elektronischen Medien und Geräten in der Schweiz“. Siehe unter <https://www.igem.ch/event/studienpraesentation-igem-digimonitor-2021/> (letzter Zugriff am 22.04.2023).

17 JAMES steht für „Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz“; sie wird alle zwei Jahre von der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften veröf-

tionsmittel Nummer 1 der Jugendlichen“ in der Schweiz, was in JAMES 2022 bestätigt wird: „Fast alle Jugendlichen nutzen WhatsApp zur Kommunikation“. In der JAMES-Studie von 2022 benutzten 97% der eidgenössischen Jugendlichen WhatsApp „mehrmals pro Woche oder häufiger“. Ungefähr drei Viertel der Jugendlichen in der Schweiz verwendeten WhatsApp mehrmals täglich. Eine weitere signifikante Studie ist „Social Commerce Schweiz 2022“ der Fachhochschule Nordwestschweiz,¹⁸ die unter 1008 Befragten im ersten Quartal 2022 in der Deutsch- und Westschweiz durchgeführt wurde. Dem Untersuchungsergebnis zufolge ist WhatsApp „die am häufigsten genutzte Plattform“ von 87% der Interviewten, wobei Frauen diesen Messenger-Dienst etwas häufiger als Männer (90% vs. 84%) verwenden. Hinsichtlich der Altersverteilung verwendeten 93% der jüngeren Gruppe (18–39 Jahre), 88% der Altersgruppe von 40–64 Jahren sowie 75% der älteren Gruppen (über 65 Jahre) aktiv mindestens monatlich WhatsApp.

In Österreich stößt WhatsApp ebenfalls auf sehr großes Interesse. Laut dem „Social Media Report 2020“ von Artworx sei WhatsApp im Untersuchungszeitraum „auf 88% aller Smartphones“ von mehr als 6,3 Millionen Menschen in Österreich vorhanden gewesen. Die Nutzerinnen umfassten alle Altersgruppen von Jugendlichen bis zu über 60-Jährigen. Die zentralen Funktionen von WhatsApp waren „das Versenden von Textnachrichten (97%), Fotos und Videos (87%)“.¹⁹ Den Untersuchungsdaten von Datareportal 2022 zufolge waren die meisten WhatsApp-Nutzerinnen 16 bis 64 Jahre alt (81,6%), wobei 33% der Befragten WhatsApp als ihre liebste Plattform nannten (Mehner 2022a). Laut dem Untersuchungsergebnis des „Jugend-Internet-Monitors 2022“ besitzt WhatsApp die höchste Marktdurchdringung mit 96% Nutzungsanteil unter österreichischen Jugendli-

fentlicht. Die JAMES-Studie von 2018, 2020 und 2022 finden sich unter:
https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2018/Ergebnisbericht_JAMES_2018.pdf;
https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2020/ZHAW_Bericht_JAMES_2020_de.pdf;
https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2018/Bericht_JAMES_2022_de.pdf (letzter Zugriff am 22.04.2023).

18 Siehe <https://social-commerce-schweiz.ch/> (letzter Zugriff am 21.04.2023).

19 Siehe unter <https://www.artworx.at/social-media-in-oesterreich-2020/> (letzter Zugriff am 21.04.2023).

chen im Alter von 11 bis 17 Jahren, während mehr Jungen als Mädchen (97% vs. 94%) WhatsApp nutzen.²⁰

2.3.2 Funktionale Möglichkeiten

Die Funktionen von WhatsApp werden im Folgenden mithilfe von drei Screenshots beschrieben:

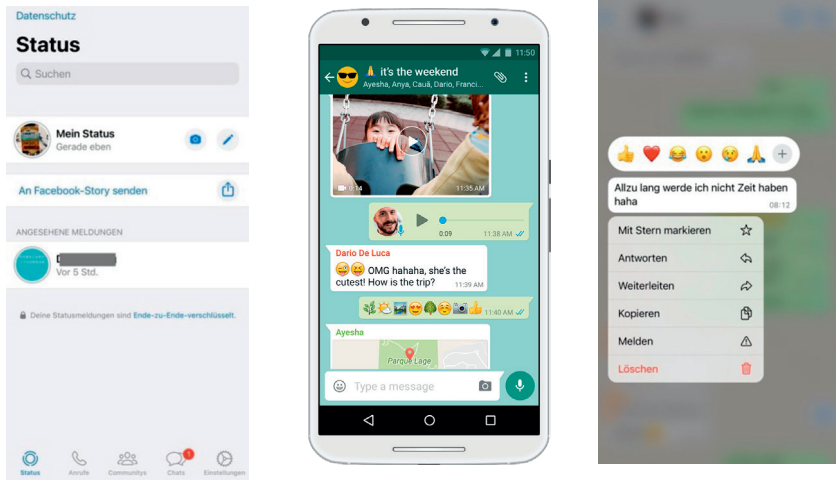


Abb. 7: Screenshot vom WhatsApp-Interface

Abb. 8: Screenshot vom WhatsApp-Interface²¹

Abb. 9: Screenshot vom WhatsApp-Interface

Stand November 2022 gliedert sich WhatsApp in fünf Interfaces. Auf dem ersten Interface „Status“ kann man Texte, Bilder oder Videos veröffentlichen, die automatisch nach 24 Stunden verschwinden. Auf dem zweiten Interface steht der Verlauf von Audio- und Videoanrufen, während man auf dem nächsten Interface „Communitys“ „mehrere an sich getrennte Gruppen in einer neuen Community als Supergruppe zusammenfassen“ (Just 2023) kann. Das vierte Interface ist der Chat, die zentrale Funktion von WhatsApp, wobei Textnachrichten, Bilder, Videos, Audionachrichten, Standorte, Links, Dateien usw. ge-

20 Die Studie „Jugend-Internet-Monitor 2022“ wurde online vom Institut für Jugendforschung unter 400 Jugendlichen zwischen 11 und 17 Jahren im Dezember 2021 durchgeführt. Siehe <https://www.saferinternet.at/services/jugend-internet-monitor/> (letzter Zugriff am 21.04.2023).

21 Dieser Screenshot stammt von der offiziellen Webseite von WhatsApp, siehe <https://www.whatsapp.com/features/?lang=de> (letzter Zugriff am 21.04.2023).

schickt bzw. mitgeteilt und empfangen werden können. WhatsApp ermöglicht auch die Eins-zu-eins-Kommunikation und die Gruppenkommunikation. Freunde werden hinzugefügt, indem ihre Handynummer im Handy gespeichert wird. Seit Mai 2022 lässt sich in WhatsApp mit Emojis auf einzelne Nachrichten reagieren (siehe Abbildung 9). Drei Emojis für unterschiedliche Emotionen <😂>, <😭>, <😬> und drei für Einstellungen oder Gestik <👉>, <❤️> und <🙏> werden von WhatsApp vorgeschlagen, die Schreiberin kann aber auch mithilfe des „+“-Zeichens weitere Emojis als Reaktion wählen. Anders als bei WeChat sind die Häkchen bei WhatsApp von großer Bedeutung: Steht ein graues Häkchen hinter der Nachricht, befindet sich die Nachricht auf dem Weg von der Senderin zur Empfängerin, ist also auf dem WhatsApp-Server. Zwei graue Häkchen hinter der Nachricht (wie in Abbildung 10) zeigen, dass die Nachricht auf dem Handy der Empfängerin eingegangen, aber noch ungelesen ist. Erscheinen zwei blaue Häkchen im Nachrichtenfeld, so wurde die Nachricht von der Empfängerin gelesen (Abbildung 11).

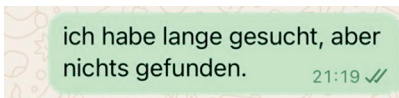


Abb. 10: Graue Häkchen

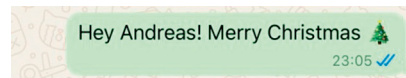


Abb. 11: Blaue Häkchen

Darüber hinaus kann der „Online-Status“ oder der Zeitpunkt, zu dem die Empfängerin zuletzt online war, angezeigt werden, um der Dialogpartnerin den Nutzungsstatus sichtbar zu machen. Allerdings können der Online-Status wie auch die blaue Lesebestätigung in den WhatsApp-Einstellungen ausgeblendet und so vor anderen verborgen werden. Im Unterschied zu WeChat gibt der Zeitstempel „Zuletzt online“ bei WhatsApp den Zeitpunkt an, zu dem der Kontakt die Anwendung zuletzt verlassen hat.²² Dies kann ebenfalls in der Datenschutzeinstellung ausgeblendet werden.

²² Siehe <https://faq.whatsapp.com/general/chats/about-last-seen-and-online/?lang=de> (letzter Zugriff am 21.04.2023).

2.4 Forschungsstand

2.4.1 Forschungsstand zur WeChat-Kommunikation

WeChat sowie die Kommunikation damit werden von der Forschung in den deutschsprachigen Ländern bislang wenig beachtet; veröffentlichte Arbeiten zu diesem Thema geben vornehmlich chinesische Perspektiven im Rahmen des Social-Media-Marketings wieder. Dazu liegen zwei deutsche Monographien von Liu Yinyuan vor. Bei Liu (2016) mit dem Titel „Social Media in China: Wie deutsche Unternehmen soziale Medien im chinesischen Markt erfolgreich nutzen können“ handelt es sich um einen allgemeinen Leitfaden für deutsche Unternehmen zum Einsatz sozialer Medien im chinesischen Marketing. Dabei widmet sich ein Teil den Funktionen und Nutzungsweisen sowie der Relevanz von WeChat in China, insbesondere von öffentlichen WeChat-Konten und WeChat Pay. Liu (2018) konzentriert sich mit WeChat auf den einflussreichsten Messenger-Dienst in China und gilt als „erste deutschsprachige Monographie zu WeChat“ (Szurawitzki 2020a: 75). Neben den grundlegenden Funktionen von WeChat stellt Liu (2018) in erster Linie die funktionalen Möglichkeiten vor, auf denen geschäftliche Vereinbarungen im chinesischen Markt beruhen; daneben diskutiert er Strategien für einen optimierten Einsatz in der Werbung über öffentliche Konten oder „Momente“. Gatti und Richter widmen der „chinesischen Super-App“ (Gatti/Richter 2019: 23) ein Kapitel in ihrem Buch „Digitales China“, deren Zielgruppe ebenso deutsche Unternehmen oder Geschäftsleute in China umfasst. Überdies wird der Verwendungsstatus von WeChat in Tank (2015) mit dem Titel „China-Marketing“ erörtert und WeChat-Werbung von Haribo als Beispiel für Marketing-Kommunikation diskutiert.²³

Daneben wird WeChat oft in deutschsprachigen Zeitungen erwähnt und vorgestellt. Dabei geht es vor allen Dingen um die vielfältigen Möglichkeiten, die die Funktionen von WhatsApp, Instagram, Facebook, E-Banking, Online-Shopping usw. in einer einzigen Plattform vereinigen, oder um die große Anzahl der Nutzerinnen, wie etwa in Müller (2018b) und Kamp (2019) in der Neuen Zürcher Zei-

23 In englischen Publikationen wurden weitere Aspekte von WeChat erörtert, beispielsweise dessen Verwendung im medizinischen Bereich (Feng et al. 2017) und dessen Rolle in der öffentlichen Risikowahrnehmung (Zhuang et al. 2021) sowie im Aufbau der Zivilgesellschaft (Tu 2016). Vgl. auch Ai et al. (2018), Harwit (2017), Chen et al. (2018), Che/Ip (2018) und Cui/Li (2020).

tung, Sieber (2016) vom Schweizer Radio und Fernsehen, Zand (2016), Schultz (2016) und Böhm (2018) im Spiegel, Giesen (2019) in der Süddeutschen Zeitung, Hofer (2018) in Internet World, Armbruster (2017) und Hein et al. (2021) in der Frankfurter Allgemeinen und Schoch (2019) bei Massive Art.

Im linguistischen Bereich greift sehr wenig existierende Forschung auf WeChat-Kommunikation zurück, im Gegensatz zu WhatsApp (vgl. Szurawitzki 2020a: 77). Szurawitzki (2019) ist eine frühe deutsche wissenschaftliche Arbeit zu WeChat, die die funktionalen Möglichkeiten, Kommunikationsweisen sowie die Emoji-Verwendung im chinesischen WeChat-Kontext ausführlich darlegt. Die erste deutsche Monografie über WeChat im Bereich der deutschen Linguistik stammt auch von Michael Szurawitzki. Darin geht es um den Nutzungsstatus von WeChat bei Deutschsprachigen in China. Nach der Erörterung der Verflechtungen von Aktivitäten Deutschsprachiger in China (religiöse Missionierungsversuche, koloniale Aggression, geschäftlicher Austausch, Aufbau der deutschsprachigen Communitys in China) untersucht Szurawitzki (2020a) die WeChat-Nutzung sowie die Kommunikationsgewohnheiten deutschsprachiger Expatriates anhand einer empirischen Online-Umfrage. Weitere seiner Untersuchungen (Szurawitzki 2019a, 2019b, 2020b, 2021a, 2021b, 2022a, 2022b) widmen sich ebenfalls der WeChat-Kommunikation sowie deren Rolle in China. Günthner (2018) analysiert die Praktiken der Personenreferenz im SMS-, WeChat- und WhatsApp-Schreiben. Dies unterstützt die Identifizierung kultureller Unterschiede und Überschneidungen von Personenreferenzen im deutschen und chinesischen Kontext. Zudem diskutiert Günthner (2022) nominale Selbst- und Fremdreferenzen sowie die Sequenzialität in der multimodalen WeChat- und WhatsApp-Kommunikation.

Chinesische Wissenschaftlerinnen legen selbstverständlich größeres Augenmerk als ihre deutschen Kolleginnen auf die WeChat-Kommunikation. Die folgenden chinesischen Forscherinnen veröffentlichten ihre Untersuchungsergebnisse: Gu (2024) untersucht Geburtstagsglückwünsche im chinesischen WeChat und deutschen WhatsApp und erläutert die damit verbundenen neuen Kommunikationsphänomene im digitalen Schreiben. Guo (2017) untersucht die WeChat-Verwendung von Chinesinnen in Shanghai zwischen 35 und 50 Jahren, die als „precomputer generation“ (Prensky, 2001, zitiert nach Guo 2017: 409) identifiziert werden. Nach Guo spiele WeChat

neben der grundlegenden kommunikativen Funktion auch eine wichtige Rolle für das Überbrücken der Kluft zwischen älteren Menschen und der (jüngeren) digitalen chinesischen Gesellschaft. Ding et al. (2019) analysieren insbesondere die Ärztin-Patientin-Kommunikation durch WeChat. 16 Patientinnen und sieben Ärztinnen wurden zu ihren Erfahrungen mit dem Austausch über WeChat interviewt. Sie kommen zu dem Ergebnis, dass diese Interaktion die Ärztin-Patientin-Beziehung stärke und den Patientinnen ein gewisses Sicherheitsgefühl liefere. Wei et al. (2018) interviewten 1552 Studentinnen an 15 chinesischen Universitäten in fünf Städten und führten dabei empirische Untersuchungen zur Kommunikation öffentlicher Konten in WeChat durch. Einerseits werden die Gründe der jungen chinesischen Studentinnen für das Abonnieren öffentlicher Konten und das Veröffentlichen von Beiträgen auf solchen Konten untersucht. Andererseits wird das Abonnieren öffentlicher Konten bei WeChat durch logistische Regression vorhergesagt. Wei (2017) beschäftigt sich mit Merkmalen und Vorteilen sowie Anwendungsmodellen des Einsatzes von WeChat im Englisch-Unterricht. Seit der Pandemie wird zudem die WeChat-Kommunikation vor dem Hintergrund von Lockdown und Social Distancing erforscht. So betrachten Amosun et al. (2021) Zusammenhänge zwischen WeChat-Interaktionen, Selbst-Offenlegung, Freundschaft und Wohlbefinden chinesischer Studentinnen in der Lockdown-Zeit. Li et al. (2020) konzentrieren sich auf die Krisenkommunikation internationaler Studentinnen während der Pandemie in China und zeigen auf, wie diese ihre mehrsprachigen Ressourcen und Kompetenzen zur Verbesserung der Krisenkommunikation und zum Aufbau ihrer Gemeinschaft mobilisieren.

2.4.2 Forschungsstand zur WhatsApp-Kommunikation

Seitdem WhatsApp zunehmend in den Blick von Nutzerinnen verschiedener Alters- und Berufsgruppen tritt, steigt auch die Zahl der linguistischen Forschungen zu Interaktionen in WhatsApp. Im Detail unternehmen viele linguistische Studien eine kontrastive Analyse zwischen SMS- und WhatsApp-Interaktion. König (2015) stellt Dialogkonstitution in der SMS- und WhatsApp-Kommunikation gegenüber und vergleicht die Sequenzierung von Dialogen in den beiden Kommunikationsformen. Daneben sieht Arens (2014) WhatsApp gegenüber der klassischen SMS als ein „poly-coded-sign-system“ (König/Bahlo 2014: 11) an und beschreibt in einer empirischen Un-

tersuchung die verschiedenen Kommunikationsmöglichkeiten von WhatsApp, wie Piktogramme, auditive Nachrichten, Fotos, Videos etc. Wolfgang Imo beschreibt zwei Tendenzen der Kommunikation, in denen sich SMS und WhatsApp voneinander unterscheiden. Zum einen sei der WhatsApp-Chat auf eine „hohe Austauschdichte von einzelnen Sprachhandlungen“ (Imo 2015a: 25) und damit stark konzeptionell mündlich und dialogisch ausgelegt. Zum anderen sei WhatsApp-Kommunikation im Kontrast zu SMS durch „einen kontinuierlichen, sequenziell geordneten Nachrichtenstrom“ (Imo 2015a: 31) gekennzeichnet und tendiere zum „endlosen Dialog“ (Imo 2015a: 25). Den Vergleich zwischen SMS- und WhatsApp-Kommunikation hat Beat Siebenhaar ebenfalls durchgeführt. Er sieht SMS als „abgeschlossene Kommunikationseinheiten mit Begrüßungs-, Mitteilungs- und Verabschiedungsteil“ an, während WhatsApp-Mitteilungen zu meist eher als „Teile kommunikativer Sequenzen und damit als Nachrichten in einem Chat“ zu betrachten seien (vgl. Siebenhaar 2018b: 752). Weiter führt Siebenhaar (2020: 75) aus, dass WhatsApp-Kommunikation auf „starker Interaktivität und Unabgeschlossenheit“ beruhe und damit eine „offenere Themenentfaltung“ als E-Mails und SMS erlaube.

Bedeutende Untersuchungen zur WhatsApp-Kommunikation entstammen dem Forschungsprojekt „What’s up, Switzerland?“²⁴ zwischen den Jahren 2016 bis Anfang 2020. Die Ergebnisse erstrecken sich auf verschiedene Aspekte. Morel/Natale (2019) beschäftigen sich mit der Orthographie und dem Normbewusstsein der Nutzerinnen in der WhatsApp-Kommunikation. Anhand der Ergebnisse von Online-Fragebögen auf Deutsch, Französisch und Italienisch mit insgesamt 631 Teilnehmerinnen beleuchten sie zum Beispiel die Einstellung der Interaktantinnen von Schweizerdeutsch, Hochdeutsch, Französisch oder Italienisch zu Fehlern in WhatsApp-Chats; den Anteil der Beteiligten an Selbstkorrekturen und Fremdkorrekturen gegenüber Kommunikationspartnerinnen mit verschiedenen Graden von Vertrautheit; sowie Meinungen verschiedener Altersgruppen über die Verknüpfung zwischen Sprachverfall und digitalen Kommunikationsdiensten. Bonderer und Dürscheid (2019) untersuchen die WhatsApp-Nutzung im Deutschunterricht. Dabei beleuchten sie Vor- und Nachteile dieser Form der Kommunikation und gehen auch auf

24 Website des Forschungsprojekts siehe <https://whatsup.linguistik.uzh.ch/> (zuletzt geprüft am 22.10.2023).

die Verwendung von piktoralen Elementen wie Emojis oder GIFs/ Bildern in WhatsApp-Nachrichten ein. Überdies präsentiert Dürscheid (2018b) den Einsatz von Online-Ressourcen wie „Chatkonversationen“, „Facebook-Postings“ und „Internet-Websites“ beim DaF-Lernen im Ausland. Ziel ist es, dass Schülerinnen Einsicht in die „Alltags-schriftlichkeit“ der Muttersprachlerinnen erhalten sowie „überregional gebräuchliche und situationsangemessene“ Ausdrucksformen in den deutschsprachigen Ländern erlernen (Dürscheid 2018b: 155). Aline Meili forschte zur „WhatsApp-Kommunikation der gehörlosen Personen in der Deutschschweiz“ und identifiziert Unterschiede zwischen Hörenden und Gehörlosen in der schriftbasierten Alltagskommunikation. Meili (2017a) stellt grammatische Auffälligkeiten in der schriftlichen WhatsApp-Kommunikation anhand der Aspekte „Markierung semantischer Rollen“, „Topikalisierung“ und „Doubling“ durch eine qualitative Korpusanalyse dar. Meili (2017b) analysiert Ellipsenstrukturen in der schriftlichen WhatsApp-Kommunikation von Gehörlosen, darunter Subjekt-, Objekt- und Artikel ellipsen sowie Ellipsen von „sein“, „haben“ und „es“. Zudem betrachtet Meili (2017b) die Verwendung von Emojis, die sie ebenfalls als Ellipsen in der WhatsApp-Kommunikation von Gehörlosen deutet. Felder (2020) untersucht Variationen des Schweizerdeutschen im WhatsApp-Schreiben, wobei die Präferenzen der Verschriftungsmuster im Gesamtkorpus einerseits und die intraindividuellen Variationen andererseits berücksichtigt werden. Siebenhaar (2020) nutzt umfassende quantitative Methoden zur kontrastiven Erforschung der Informalitätsmarkierungen in bundesdeutschen und deutschschweizerischen WhatsApp-Chats und listet zwölf übereinzelsprachliche und sechs einzelsprachliche Informalitätsmarkierungen in der schriftlichen Interaktion auf.

Andere relevante Forschungen zu Themen der WhatsApp-Kommunikation finden sich beispielsweise in Mostovaia (2018), die sich mit graphischen Ressourcen wie Asterisken, Plus-, Minus- und Gleichheitszeichen usw. bei der Reparaturinitiierung und -durchführung im schriftlichen IRC-Chat und WhatsApp-Chat befasst, während Bauer (2016) die onymischen Anredeformen sowie die Funktionen des vokativen Gebrauchs von Rufnamen in der schriftlichen WhatsApp-Interaktion beschreibt. Howind (2020) untersucht qualitativ WhatsApp-Sprachnachrichten auf ihre Verwendungszwecke hin, etwa Erzählen, Informieren, Fragen, Gratulieren. Weitere Publikatio-

nen, die sich mit dieser WhatsApp-Interaktion auseinandersetzen, sind beispielsweise Beißwenger (2018), Dürscheid (2018c, 2021a), Hector (2017), Jakob (2017), König (2019a, 2019b, 2019c, 2021a, 2021b), König/Hector (2017), Mai/Wilhelm (2015), Schürmann (2016), Weber/Schürmann (2018) und Wyss/Hug (2016).

Schreiben auf Chinesisch – Schreiben auf Deutsch

„Die Schrift hat die Menschheit für immer verändert. Ihre Erfindung half den Menschen, sich gesellschaftlich zu organisieren und schuf die Grundlage für Literatur und Wissenschaft. Dem Schreiben verdanken wir, dass wir uns über die Grenze von Zeit und Raum hinweg verständigen und Spuren in der Zeit hinterlassen können.“

— Basler Papiermühle – Schweizerisches Museum
für Papier, Schrift und Druck

3.1 Von der Erfindung des Buchdrucks bis zum digitalen Schreiben

Unter „Schreiben“ versteht Duden Online: „Schriftzeichen, Buchstaben, Ziffern, Noten o.Ä. in einer bestimmten lesbaren Folge mit einem Schreibgerät auf einer Unterlage, meist Papier, aufzeichnen oder in einen Computer eingeben“.²⁵ Das Schreiben als Basis der schriftlichen Kommunikation und bedeutendes Kommunikationsmittel entwickelt sich kontinuierlich. Es findet seit seiner Entstehung zu verschiedenen Zeiten in unterschiedlichen geografischen Räumen statt und wird durch technischen Fortschritt vorangetrieben. Die Erfindung und Verbreitung des Buchdrucks ermöglichte die Verallgemeinerung der Schreibtätigkeiten und schuf eine wesentliche Grundlage für den Fortgang vom analogen zum digitalen Schreiben²⁶ in der Geschichte

25 Siehe <https://www.duden.de/rechtschreibung/schreiben> (letzter Zugriff am 21.04.2023).

26 „Analog“ sind „Technologien/Verfahren, in denen kontinuierlich stetige, d.h. stufenlose physikalische Größen verwendet werden“ (Meinel/Sack 2009: 88); „digital“ sind „Technologien/Verfahren, die nur diskrete unstetige, d.h. stufenförmige arithmetische Größen verwenden“ (Meinel/Sack 2009: 88). Unter digitalem Schreiben versteht Dürscheid (2020b: 32) „die Eingabe von graphischen Zeichen“ im Allgemeinen „über eine physische Tastatur“ oder „über ein virtuelles Tastaturfeld, das auf dem Bildschirm bedient wird“. Im Gegensatz dazu ist analoges Schreiben typischerweise „das Schreiben von Hand auf Papier“. Überdies ist Dürscheid (2020b: 33) der Ansicht, dass „das Schreiben mit einem Stift

der Kommunikation. Die Evolution des Schreibens, insbesondere seine Digitalisierung sowie die schriftbasierte Kommunikation, stellt sich aus historischen Gründen in China anders dar als in Deutschland und anderen westeuropäischen Ländern.

Dieses Kapitel setzt sich in einer historischen Perspektive mit der Entwicklung des Schreibens sowie der schriftlichen Kommunikation in Deutschland und China auseinander. Es legt das Augenmerk auf einige relevante Ereignisse seit der Erfindung des Buchdrucks, die das Schreiben und mit ihm verbundene Praktiken stark beeinflusst haben.

In der westlichen Welt geht eine wesentliche Revolution in der Schreib- und Druckgeschichte auf den modernen Buchdruck mit beweglichen Lettern zurück, der von Johannes Gutenberg Mitte des 15. Jahrhunderts erfunden wurde.²⁷ Bezüglich des Wandels der Schreibpraxis sind vor allem die Expansionen des privaten und administrativen Schreibens sowie des Briefeschreibens zu nennen (vgl. Ludwig 2005: 222–226). Die Erfindung und Entwicklung des Buchdrucks brachten Europa ein neues Zeitalter, das mehr Menschen die Verbreitung und die Aufnahme von Informationen durch Texte ermöglichte und den Schriftgebrauch zum Gemeineigentum umwandelte (vgl. Meinel/Sack 2009: 35–37). Mit der globalen Verbreitung des Buchdrucks gingen drei weitere Entwicklungen der Schreibpraxis einher: „die Ausbildung einer Schriftsprache seit dem 15. Jahrhundert“, „die Entwicklung von Stenographien“ sowie „die Normierungen der Schriftsprache“ (Ludwig 1994: 61).

In der Neuzeit wurde die Revolution der Schreibpraxis dank der Technisierung weitergeführt. Die nachhaltige Wirkung auf das Schreiben entstammt nach Ludwig (1994: 62) in erster Linie drei Elementen: dem „Einsatz der Schreibmaschine, des Telegrafen und des Computers“. Gemäß Lobin (2014: 125) geht die heutige Gestaltung der Computertastaturen auf die Entwicklung der mechanischen Schreibmaschinen im 19. Jahrhundert zurück. Im Vergleich zur Handschrift erfolgt das Schreiben mit technischen Geräten wie einer

oder dem Finger auf dem Touchscreen“ kein digitales, sondern ein handschriftliches Schreiben sei, obgleich das Schreibprodukt digital sei.

27 Die Einführung des Buchdrucks reduzierte die Druckfertigungszeiten drastisch, senkte die Buchherstellungskosten und ermöglichte die serielle Produktion praktisch identischer Druckwerke (vgl. Ludwig 2005: 216–219).

Schreibmaschine²⁸ beträchtlich effizienter; „Leserlichkeit“, „Schnelligkeit“ und „Zeitgewinn“ (Viollet 2005: 28) gelten als Stärken der Schreibmaschine. Davon profitierten vor allem Bereiche wie die Administration, die Industrie, der Handel und die Literatur (vgl. Viollet 2005: 28). Die Erfindung und Verwendung des Telegrafen, insbesondere die Morse-Telegrafie (1837), veränderten den „Produktionsprozess von Texten“ (Ludwig 1994: 62). Morseapparate waren auf Grund ihrer „bestechenden Einfachheit“, „hohen Übertragungsleistungen“ sowie „ihrer witterungsunabhängigen Betriebssicherheit“ (Meinel/Sack 2009: 48) für die schriftliche Kommunikation außerordentlich bedeutsam, indem Nachrichten über große räumliche Entfernungen gesendet und zeitnah empfangen werden konnten. Die Telegrafie erfreute sich daher etwa in Handel, Schifffahrt, Börsen- und Zeitungswesen großer Beliebtheit und expandierte Mitte des 19. Jahrhunderts nach ihrer Freigabe für individuelle und private Nachrichtenübermittlungen (vgl. Meinel/Sack 2009: 49–50). Ein digitales Schreiben war damit noch nicht verwirklicht, obwohl sich das Schreiben mit Schreibmaschine ebenfalls durch Tastatur vollzieht. Das Schreiben auf Schreibmaschinen und mit Telegrafen ist „nicht computergesteuert“ und die „Textdarstellung“ ist auch nicht digital (Dürscheid 2020b: 31).

Die technische und industrielle Weiterentwicklung sowie der schlussendliche Computergebrauch²⁹ trieben die Fortschritte des menschlichen Schreibens weiterhin an und schufen die wesentliche Grundlage für das digitale Schreiben. Ludwig (1994: 63–64) führt die folgenden vier Veränderungen des Schreibens am Computer aus: Beim Schreiben am Computer könne die Textbasis augenblicklich und mühelos über den Bildschirm verändert werden; daneben sei der Text durch die Einstellung der Schrifttypen, der Schriftgrößen, der Formatierung, der Gestaltungen der Fußnoten sowie des Layouts „druckreif“; Korrekturprogramme signalisierten Rechtschreib- und Ausdrucksfehler, grammatische Unvollständigkeiten und Wortwiederholungen beim Schreiben; ferner lasse sich durch das Schreiben am Computer ein Wechsel vom klassischen eindimensionalen zum multidimensionalen Text schaffen, was insbesondere auf die Herstel-

28 Bedeutende Entwicklungsschritte der Schreibmaschine sind beispielweise in Viollet (2005: 23–24) nachzulesen.

29 Zur Entwicklung der Computer vgl. bspw. Meinel/Sack (2009: 74) und Website von Zuse <http://www.horst-zuse.homepage.t-online.de/fruehe-computer.html> (letzter Abruf am 22.10.2023).

lung nichtlinearen Textes beim Computer-Schreiben zurückzuführen sei.

Die Entstehung und Entwicklung des Internets und von Internetdiensten³⁰ hat die Informationsübermittlung rasant beschleunigt, wodurch ein neues Zeitalter mit einer großen Auswahl an digitaler Kommunikation und Schreibmöglichkeiten eingeläutet worden ist. Das Internet startete mit seiner Vorläuferin Arpanet Ende der 1960er Jahre. In diesem Rahmen entstand der erste Internetdienst Telnnet (Teletype Network) im Jahr 1969.³¹ Von besonderer Bedeutung für das digitale Schreiben sind Internetdienste wie das WWW, E-Mail und den IRC (Internet Relay Chat),³² die im Folgenden näher erläutert werden.

Die E-Mail hat eine längere Geschichte als das WWW, wurde sie doch als „einer der ersten Dienste im Internet“ im Jahr 1971 entwickelt.³³ Die erste E-Mail in Deutschland traf 1984 ein; sie war aus den USA an die Universität Karlsruhe geschickt worden. In den 1990er Jahren wurde das E-Mail-Schreiben der breiten Masse zugänglich, zumal der erste kostenlose E-Mail-Dienst Hotmail (heute Outlook) 1996 eingeführt wurde.³⁴ Mithin traten E-Mails bis Ende der 1990er Jahre ins Leben der deutschen Internetnutzerinnen. Dürscheid/Frick (2016: 33) legen den früheren Nutzungsstatus von E-Mails mit der durch die ARD in Auftrag gegebenen ersten Online-Studie über die deutsche Online-Nutzung im Jahr 1997 dar: 6,5% der 1003 interviewten Personen ab 14 Jahren verwendeten Internetdienste, wobei 78%

30 Auf der Website „Webtechnologie“ wird der Terminus „Internet“ so definiert, dass das Internet die „Infrastruktur zur Übertragung von Informationen“ ist, während die Internetdienste die „Anwendungsmöglichkeiten“ umfassen, deren Verwendung das Internet voraussetzt (vgl. <https://www.webtechnologien.com/wissen/das-internet/internetdienste/>, letzter Zugriff am 21.04.2023).

31 Siehe <https://www.webtechnologien.com/wissen/das-internet/internetdienste/> (letzter Zugriff am 21.04.2023).

32 E-Mail und Chat gelten als frühe Formen digitalen Schreibens und werden von Dürscheid/Frick (2016: 28) als „alte neue Kommunikationsformen“ bezeichnet.

33 Siehe <https://www.webtechnologien.com/wissen/das-internet/internetdienste/> (letzter Zugriff am 21.04.2023).

34 Zu weiteren ausführlichen Informationen siehe die folgenden Webseiten <https://www.webtechnologien.com/wissen/das-internet/internetdienste/> (letzter Zugriff am 21.04.2023); [https://www.rapidmail.de/blog/50-jahre-e-mail-geschichte#:~:text=1996%20war%20es%20endlich%20soweit,%2DMail%2DAnbieter%20zur%20Verf%C3%BCgung!](https://www.rapidmail.de/blog/50-jahre-e-mail-geschichte#:~:text=1996%20war%20es%20endlich%20soweit,%2DMail%2DAnbieter%20zur%20Verf%C3%BCgung!;); (letzter Zugriff am 21.04.2023); <https://web.de/email/tipps/posts/geschichte-der-email/87/#:~:text=Die%20erste%20E%2DMail%20im,%3A%20%E2%80%99Eto%20linson%40bntenexa%E2%80%9C> (letzter Zugriff am 21.04.2023).

davon E-Mails versendeten und empfangen. 62% von ihnen wollten gerne E-Mails zu Hause nutzen.³⁵ Im Jahr 2007 trat die E-Mail in ihre mobile Phase ein, nachdem Apple die Mail-Applikation auf dem Smartphone eingeführt hatte,³⁶ dies führte zur weiteren Verbreitung der E-Mail-Kommunikation.

Die Anfangsphase des Chattens liegt in den 1980er Jahren; Ende der 1990er Jahre wurde es bereits von vielen jungen Menschen verwendet (vgl. Dürscheid/Frick 2016: 29). Beißwenger (2007: 42) betont zwei Formen der internetbasierten Chat-Technologien: den IRC (Internet Relay Chat) und den WWW-basierten WebChat. Mit dem IRC begann im Jahr 1988 die Verbreitung der Chat-Kommunikation. Auch andere Instant-Messaging-Applikationen wie AIM (AOL Instant Messenger) oder ICQ, XMPP oder MSN-Messenger hatten einen relevanten Platz im Chat-Markt.

Ab Beginn der 1990er Jahre war der Internetdienst „World Wide Web“ verfügbar und läutete eine neue Epoche der Vernetzung ein. Diese „Anfänge des noch jungen Internets“ werden als Web 1.0 bezeichnet (Chang 2018), das „Web der Dokumente“ (Stumpf 2012: 53). Demgegenüber ist das Web 2.0 das „Web der Nutzer[innen]“, bei dem soziale Netzwerke ins interpersonale Kommunikationsleben treten. So heißt es in einem Leitfaden des Bitkom (2008): „Web 2.0 nutzt demgegenüber das Internet weitaus stärker als ein Werkzeug der Kommunikation und des Austauschs und ergänzt damit die verfügbaren Informationen und das Transaktionsangebot.“³⁷ Vor diesem Hintergrund entstanden Plattformen für soziale Netzwerke und Internet-Communitys, die bei den Nutzerinnen in deutschsprachigen Ländern ebenfalls sehr beliebt sind oder waren, beispielsweise Wikipedia (2001), MySpace (2003), Flickr (2004), Facebook (2004), YouTube (2005) und Twitter (2006).³⁸

35 Siehe ARD-Online-Studie (1997) <https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/1997/Online97.pdf> (letzter Zugriff am 21.04.2023).

36 Siehe <https://www.rapidmail.de/blog/50-jahre-e-mail-geschichte#:~:text=1996%20war%20es%20endlich%20soweit,%2DMail%2DAnbieter%20zur%20Verf%C3%BCgung> (letzter Zugriff am 21.04.2023).

37 „Bitkom“ steht für „Branchenverband der deutschen Informations- und Telekommunikationsbranche“. Der vollständige Bitkom-Leitfaden (2008) ist verfügbar unter <https://www.bitkom.org/sites/main/files/file/import/E-Government-Web-2-0-fuer-die-oeffentliche-Verwaltung.pdf> (letzter Zugriff am 03.05.2023).

38 Ausführliche Darlegungen über Tools und Technik von Web 2.0 siehe oben in Bitkom-Leitfaden (2008).

Ferner ist die SMS als eine weitere digitale Schreibmöglichkeit zu nennen, die „einzige neue Kommunikationsform, die nicht auf der Computertechnologie basiert“ (Dürscheid/Frick 2016: 37). Die erste SMS-Nachricht wurde 1992 verschickt, „erst gegen Ende der 1990er Jahre stieg die Nutzung stetig an“ (Dürscheid/Frick 2016: 37). Inzwischen ist die SMS-Nutzung im „Sinkflug“ (Mehner 2019: 12) begriffen. 2013 wurde 133 Milliarden WhatsApp-Nachrichten und 101,3 Milliarden SMS-Nachrichten täglich in Deutschland verschickt; damit wurden erstmals täglich mehr WhatsApp-Nachrichten als SMS versendet. Seitdem baute WhatsApp seine Dominanz sukzessive aus (vgl. Finkel 2021).

Wenden wir nun unseren Blick hin zur Entwicklung der schriftlichen Kommunikation seit der Erfindung des chinesischen Buchdrucks jenseits des eurasischen Kontinents. Im Gegensatz zu Deutschland übte Gutenberg keinen Einfluss auf die chinesische Schreibpraxis aus, sondern bereits 400 Jahre früher, im Jahr 1041, wurde der Druck mit beweglichen „Lettern“ von Bi Sheng entwickelt (vgl. Drösner 2000). Danach wurde in China jedoch noch zumeist der Holztafeldruck verwendet und es sollte noch länger dauern, ehe sich die Druckweise mit beweglichen „Lettern“ weiter verbreitete. Nach Stübe (1918: 87) lag der Hauptgrund „im Wesen der chinesischen Sprache und der dadurch unmittelbar bestimmten Schrift“. Mit der Weiterentwicklung der beweglichen „Lettern“, etwa mit der Verwendung neuer Materialien für dieselben sowie die Befürwortung dieser Technologie durch die damalige Qing-Regierung³⁹ setzte sich der Druck mit beweglichen „Lettern“ in der Druckpresse durch. Diese Technik erlangte jedoch erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts größere Bedeutung in Chinas Druckwesen (vgl. Wang/Li 1996: 71).

Telegraphen, Schreibmaschinen sowie Computer verbreiteten sich später in China als in westlichen Ländern und waren weniger entwickelt. Zum ersten Mal wurde ein Telegramm in China im Januar 1882 versendet und bis 1908 konnten Telegramme von Peking aus in verschiedene chinesische Städte verschickt werden (Li 1994: 39). Die erste chinesische Schreibmaschine wurde 1915 entwickelt und kam in den 1930er und 1940er Jahren in chinesischen Großstädten wie Shanghai in die Büros (Meng 2015: 270–271). Den ersten Schritt der Computerentwicklung machte China einige Jahren später als die eu-

39 Die Qing-Dynastie währte von 1636–1912 und war die letzte einheitliche Feudaldynastie der chinesischen Geschichte.

ropäischen Länder: In den 1950er Jahren wurde der erste Computer in China entwickelt (Tao et al. 2016: 12). Die Verwendung sowie die weitere Entwicklung der Schreibmaschine und des Computers ermöglichten den Chinesinnen in den nachfolgenden Jahrzehnten eine weite Verbreitung der schriftbasierten Kommunikation über eine Tastatur, wie im anschließenden Teil weiter erörtert wird.

Die interpersonale Kommunikation zwischen chinesischen Bürgerinnen, die sich nicht am gleichen Ort befinden, erfolgte vor den 1980er Jahren vor allem durch Briefe oder Übermittlung mündlicher Botschaften. Dem Artikel von Wu (2018) in Chinanews zufolge wurden im Jahr 1978 im Durchschnitt drei Briefe pro Kopf in China versendet, 1985 dagegen 4,5 Briefe. Ich persönlich vermute, dass die Kommunikation über größere Distanzen vor der Internetverbreitung begrenzt war, zumal damals die rasante Entwicklung der Wirtschaft und des Aufbaus von Infrastruktur in dem riesengroßen Land erst noch bevorstand.

Die „moderne“ chinesische Kommunikation war in der anfänglichen Phase erheblich rückständiger als in den europäischen Ländern. Dem White Paper von The State Council Information Office (SCIO) wurde die erste internationale 64K-Internetstandleitung in Peking am 20.04.1994 freigeschaltet, womit eine voll funktionsfähige Verbindung Chinas mit dem weltumspannenden Internet hergestellt und eine neue Ära interpersonaler Kommunikation eröffnet wurde.⁴⁰ Die anschließenden Jahre der rasanten Entwicklung digitaler Kommunikation in China bezeichnet Chaoyang Zhang, CEO von Souhu, als „Bocksprung“ im Bereich der Internetnutzung,⁴¹ gekennzeichnet durch einen beachtlichen Zuwachs an Nutzerinnen und neuen kommunikativen Möglichkeiten.

Am 20.09.1987 wurde die erste chinesische Internet-Nachricht verschickt: Von Peking aus sandte Werner Zorn eine E-Mail mit dem Satz „Über die große Mauer erreichen wir alle Ecken der Welt“ an die Universität Karlsruhe (vgl. Giesen/Herrmann 2020; Hille 2007). Im November 1997 wurde das erste kostenlose E-Mail-System von der

40 Die Informationen stammen aus der „Studie über den chinesischen Internetstatus“ von The State Council Office of the People’s Republic of China (SCIO) im Jahr 2010. Die vollständige Version ist verfügbar unter http://www.scio.gov.cn/zfbps/ndhf/2010/Document/662572/662572_1.htm (letzter Zugriff am 23.04.2023).

41 Siehe <http://tech.sina.com.cn/i/2011-04-28/10455461475.shtml> (letzter Zugriff am 21.04.2023).

Firma Wangyi bereitgestellt, danach konkurrierten immer mehr E-Mail-Marken auf dem chinesischen Markt und mehr Menschen benutzten E-Mail als ein Kommunikationsmittel.⁴²

Ende des 20. Jahrhunderts standen den chinesischen Internetnutzerinnen unterschiedliche Chatangebote zur Verfügung. Chaträume wie WangYi PoPo und Instant-Messaging wie Tencent-QQ, die im Jahr 1992 entwickelt wurden und deren Nutzerinnen bis 2002 über zehn Millionen betrug, waren besonders beliebt. Vor dem Hintergrund des Web 2.0 gilt Baidu Baike (2006 gegründet) als die beliebteste offene Internetenzyklopädie, Renren (2005) war das in China meistverwendete soziale Netzwerk und Sina Weibo (2009) übernahm die Funktion von Twitter in China. Ferner waren Internetforen wie Tianya, Maopu, Xici usw. ebenfalls sehr beliebt.⁴³

Die erste SMS-Nachricht in China ist unbekannt, die SMS-Funktion wurde jedenfalls erst 2000 von China Mobile und China Unicom eingeführt und damit später als in Deutschland. 2001 wurden 18,9 Milliarden SMS-Nachrichten in China versendet. Der Höhepunkt war im Jahr 2012, als insgesamt 900 Milliarden Nachrichten von Chinesinnen verschickt wurden. Danach ging die Rolle der SMS in der schriftlichen Kommunikation nach und nach zurück, zurzeit fungieren SMS-Nachrichten in erster Linie zum Empfang von Bestätigungs-codes im Alltagsleben.⁴⁴ Seit dem 21. Jahrhundert hat die digitale Kommunikation die Art und Weise, in der wir weltweit interagieren und Informationen austauschen, facettenreich erweitert und verändert. Durch die Popularisierung der Smartphones sowie die weit verbreitete Verwendung der Messenger-Dienste erfuhr das interpersonale digitale Schreiben eine Blütezeit. Ein Vergleich zwischen der europäischen/deutschen und chinesischen Schreibentwicklung seit dem Buchdruck mit beweglichen Lettern bis zur heutigen digitalen Kommunikation lässt sich folgendermaßen veranschaulichen:

42 Ab dem Jahr 2002 wurde die mit dem QQ-Konto verknüpfte QQ-Mail angeboten, wodurch viele Internetnutzerinnen E-Mail kennenlernten und ein eigenes E-Mail-Konto besitzen konnten. Im Jahr 2008 entstand 139-Mail von China Mobile, die mit der Handynummer verbunden war und viele chinesische Kunden gewinnen konnte (vgl. Sheng 2017).

43 Neben YouTube gehören beispielweise Youku (2006), IQiyi (2010) und Tencent Video (2011) zu den einflussreichen Videoportalen in China.

44 Siehe <https://finance.sina.cn/2019-06-24/detail-ihytcerk8860601.d.html?oid=4078045105077819&vt=4&cid=60101&cre=cj> (letzter Zugriff am 23.04.2023).

Ludwig (1983: 13) hält den „Schrifttyp“ weniger für eine bestimmte Schrift, sondern vor allen Dingen für ein Prinzip. Basierend auf dem „Schrifttyp“ sind die Schriften wiederum in verschiedene Typen zu untergliedern – zum Beispiel in die logographische Schrift, die phonographische Schrift etc. Im Gegensatz dazu bezeichnet der Begriff „Schrift“ einen „bestimmten Schrifttyp“, beispielsweise wird die griechische Schrift als eine Form des phonographischen Schrifttyps bezeichnet. Des Weiteren macht Ludwig einen begrifflichen Vorschlag für das „Schriftsystem“. Schriftsysteme versteht er als „sprachabhängige Inventare von Schriftzeichen und dazu gehörigen Kombinationsregeln“. In Dürscheid (2016a: 302) werden ebenfalls Definitionen für diese drei Ausdrücke im Glossar „Schriftlinguistik“ gegeben:

Schrift: Inventar von Schriftzeichen

Schrifttyp: Gestaltungsprinzip, das einer Schrift zugrunde liegt

Schriftsystem: Einzelsprachabhängiges Inventar von Schriftzeichen.

Des Weiteren legt Dürscheid (2016a: 70) dar, das Schriftsystem sei als ein Teil des Schrifttyps anzusehen. Korrekt könnte sein, dass „das chinesische Schriftsystem zum logographischen Schrifttyp gehört“. Eisenberg (1996: 1371) stimmt damit insofern überein, als ein Schriftsystem nach dem verwendeten Schrifttyp logographisch genannt werden könne.

3.2.1 Chinesisch

Chinesisch ist eine der ältesten Sprachen der Welt. „Seit 4000 Jahren haben die Chines[innen] eine Schriftsprache“ (Coulmas 1981: 80). Einem Interview mit Yongdao Du zufolge,⁴⁵ einem Experten der chinesischen Philologie, reichen 7.000 Schriftzeichen für das tägliche Leben und Arbeiten in verschiedenen Bereichen aus. Dennoch ist die genaue Zahl der chinesischen Schriftzeichen schwer anzugeben. Das „Zhonghua Zihai“ (中华字海; Pinyin: Zhōnghuá Zìhǎi), das größte gedruckte chinesische Wörterbuch für Schriftzeichen, enthält 85.568 Schriftzeichen. Im Jahr 1988 veröffentlichten die Sprachkommission und das Bildungsministerium der VR China „die Liste der gebräuchli-

45 Diese Angaben stammen aus einem Interview in People's Daily: http://paper.people.com.cn/rmrbhwb/html/2013-01/05/content_1180554.htm und <https://www.zdic.net/zd/zb/cc2/> (letzter Zugriff am 19.04.2023).

chen Schriftzeichen im modernen Chinesisch,⁴⁶ die 2.500 „gebräuchliche Schriftzeichen“ und 1.000 „weniger gebräuchliche Schriftzeichen“ umfasst, insgesamt 3.500 Schriftzeichen. Die chinesische Schriftsprache bedient sich nicht des Alphabets, sondern der Hanzi-Schriftzeichen (汉字, Pinyin: hànzi), die wörtlich als „Han-Zeichen“ übersetzt werden. Diese Schriftzeichen sind nach der Han-Kultur⁴⁷ benannt, welcher die Weiterentwicklung und Standardisierung von Hanzi hauptsächlich zugeschrieben werden (vgl. Hsieh 2006: 202). Hanzi werden häufig „Quadratzeichen“ genannt. Nach Li (1994: 1404) geht diese Bezeichnung auf die Tatsache zurück, dass diese Schriftzeichen, insbesondere in der Normschrift „kaishu“, eine Form und Gestalt aufweisen, die in gleichmäßige quadratische Kästchen passen.

Die Klassifikation der chinesischen Sprache in den Schriftsystemen wird in der Linguistik seit Langem umfassend diskutiert. In früheren Forschungsarbeiten wurde Chinesisch dem ideographischen Schrifttyp zugeordnet. De Saussure (2001: 31) nannte die chinesische Schrift ein klassisches Beispiel dafür. Zahlreiche alte chinesische Schriftzeichen sind an Abbildungen von Objekten angelehnt, aber das moderne Chinesische, in dem die bildlichen Beschreibungen von Sachverhalten durch die Vereinfachung der Schrift im Laufe der Zeit zurückgedrängt wurden, besitzt nur wenige ideographische Merkmale. Zu dieser Einordnung bemerkt Li (1996: 1404–1405), obgleich „gewisse Zeichen“ im Chinesischen auf „einen bildlichen oder bildrebusartigen Ursprung“ zurückzuführen seien, könnten Piktogramme bzw. Ideogramme auf gar keinen Fall die „Gesamtheit der Sprache“ verkörpern. Bildhaft ist die moderne chinesische Schrift nicht mehr. Dieser Ansicht ist auch Dürscheid (2016a: 70): „Falsch wäre es, die moderne chinesische Schrift als piktographisch bzw. ideographisch zu bezeichnen“.

Laut Dürscheid (2016a: 69–70) und Hauser (2015: 23) ist Chinesisch das einzige logographische Schriftsystem, welches gegenwärtig noch als Landessprache in Verwendung steht. Im logographischen Schriftsystem greifen die graphematischen Einheiten hauptsächlich auf bedeutungstragende Einheiten im Sprachsystem zurück, insbesondere auf Wörter oder frei vorkommende Morpheme (vgl. Dürscheid

46 Vollständige Liste siehe unter <https://www.zdic.net/zd/zb/cc1/> (letzter Zugriff am 15.04.2023).

47 Die Han-Dynastie beherrschte das Kaiserreich China von 206 v.Chr. bis 220 n.Chr.

2016a: 69). Diese Einordnung findet sich in allgemeinen linguistischen Betrachtungen wie in Busch/Stenschke (2014), Crystal (2011), Eisenberg (2016) und auch in Günther (1988).

Jedoch wird die chinesische Schrift auch als morphosyllabisch typologisiert, etwa von Schlobinski (2001). Zu dieser Klassifikation ergänzt Hauser (2015: 23) in der Fußnote zu der obigen Ausführung: „Wissenschaftlich gesehen ist wohl die Einordnung als morphosyllabische Schrift am korrektesten, leider aber für den Laien am wenigsten verständlich“. Diese Perspektive findet sich ebenfalls häufig im chinesischen akademischen Bereich. So erläutert Qiu (1988: 23) in seiner renommierten Monographie „Abriss der Grammatologie“, dass die Bezeichnung „morphosyllabisch“ die Struktur der Sprachen widerspiegelt und gut auf das jetzige chinesische Zeichensystem wie auch auf dessen frühere Stufen zutrifft. Übereinstimmende Ansichten werden im einflussreichen Werk „Grundriss der Linguistik“ von Ye/Xu (2010) und im „Studienbuch der modernen chinesischen Grammatik“ von Lu (2013) vertreten. Zu dieser Kategorisierung des Chinesischen im morphosyllabischen Typus erläutert Dürscheid (2016a: 74) in Anlehnung an Li (1996: 1045), dass der Terminus „logographisch“ nichts anderes als „morphosyllabisch“ bedeute, weil Logogramme „eine feste Verbindung von Inhalts- und Ausdrucksseite“ präsentierten. In diesem Sinn ist das Chinesische als eine logographische Schrift anzusehen, weil chinesische Schriftzeichen an erster Stelle für semantische Bedeutungen stehen.

Seit 1958 wurde Pinyin (拼音, Pinyin: Hànyǔ Pīnyīn), die „staatlich anerkannte latinisierte Orthographie“ (Coulmas 1981: 93), im Festland-China eingeführt. „Pin“ bedeutet zusammensetzen, „yin“ kann mit Silbe übersetzt werden. Die Grundlage für die Umsetzung in Pinyin bildet die Artikulation von Wörtern in Putonghua (普通话, Pinyin: pǔtōnghuà), dem Standardchinesischen (vgl. Dürscheid 2016a:78). Als international anerkannte phonetische Umschrift greift Pinyin auf die 26 Buchstaben des lateinischen Alphabets zurück, die nahezu alle entsprechenden Buchstaben aus dem englischen Alphabet umfassen. Hingegen fehlt im Pinyin-Alphabet der Buchstabe „v“, dafür enthält es aber ein zusätzliches „ü“ (vgl. Lin et al. 2010: 1117). Pinyin fungiert als chinesisches phonetisches Alphabet und wird als Hilfswerkzeug zur Buchstabierung chinesischer Schriftzeichen einge-

setzt, jedoch nicht als eigenständige Schrift.⁴⁸ Es dient dazu, Schülerinnen die phonetische Aussprache der chinesischen Zeichen beizubringen und Hanzi auf der Tastatur einzugeben. Überdies ist das Chinesische eine sogenannte Tonsprache, bei der die Tonhöhe oder der Tonhöhenverlauf einzelner Silben zur Bedeutungsunterscheidung beiträgt. Eine Silbe kann vier Töne⁴⁹ annehmen, und diese werden in Pinyin durch Diakritika notiert (vgl. Dürscheid 2016a: 74; Günther 1988: 49; Ma 2022).

Als Letztes stelle ich vor, wie Schreiberinnen chinesische Schriftzeichen über WeChat verfassen. Im iOS-System beispielsweise stehen sieben digitale Tastaturen zur Verfügung, nämlich Pinyin nach QWERTY, Pinyin mit 10er-Tastatur, Pinyin nach AZERTY, Shuangpin, Handschrift, Pinselstrich und Wubi.⁵⁰ Davon sind die Pinyin-Input-Methoden, also Pinyin nach QWERTY und Pinyin mit 10er-Tastatur, die gebräuchlichsten. Zunächst gibt die Nutzerin das Pinyin auf der virtuellen Tastatur ein und anschließend erhält sie Vorschläge möglicher Schriftzeichen. Sobald das gewünschte Hanzi ausgewählt wurde, wird es automatisch in das Dokument oder den Texteditor eingefügt, sie braucht nicht manuell das Schriftzeichen zu kopieren und einzufügen. Wenn die Benutzerin mehrere Zeichen eingeben möchte, kann

48 Zur Latinisierung des Chinesischen prognostizierte Coulmas (1981: 105), „dass sich in China im Zuge der Alphabetisierung eine Situation der Digraphie einstellt, in der zwei Schriftsysteme nebeneinander verwendet werden“. Über vierzig Jahre nach dieser Prognose scheint sich keine solche Digraphie entwickelt zu haben. Auch ist Pinyin kein wirklich eigenständiges Schriftsystem, keine vollwertige Alphabetschrift. Dafür sprechen drei Punkte: Erstens ist Pinyin primär ein Hilfsmittel im Produzieren von Schriftzeichen und nicht das eigentliche Ziel menschlicher Schreibaktivitäten in der Alltagskommunikation, im Archivieren, im Verfassen von Büchern usw. Zweitens verfügt das chinesische Pinyin über keine Komplexe aus grammatischen Regeln, die in anderen Alphabetschriften, wie Deutsch und Englisch, aufgebaut wurden. Drittens bestehen trotz der Tonunterscheidung in Pinyin beträchtliche Homonymien. Pinyin als eigenständiges Schriftsystem zu verwenden würde sehr wahrscheinlich die Ambiguität des Chinesischen erhöhen. Dennoch, wenn wir Definitionen und Anwendungsbereiche der beiden Schriftsysteme in einem weiteren Sinne abgrenzen und klassifizieren, könnte es immer noch Raum für Diskussionen über Digraphie im Chinesischen geben.

49 Neben der Tonlosigkeit gibt es noch den Hochton, Steigton, Fall-Steig-Ton und Fallton im Chinesischen. Diese vier Töne nennt man auch den ersten, zweiten, dritten und vierten Ton (vgl. Dürscheid 2016a: 74, Ma 2022: 50).

50 Bei der Shuangpin-Eingabemethode tippt man jeweils zwei Buchstaben, um den Anlaut und den Auslaut eines chinesischen Schriftzeichens darzustellen. Bei Pinselstrich und Handschrift schreibt die Nutzerin das Hanzi mit einem Stift oder Finger auf dem Bildschirm. Wubi erfordert die Kenntnis der Positionen der Striche in einem Schriftzeichen, um es korrekt eingeben zu können.

sie einfach mit der Eingabe von Pinyin fortfahren, bis alle gewünschten Zeichen eingefügt wurden. Im Folgenden werden vier Screenshots für die zwei am häufigsten verwendeten Eingabemethoden abgebildet: Pinyin mit 10er-Tastatur und Pinyin mit QWERTY-Tastatur mit dem chinesischen Wort für „Schweiz“ als Beispiel.



Abb. 13: Pinyin mit 10er-Tastatur mit dem Beispiel „Schweiz“ auf Chinesisch
Abb. 14: Schriftzeichen mit 10er-Tastatur mit dem Beispiel „Schweiz“ auf Chinesisch



Abb. 15: Pinyin mit QWERTY-Tastatur mit dem Beispiel „Schweiz“ auf Chinesisch
Abb. 16: Schriftzeichen mit QWERTY-Tastatur mit dem Beispiel „Schweiz“ auf Chinesisch

Wie die Abbildungen 13 und 15 zeigen, tippt man das vollständige Pinyin des chinesischen Wortes für „Schweiz“ (rui shi, 瑞士), danach erscheinen automatisch einige Vorschläge: Die erste und zweite Mög-

lichkeit sind das korrekte chinesische Wort „瑞士“ (die Schweiz) und das Nationalflagge-Emoji, die anderen Vorschläge sind Wörter, deren phonetische Aussprache ähnlich der von „ruishi“ ist. In den Abbildungen 14 und 16 stehen die Möglichkeiten, nachdem die Nutzerin den passenden Vorschlag – „瑞士“ (die Schweiz) in diesem Fall – ausgewählt hat. Weitere bedeutungsrelevante Schriftzeichen oder Wörter werden automatisch angezeigt, der Reihe nach von links nach rechts bedeuten sie „von“, „importieren“, „Nationalflagge-Emoji“, „Armee-messer“, „Quarz“, „Bundesstaat“ in Abbildung 15 und „von“, „Deutsch“, „Nationalflagge-Emoji“, „importieren“, „Leute“, „Franken“ und „Armee-messer“ in Abbildung 16.

3.2.2 Deutsch

Für das Deutsche wird der phonographische⁵¹ Schrifttyp verwendet, bei dem „die Grundformen primär auf bedeutungsunterscheidende Elemente im Sprachsystem, d.h. Silben und Phoneme bezogen sind“ (Dürscheid 2016a: 70). Bei der phonographischen Typologie ist von einem „Rekodierungsprinzip“ zu sprechen, indem die Aussprache eines Wortes mit dessen Schreibung rekodiert werden kann (vgl. Busch/Stenschke 2014: 63).

Alle phonographischen Schriftsysteme sind kenematisch, dagegen sind die logographischen Schriftsysteme plerematisch. In Hjelmslev/Uldall (1974: 3) werden Kenemateme als „nicht mit Inhalt füllbare“ Einheiten der Ausdrucksform bezeichnet, während Pleremateme die „mit Inhalt füllbaren“ Einheiten der Inhaltsform sind. Kenematische Schriftsysteme sind in Phoneme oder Silben (bedeutungsdifferenzierende Einheiten) unterteilt; im Unterschied dazu werden in plerematischen Schriftsystemen Morpheme oder ganze Wörter als einzelne Zeichen kodiert (vgl. Büchi 2011:94; Glück/Rödel 2016: 331). Die kenematischen Schriftsysteme gliedern sich in die syllabischen (Silbenschrift) und die alphabetischen Schriftsysteme (Alphabetschrift). Zur Abgrenzung dieser zwei Schrifttypen ist die „dominante Bezugsgröße“ von besonderer Bedeutung. Bei der Silbenschrift dienen die

51 Phonogramme sind Lautzeichen, die „ausschließlich auf die lautliche Ebene des Sprachsystems bezogen sind“ (Dürscheid 2016a: 68). Dürscheid bezeichnet Aussprachebezeichnungen geschriebener Wörter (bspw. [fʊks] für „Fuchs“) als Phonogramm, die nur den lautlichen Ausdruck eines sprachlichen Zeichens, nicht die Inhaltseite repräsentieren. Der phonographische Schrifttyp ist als Schriftsystem zu verstehen, bei dem „die Grundformen primär auf Silben und Phoneme bezogen sind“ (Dürscheid 2016a: 70).

Silben als dominante Bezugsgröße, bei der Alphabetschrift das Phonem (Dürscheid 2016a: 70).

In den Alphabetschriften, beispielsweise im Deutschen, besteht ein unmittelbarer Zusammenhang zwischen den Graphemen und Phonemen, wobei „Segmente des Geschriebenen“ (Crystal 2010: 202; Eisenberg 2016: 68), also Grapheme, den Phonemen nach bestimmten Regeln zuzuordnen sind.⁵² Ein Graphem⁵³ oder eine Graphemfolge entspricht einem Phonem⁵⁴ oder einer Phonemfolge. Diese Zuordnungsregeln werden als Graphem-Phonem-Korrespondenz, kurz: GPK-Regeln, bezeichnet. Nach Eisenberg wird durch die GPK-Regeln festgestellt, „welches Segment des Geschriebenen einem bestimmten Phonem im Normalfall entspricht“ (Eisenberg 2016: 68).

Die GPK-Regeln stellen die Beziehung zwischen den Graphemen / der Graphemfolge und den Phonemen / der Phonemfolge nicht unter allen Umständen dar, sondern sie gelten für die „Normalschreibung“ (Eisenberg 2016: 69), den „Normalfall“ (Dürscheid 2016a: 136). Beispielsweise passen die GPK-Regeln für Eigennamen und Fremdwörter nicht vollständig. Außerdem vertritt Eisenberg (2016: 70) den Standpunkt, das deutsche Sprachsystem sei ein Mischsystem, weswegen sich die GPK-Regeln insbesondere auf den „alphabetischen Anteil der Schreibungen des Deutschen“ auswirkten. Die GPK-Regeln funktionieren im Chinesischen nicht: „Da die chinesische Schrift eine Zeichenschrift ist, sind mit Hilfe der Zeichen selbst keine Aussagen zu den Laut-Buchstaben-Beziehungen abzuleiten“ (Hunold 2005: 14).

52 Die *Cambridge-Enzyklopädie der Sprache* erwähnt auch, dass in Silbenschrift grundsätzlich jedes Graphem entsprechend der lautlichen Silbe ein „Konsonanten-Vokal-Paar“ beinhalte (Crystal 2010: 201). Daneben umfassen die alphabetischen Systeme die syllabischen, konsonantischen und vollständigen Alphabete. Das deutsche Alphabet wird als vollständig betrachtet, während das arabische als konsonantisch gilt (vgl. Büchi 2011: 95).

53 Günther (1988: 77) definiert das Graphem als „die kleinste bedeutungsunterscheidende Einheit des Schriftsystems einer Sprache“. Ein Graphem setzt sich aus einem oder mehreren Graphen zusammen; der Graph ist ein „einzelner, schriftlich realisierter Buchstabe, dessen Zugehörigkeit zu einem bestimmten Graphem noch nicht festgestellt ist“ (Bußmann 2008: 246).

54 Phoneme „entstehen aus dem Zusammenspiel von Atemluft, Kehlkopf, aktiven und passiven Artikulatoren, verschiedenen Resonanzräumen und dem Gehirn“ (Busch/Stenschke 2014: 39). Im Gegensatz zum Graphem handelt es sich beim Phonem um „das kleinste bedeutungsdifferenzierende Segment“ (Meibauer 2015: 81) der gesprochenen Sprache.

Verwendung von Bildzeichen in WeChat und WhatsApp

4.1 Bildzeichen im chinesischen und deutschen Kontext

Graphische Kommunikationsmittel wie Emoticons, Emojis, Sticker, GIFs, Memes oder Videos erfreuen sich in der alltäglichen Interaktion zunehmender Beliebtheit, so dass sie die Aufmerksamkeit der Presse und wissenschaftlicher Kreise erregen. Ein Interesse an Bildzeichen zeigt sich auch in der immer größeren Resonanz des jährlichen World Emoji Day⁵⁵ und im hohen Besucheraufkommen auf Emojipedia,⁵⁶ einer Online-Enzyklopädie mit Angabe der Namen und Bedeutung von Emojis, ihres Unicode, ihrer Klassifikation und der Betriebssysteme, auf denen bestimmte Emojis verfügbar sind.

In den sich rasch entwickelnden digitalen Kommunikationsangeboten geht der menschliche Kontakt über reine Textnachrichten hinaus. Das Bildliche durchdringt das Alltagsleben von der persönlichen Kommunikation über gemeinnützige und kommerzielle Werbungen bis zu politischen Kampagnen. Die Abbildungen 17 bis 21 zeigen fünf Screenshots mit bildlichen Ressourcen in verschiedenen situativen Verwendungen:

55 Der World Emoji Day ist ein seit 2015 jährlicher inoffizieller Feiertag am 17. Juli, der mit einer Emoji-Veranstaltung und Produktveröffentlichungen gefeiert wird. Offizielle Website: <https://worldemojiday.com/> (letzter Zugriff am 21.04.2023).

56 Siehe <https://emojipedia.org/> (letzter Zugriff am 24.04.2023).



Abb. 17: Endangered Emojis des WWF⁵⁷

Abb. 18: Screenshot einer Abschlussfeier mit Emojis in der Corona-Krise⁵⁸

Abb. 19: Bildzeichen zur AfD⁵⁹

Abb. 20: Emoji zum Brexit⁶⁰

Abb. 21: Abstimmungsposter in der Schweiz 2022⁶¹

Graphische Kommunikationsmittel in digitalen Interaktionen werden in neueren linguistischen Arbeiten aus verschiedenen Perspektiven

57 Siehe <https://twitter.com/WWF/status/598029545627844608> (letzter Zugriff am 15.04.2023).

58 Dieses Bild ist ein Screenshot eines beliebten Videospiels, welches durch das Bewegen und Tippen von Emojis in der „Notizen“-Funktion auf einem Apple-Handy realisiert wird. Das Spiel wurde während des Corona-Lockdowns im März 2020 von chinesischen Studentinnen erstellt und ist im Internet weit verbreitet. Mit diesem Spiel wurde die Abschlussfeier vor Ort in der Lockdown-Zeit ersetzt. Der große schwarze Titel bedeutet „Abschlussfeier 2020 der Wuhan-Universität“. Das <🌸>-Emoji stellt in diesem Fall eine Kirschblüte dar, ein bekanntes Symbol der Wuhan-Universität, auf deren Campus zahlreiche schöne Kirschbäume wachsen. Das <🎓>-Emoji steht für die Absolventinnen, die Diploma von der Universität erhalten haben und an der Abschlussfeier teilnehmen; <👩> stellt eine Rektorin dar, die allen Absolventinnen persönlich das Abschlusszeugnis auf der Bühne überreicht, allen die Hand schüttelt und bei der Abschlussfeier Fotos mit den Absolventinnen macht. Emojis wie <🌸>, <❤>, <👩> dienen als virtuelle Dekorationen der Abschlussfeier. Absolventinnen werden als Emojis mit verschiedenen Frisuren, Geschlechtern und Hautfarben in diesem Spiel präsentiert.

59 Siehe <https://www.pinterest.ch/pin/3043444887314724992/?lp=true> (letzter Zugriff am 10.04.2023).

60 Eine Illustration mit Emojis über den Brexit von Marco Ammannati in Twitter, siehe <https://twitter.com/marcoammannati/status/746337860589060096> (letzter Zugriff am 23.04.2023).

61 Siehe Siegrist (2022), Blogartikel des Bauernverbands Aargau.

untersucht. Zu den repräsentativen Bezeichnungen gehört der von Herring/Dainas (2017) aufgestellte Begriff „graphicons“, eine Mischung aus „graphic“ und „icon“. Sie verwenden „Graphicons“ als Oberbegriff für Emoticons, Emojis, Smileys, GIFs, Bilder, Sticker und Videos. Siebenhaar (2018a: 307) verwendet in seinen Untersuchungen den Ausdruck „Bildzeichen“ als ein Hyperonym für „sämtliche graphostilistische[] Zeichen“. Siever (2015: 281) bringt den Terminus „ikonographetische Kommunikate“ für die „Schrift- und Bildzeichen enthaltenden Kommunikate“ ein, bei dem „ikono“ auf die ikonischen oder symbolischen Bildzeichen und „graphetisch“ generell auf Schriftzeichen verweist. Yus (2019: 106) prägt den Begriff „image macro meme“ für bestimmte Memes, „made up of a line or two of text on top of the meme, line(s) of text at the bottom, and one picture in the middle“. Arens (2019: 11) stimmt in ihrer Studie mit Yus überein, dass „Bild-Makros“ eine Sorte von Internet-Memes seien und „einem Bild wie einer Zeichnung oder einer Fotografie, das in Kombination mit (mindestens) einem Schrifttext auf einer gemeinsamen Sehfläche angelegt wird“, entsprächen.

Im Chinesischen werden Emojis und Emoticons als „Biaoqing fuhao“ (表情符号, Pinyin: biǎo qíng fú hào) bezeichnet, wobei „biao qing“ für „Gefühlsausdruck“ und „fu hao“ für „Zeichen“ stehen. Sticker werden im Alltagsleben „Biaoqingbao“ (表情包, Pinyin: biǎo qíng bāo) genannt, was wörtlich übersetzt „Gefühlsausdruck-Set“ bedeutet. Als Oberbegriff kann die Bezeichnung „Biaoqing“ (表情, Pinyin: biǎo qíng), auf Deutsch Gefühlsausdruck, für alle graphischen Kommunikationsmittel im chinesischen WeChat gelten. De Seta (2018) zufolge ist Biaoqing (表情, Pinyin: biǎo qíng) ein allgemeiner Begriff für graphische Kommunikationsmittel, zu denen auch GIFs und zugeschnittene oder bearbeitete Screenshots gehörten, die Chinesinnen in der WeChat-Kommunikation verschicken.

In Anlehnung an Siebenhaar (2018a) verwende ich im vorliegenden Beitrag die Bezeichnung „Bildzeichen“ als Oberbegriff für graphische Elemente, die in Messenger-Diensten zum Einsatz kommen, insbesondere Emojis, Emoticons, animierte und nicht-animierte Sticker (einschließlich GIFs). Dabei ist „Bildzeichen“ als deutsche Übersetzung des chinesischen Ausdrucks Biaoqing (表情, Pinyin: biǎo qíng) zu verstehen.

An dieser Stelle möchte ich zunächst einen Überblick über die linguistischen Untersuchungen zum allgemeinen Einsatz von Bildzei-

chen in WeChat und WhatsApp geben und anschließend die akademischen Befunde aus diversen Blickwinkeln präsentieren. Laut einer Studie der Universitätsmedien von China Youth Daily Ende 2021 nutzten 87,41% der 4.351 Interviewerinnen häufig Bildzeichen, wenn sie Nachrichten über WeChat versenden. Dagegen setzen 10,25% der Befragten Bildzeichen nur gelegentlich, 1,79% selten und 0,55% überhaupt nicht in ihrer WeChat-Kommunikation. Mehr als 60% der Studentinnen halten Bildzeichen für einen unverzichtbaren Bestandteil beim WeChat-Schreiben. „Kommunikation ohne Bildzeichen ist ohne Seele“ (Luo et al. 2021), so eine Aussage einer Befragten. Zwei bemerkenswerte Untersuchungen zum Gebrauch von Emojis und Stickern in WeChat stammen von Yu und Zhang. Yu/Zhang (2019) analysierten 50.526 Nachrichten in zwölf WeChat-Gruppen an einer Universität und extrahierten folgende Daten: In allen Gruppen zusammen wurden in 21.836 Nachrichten (43,2% des Gesamtkorpus) von WeChat definierte und angebotene Emojis benutzt. Von den insgesamt 1.506 Schreiberinnen verwendeten 1.150 Personen (76,4%) Bildzeichen. Überdies erfassten Zhang/Yu (2021) die Präferenzen der Sticker-Nutzerinnen und identifizierten die 100 am häufigsten gebrauchten Sticker aus 325 Sticker-Serien (insgesamt 7.608 Sticker). Neu an ihren Ergebnissen ist u.a., dass die Präferenzen der Schreiberinnen für die meisten Sticker nicht über einen längeren Zeitraum anhalten, so dass lediglich etwa 10% der Sticker über einen Zeitraum von mehr als 100 Tagen verwendet wurden. Im gesamten Datensatz zeigen 58,15% der Sticker Tierfiguren und 22,77% repräsentieren Personen. Ferner sind 7,08% der Sticker rein textbasiert und 73,09% enthalten Textelemente. Bezüglich der Sticker-Bezeichnungen findet sich „Haha“ im Titel der meisten (circa 80%) der verwendeten Sticker. Die Ränge zwei bis fünf der beliebtesten Sticker belegen solche mit den Bezeichnungen „Danke“, „Gute Nacht“, „Freude“ und „Roter Umschlag“.

Im Kontext der deutschen Kommunikationslandschaft hebt Bitkom anlässlich des World Emoji Day 2022 erneut hervor: „Kaum eine Nachricht kommt ohne Emoji aus“. Eine Bitkom-Studie unter 1.004 Internetnutzerinnen ab 16 Jahren zeigt, dass 74% der Deutschen sogenannte „bunte Symbole“ in ihrer Kommunikation verwenden. Dabei setzen 77% der Teilnehmerinnen Emojis beim Verfassen ein und 42% der Umfragebeteiligten reagieren häufig lediglich mit Emo-

jis.⁶² Christa Dürscheid unterstreicht die gegenwärtige Bedeutung von Emojis und stellt fest: „Emojis sind überall – zumindest überall da, wo sich Menschen mit Bekannten, Freund[innen], in der Familie in Messengerdiensten wie WhatsApp-Chats austauschen“ (Dürscheid 2020a: 62).⁶³

Die gegenwärtige linguistische Forschung zu Bildzeichen ist vielfältig. Fladrich/Imo (2020) führten eine Studie zur Geschlechterstatistik über den Emoji-Gebrauch in der WhatsApp-Kommunikation durch. Hierfür wurden insgesamt 238 Chats zwischen 16- bis 30-Jährigen in der Datenbank MoCoDa2 ausgewertet. Die Verwendungsfrequenz von Emojis in Chats männlicher, weiblicher sowie gemischtgeschlechtlicher Schreibender wurde quantitativ erfasst. Zusätzlich wurde der Emoji-Einsatz in reinen Männer- und Frauenchats anhand fester sozialer Parameter in den gleichen Aktivitäten (z.B. „Absage von einem Treffen wegen Krankheit“) analysiert. Das Werk von Beißwenger/Pappert (2019b) „Handeln mit Emojis“ widmet sich der pragmatischen Interpretation von Emojis in der schriftlichen digitalen Kommunikation. Es handelt sich hierbei um eine ausführliche qualitative Untersuchung, welche sich mit den Rahmenbedingungen des Emojigebrauchs, semiotischen Qualitäten, pragmatischen Potenzialen sowie Funktionen von Emojis in der internetbasierten Interaktion beschäftigt. Im Anschluss setzen sich Beißwenger/Pappert (2020) mit der Verwendung von Bildzeichen im alltäglichen Smalltalk mittels WhatsApp auseinander. Sie erörtern die fünf pragmatischen, deskriptiven Rahmen des Emoji-Gebrauchs, welche bei der „Herstellung von Sinn und sozialem Verstehen“ (Beißwenger/Pappert 2020: 91) die schriftbasierte digitale Interaktion beeinflussen. Szurawitzki (2016) wiederum diskutiert kulturspezifische Emojis auf der Grundlage repräsentativer finnischer Emojis und liefert einen Ausblick auf die mögliche Entwicklung einer „Emojisierung“ und deren Darstellung in Emoji-Form verschiedener Länder, Völker oder Gruppen. Siebenhaar (2018b) erforscht Emoticons, Smileys und Emojis in Chats aus der

62 Siehe <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/World-Emoji-Day-2022> (letzter Zugriff am 03.05.2023). Dass kaum noch eine Nachricht ohne Emoji auskommt, hat Bitkom in seiner Studie im Mai 2018 zum ersten Mal vermerkt; siehe <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Kaum-eine-Textnachricht-kommt-noch-ohne-Emoji-aus.html> (letzter Zugriff am 03.05.2023).

63 Eine ältere Studie über Nutzungsgewohnheiten bezüglich Emoticons und Emojis in der digitalen Schriftkommunikation in Deutschland findet sich in Schlobinski/Siever (2018).

Perspektive des Sprachwandels mittels quantitativer IRC-Chat- und WhatsApp-Daten aus einem Zeitraum von 13 Jahren. Dabei wurde einerseits die Anzahl der Bildzeichen in schriftlichen Nachrichten zwischen 2002 und 2014 analysiert; andererseits betrachtete Siebenhaar die Anzahl der Bildzeichen in den WhatsApp-Daten des Jahres 2014 nach Altersgruppen und wertete die Veränderung der Bildzeichen-Verwendung im Chat im betreffenden Zeitraum aus. Osterroth (2020) untersucht Internet-Memes als multimodale Sprechakte mit Beispielen aus Twitter-Kommentaren von Donald Trump. Eine neue Studie von Anfang 2022 stammt von Kutsuzawa et al. (2022), in ihr bewerteten 1082 Personen 74 Gesichts-Emojis. Anhand dieser Betrachtungen wurden die Emojis nach Valenz- und Erregungs-Achsen klassifiziert und die Beziehungen zwischen Emojis und den zugehörigen Gefühlszuständen untersucht. Möhrs (2021) thematisiert den Verwendungswandel von Emojis und Sprache in den sozialen Medien während der Pandemie. Gu (2022) untersucht Wiederholungen von Emojis im Material der Datenbank MoCoDa 2 und erörtert die Erscheinungsweisen und funktionalen Gefüge solcher iterierten und simultan präsenten Emojis im WhatsApp-Schreiben.

An den Funktionen der Bildzeichen in der schriftlichen Kommunikation orientieren sich mehrere Forscherinnen. Die repräsentative quantitative Untersuchung von Herring/Dainas (2017) sticht dabei heraus, da hier die sechs Hauptfunktionen der Graphicons, nämlich „mention, reaction, riff, tone modification, action, and narrative sequence“, und deren Frequenz in den Kategorien Emoji, Emoticon, Image, Sticker, Video sowie GIF in Facebook-Kommentaren betrachtet werden. Nach Herring/Dainas lautet die Frequenzreihenfolge der Graphicons in den Facebook-Kommentaren (vom häufigsten zum seltensten) Reaction > Tone > Mention > Riff > Action > Sequence. Dainas/Herring (2021) befassen sich ebenfalls mit der Taxonomie pragmatischer Funktionen von Beispielen für die Verwendung von Emojis im Diskurskontext. Ziel der systematischen Forschung ist es, einen Vergleich zwischen semantischen und pragmatischen Funktionen von Emojis in der digitalen Kommunikation zu ermöglichen. Dürscheid/Siever (2017) unterscheiden drei Hauptkategorien von Emojis, nämlich Emojis als Teil der Proposition, als Ergänzung der Proposition sowie als Grenzsignale. Pappert (2017) fasst die bisherigen Forschungsergebnisse zu den Funktionen von Emoticons und Emojis zusammen und erforscht empirisch neue Funktionstypen in der

WhatsApp-Kommunikation, nämlich Rahmung, Ökonomisierung, Beziehungsgestaltung, Modalisierung, Kommentierung, Strukturierung, Darstellung, ludische Bedeutung und Ausschmückung. Weiter kommen Li/Yang (2018) in ihrer Beobachtung von Emojis-Funktionen in der internetbasierten Kommunikation, insbesondere in WeChat, zu dem Ergebnis, dass Emojis weitgehend als Indikatoren für Emotionen und als Instrumente der Interaktion eingesetzt werden. Acht funktionale Kategorien haben sie zusammengefasst, darunter Attitude/emotion signal; Attitude/emotion intensity enhancer; Illocutionary force modifier; Humor; Irony; Turn taking/giving; Backchannel device.

Mit deutschen und chinesischen Bildzeichen setzten sich repräsentativ Wu/Trautsch (2015), Zhang (2017) und Li (2017) auseinander. Wu/Trautsch (2015) betrachten die Beziehung zwischen Zeichen und Objekten unter Rücksicht auf zeichentheoretische Grundlagen und psychologische Mimikforschung in chinesischen und deutschen Kulturräumen. Zhang (2017) führte eine vergleichende Analyse der Frequenz und Verteilung von Emoticons im deutschen Twitter und im chinesischen Sina-Weibo⁶⁴ durch. Sie stellte fest, dass Sina-Weibo insgesamt eine stärkere Affinität zu bildlichen Darstellungen aufweist als Twitter (Zhang 2017: 38) und dass die chinesische Sprache und Kultur im Vergleich zu Deutschland eine ausgeprägtere visuelle Orientierung besitzen. Li (2017) widmet sich in ihrer Dissertation den Funktionen und der Verwendung von Emoticons in der Online-Kommunikation chinesischer und deutscher Studentinnen.

Weitere relevante Forschungsarbeiten befassen sich mit dem Gebrauch von Emojis und Emoticons, darunter Rac (2014), Imo (2015b), Danesi (2017), Ge/Herring (2018), Siebenhaar (2018a), Hougaard/Rathje (2018), Beißwenger/Pappert (2019a, 2019c), Bessing (2019), Dürscheid/Meletis (2019), Dürscheid (2018d, 2020a, 2020b) und eine Reihe von Herring und ihren Kolleginnen wie Herring/Dainas (2018), Ge/Herring (2018), Herring/Dainas (2020) und Herring/Ge (2020). Beiträge über Animojis stammen ebenfalls von Herring et al. (2020a, 2020b, 2020c). Studien speziell zur Sticker-Verwendung in der schriftlichen Kommunikation sind Tang/Hew (2018, 2019), Al Zidjaly (2022), Konrad/Herring/Choi (2020), Kohout (2022) und Zhang et al. (2022).

64 Weibo ist der größte chinesische Mikroblogging-Dienst, dessen Funktionen ähnlich denen von Twitter sind.

Insgesamt beschränken sich die gegenwärtigen linguistischen Forschungen im deutschen Sprachraum auf die Verwendung von Emojis in sozialen Netzwerken und Messenger-Diensten. Die Interaktion mit Stickern, GIFs sowie Animojis im digitalen Schreiben wurde bisher nur unzureichend betrachtet. Generell dauert es einige Zeit, bis kommunikative Phänomene, die noch nicht weit verbreitet sind oder sich in einer frühen Entwicklungsphase befinden, akademisch untersucht werden. Dies trifft ebenfalls auf Sticker zu, da diese in schriftlichen Interaktionen eine kürzere Historie aufweisen als Emojis oder Emoticons. Das führt naturgemäß zu weniger verfügbaren Daten. Zudem besteht eine zeitliche Verzögerung zwischen der Alltagskommunikation und der Aufnahme von Daten aus derselben in entsprechende Datenbanken. Auch sind Sticker mitunter aufgrund des Datenschutzes oder technischer Restriktionen der Datenbank nicht für die Forschung verfügbar. Beispielsweise sind Sticker in der MoCoDa 2 nicht in Originalform erfasst, sondern werden durch ☺☺ und eine kurze Nutzervorstellung angezeigt. Inwieweit die Forschung zu Bildzeichen in der Messenger-Kommunikation durch Dialogmaterial beeinträchtigt wird, welches keine vollständigen Fotos oder Sticker enthält, ist kein Analyseschwerpunkt dieser Arbeit. Diese Dissertation geht das Problem der spärlichen Untersuchungsergebnisse zur Verwendung von Stickern in der Messenger-Kommunikation an. Zudem existieren bislang nur wenige kontrastive Studien zum deutschen und chinesischen Gebrauch von Bildzeichen im digitalen Schreiben. Daher soll die vorliegende Arbeit dazu beitragen, diese Forschungslücke im linguistischen Bereich zu schließen.

4.2 Emoticons

Das Wort Emoticon setzt sich aus „emotion“ und „icon“ zusammen. Das Emoticon wurde von Scott E. Fahlman im Jahre 1982 erfunden (vgl. Kennedy 2012). Ursprünglich dienten Emoticons als ein Mittel, um darauf hinzuweisen, ob etwas ein Scherz war (oder nicht) in Nachrichten, die in einem Informatik-Diskussionsforum veröffentlicht wurden (vgl. Dresner/Herring (2010: 249). Auf der Zeichenebene sind Emoticons

„Kombinationen aus Interpunktions-, Sonder- und Buchstabenzeichen, die mit den Mitteln der Standard-Tastatur erzeugt werden und die als typisierte Nachbildungen von Gesichtsausdrücken gelesen

werden – vorausgesetzt, man kennt die Abbildtechnik, die erforderlich ist, um die Zeichenfolge als Nachbildung eines Gesichtsausdrucks zu deuten“ (Beißwenger 2015: 38).

Die Gestaltung von Emoticons variiert zwischen westlichen und östlichen Kulturen. Westliche Emoticons bestehen aus ASCII-Zeichen und deuten als Gesicht vertikal nach rechts,⁶⁵ während japanische Emoticons üblicherweise eine frontale Darstellung bevorzugen (vgl. Beißwenger 2015: 40; Rac 2014: 12). Beispielsweise hat das Emoticon für Freude im westlichen Kommunikationskreis häufig die Form :), wohingegen in Ostasien die Form (^_^) üblich ist.

Das lächelnde Gesicht :) ist das traditionsreichste und am meisten verbreitete Emoticon; es wird bereits lange in der internetbasierten Kommunikation eingesetzt, insbesondere „in stark internetbasierten schriftlichen Kommunikationsformen: Chat, Twitter, E-Mail, SMS“ (Imo 2015b: 134). Die weitverbreitete Nutzung unterschiedlicher Emoticons im Internet verdeutlicht, dass die Kommunikationsbeteiligten mehr als nur ein Lächeln ausdrücken wollen. Ihre Kreativität führte im Laufe der Zeit zu komplexeren Tastaturspielereien und der Entstehung neuer Gesichtsausdrücke durch Variationen der traditionellen Smileys. So drückt :-))) eine verstärkte Emotion aus; :-\ steht für ein zögerliches Gesicht; *<|:-) repräsentiert den Weihnachtsmann; <3 steht für ein Herz und @}->- stellt eine Rose dar (vgl. Riordan 2017: 75).

Deutschsprachige Interfaces auf Mobilgeräten beinhalten normalerweise keine spezielle Taste für Emoticons. Wenn eine Schreiberin Emoticons wie :/ oder :p usw. setzen möchte, muss sie deren Komponenten einzeln eingeben. Interessanterweise konvertiert die Web-Version von WhatsApp die Emoticons :) und :-) automatisch in das Emoji <😊>. Im Gegensatz dazu weist die chinesische Handy-Tastatur eine spezielle Taste für Emoticons auf, wodurch den Schreiberinnen verschiedene asiatische Emoticons zur Verfügung stehen (siehe Abbildung 22). Überdies ermöglichen verschiedene Eingabemethoden, wie die beliebte chinesische Tastatur Sougou, die Erstellung zusätzlicher Emoticons in WeChat, wie in der Abbildung 23 gezeigt. Die in diesen Eingabemethoden integrierten Emoticons sind komplexer und

65 ASCII ist die Abkürzung für „American Standard Code for Information Interchange“ und dient zur Festlegung der „Bitkodierung für Buchstaben, Satzzeichen und Steuerinformationen zu ihrer Ein- und Ausgabe“ (Grimm/Delfmann 2017: 176).

ausdrucksstärker, z.B. w(º ¤ º)w (überrascht), ¸ (♣ º ¤ º) / (ok, sehr froh), (º º º º º) º º (super), Σ(º ¤ º |||) | (sprachlos), ¸ (*'Q'*) / ~ º º º (schläfrig). Solche Emoticons werden auch als Kaomoji⁶⁶ bezeichnet, wobei „Kao“ für Gesicht und „moji“ für Zeichen steht.⁶⁷

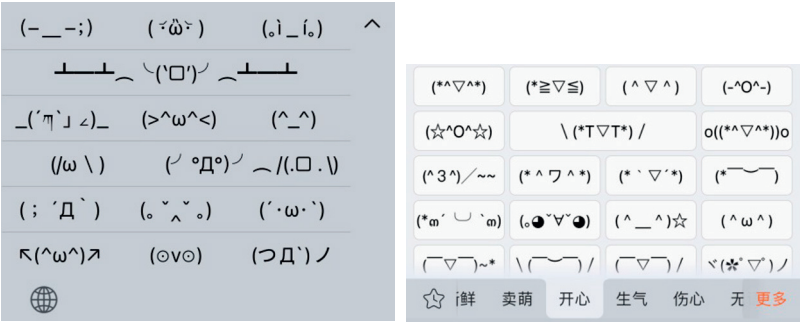


Abb. 22: Emoticon-Eingabe im iOS-System

Abb. 23: Emoticons auf der Tastatur von Sougou

4.3 Emojis

4.3.1 Definition

Der Begriff „Emoji“ leitet sich aus zwei japanischen Wörtern ab: „e“ 絵, welches „Bild“ bedeutet; und „Moji“ 文字, das für „Buchstabe“ oder „Schriftzeichen“ steht. 1999 erfand der Interface-Designer Shigetaka Kurita diese Bildzeichen für das von NTT DoCoMo entwickelte mobile Internetsystem, das Nachrichten auf lediglich 250 Zeichen beschränkte. Um den begrenzten Raum für die Kommunikation von Inhalten effizienter zu nutzen, entwarf Kurita 176 Bilder im 12-Pixel-zu-12-Pixel-Format. Darunter waren öffentliche Zeichen, Wettersymbole und diverse Gesichtsausdrücke wie Freude, Wut, Trauer, Überraschung und Verwirrung. Sie gelten als Grundlage für alle heutigen Emojis (vgl. Kageyama 2017). Beißwenger/Pappert (2020: 97) definieren Emojis als Zeichen, „die Gesichtsausdrücke, Körpergesten, Tiere, Objekte, Symbole, Landschaften u.a. abbilden“. Dürscheid/Siever (2017)

66 Ausführlich zu Kaomojis: <http://kaomoji.ru/en/> (letzter Zugriff am 23.04.2023).
67 Siever (2015: 483) sieht Kaomojis als „Bezeichnung für japanische Emoticons, die nicht wie in der westlichen Welt um 90 Grad gedreht werden“ an. Diese Definition ist jedoch nicht ganz präzise. Kaomojis weisen eine höhere Komplexität als klassische westliche Emoticons auf, da sie häufig Sonder- oder alphabetische Zeichen enthalten. Zudem ist die Anzahl der verwendeten Zeichen von Kaomojis tendenziell größer als bei Emoticons.

beschreiben Emojis als „in der digitalen Kommunikation verwendete, im Unicode gelistete Zeichen, deren Gestalt, anders als bei Kombinationen aus herkömmlichen ASCII-Zeichen der Fall, nicht beliebig veränderbar ist“.

An dieser Stelle muss ich noch kurz auf Unicode eingehen. Unicode ist ein internationaler Standard, in dem Zeichen unabhängig von Plattform, Betriebsprogramm, Sprache und Land kodiert werden können. Das Unicode-Konsortium regelt eine weltweit einheitliche Kodierung für Emojis und gewährleistet eine grundsätzlich barrierefreie Kommunikation mit Emojis zwischen verschiedenen Plattformen und Betriebssystemen. Es existieren verschiedene Emoji-Versionen mit demselben Unicode in verschiedenen Applikationen. Beispielsweise werden Emojis, die von den Nutzerinnen über das iOS-System versendet werden, mit einem Unicode kodiert und in einer Android-Form auf dem Empfängerin-Bildschirm angezeigt.⁶⁸ Erstmals wurden Emojis in Unicode 6.0 im Oktober 2010 unterstützt, was als Meilenstein für die universelle, weltweite Verwendung von Emojis gilt. Zuvor waren einige Zeichen bereits in Unicode 5.1 (wie <★>) und 5.2 (wie <🚩>, <🏊>, <🏠>) als Vorgängerin der Emojis inbegriffen. Jene wurden in spätere Emoji-Versionen übernommen und seither kontinuierlich aktualisiert. Die aktuellste Emoji-Version 15.0 wurde im September 2022 veröffentlicht, wobei das Unicode-Konsortium bereits 31 neue Emoji-Varianten zur Umsetzung festgelegt hat (Stand 31.12.2022).⁶⁹ Emojis erfreuen sich zunehmender Beliebtheit bei den Nutzerinnen. Laut der offiziellen Studie des Unicode-Konsortiums verwenden 92% der weltweiten Internet-Nutzerinnen Emojis in ihrer Kommunikation.⁷⁰

4.3.2 Nutzungsweisen in WeChat

In WeChat wird für dieses System eine spezifische Auswahl an Emojis verwendet, wie in Abbildung 24 und 25 gezeigt. Anders als die Unicode-Emojis in Betriebssystemen wie iOS werden sie nicht vom

68 Die originale Definition auf Englisch findet sich auf der offiziellen Webseite von Unicode: <https://unicode.org/standard/WhatIsUnicode.html> (letzter Zugriff am 29.04.2023).

69 Detaillierte Informationen finden sich auf emojipedia.org und der offiziellen Website von Unicode <https://unicode.org/emoji/charts-15.0/emoji-released.html> (letzter Zugriff am 29.04.2023).

70 Siehe <https://home.unicode.org/emoji/emoji-frequency/> (letzter Zugriff am 29.04.2023).

System zur Verwendung vorgeschlagen, wenn die Schreiberin entsprechende Stichwörter eingibt. Die Nutzerin muss den Emojis-Reiter von WeChat manuell öffnen und das gewünschte Emoji eigenständig auswählen, um es dem Gegenüber zu senden. Die folgenden zwei Abbildungen präsentieren sämtliche in WeChat verfügbare Emojis (Stand: Version 8.0.29, November 2022):

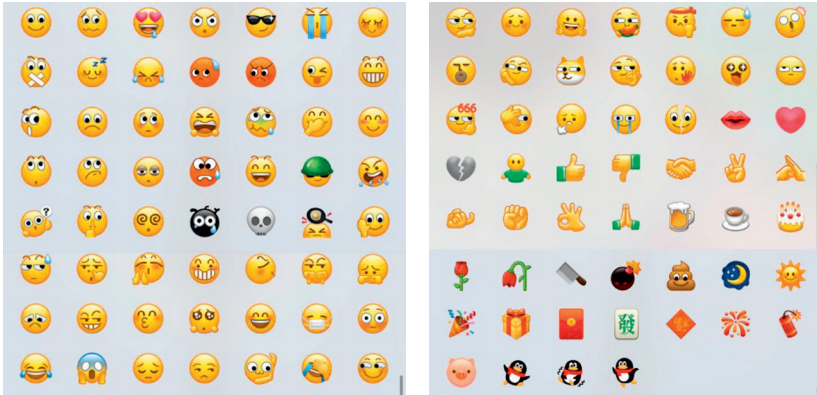


Abb. 24: Emojis-Tastatur in WeChat

Abb. 25: Emojis-Tastatur in WeChat

Bemerkenswert ist, dass nicht alle von WeChat angebotenen Emojis dem Unicode angehören. Emojis wie <😬>, <😏>, <🤡>, <😭>, <😞> usw. stehen im Unicode und können sowohl in der Emoji-Liste von WeChat als auch in den vom mobilen Betriebssystem bereitgestellten Emojis gefunden werden. Alle anderen vom Betriebssystem angebotenen Unicode-Emojis können während der Interaktion in WeChat verwendet werden. Ihre Nutzungsweise ist genauso wie in WhatsApp, welche im Folgenden dargestellt wird. Jedoch sind einige Emojis, wie <🧨>, <🧨>, <🧨>, <🧨>, <🧨> usw., spezifisch für die WeChat-Plattform definiert und nicht Teil des Unicode-Standards. Diese können demnach nur innerhalb von WeChat verwendet und von anderen Plattformen nicht identifiziert werden. Zudem werden WeChat-Emojis nicht laut Stichwörtern vom Eingabesystem vorgeschlagen; stattdessen kann die Schreiberin sie ausschließlich über das Emoji-Interface auswählen.

Derzeit sind zwei sehr interessante Phänomene in WeChat zu beobachten. Das erste wird als „Emoji-Regen“ (表情雨, Pinyin: biǎo qíng yǔ) bezeichnet. Dabei erscheinen zahlreiche Emojis, die schein-

bar von oben nach unten auf dem Chat-Interface fallen, sobald im Chat die entsprechenden Stichwörter eingegeben werden. In Abbildung 26 fallen beispielsweise mehrere Exemplare des Emojis <🎂> herab, nachdem eine Schreiberin das chinesische Äquivalent für „Herzlichen Glückwunsch zum Geburtstag“ (生日快乐, Pinyin: shēng rì kuài lè) getippt hat. In Abbildung 27 tauchen Kuss-Emojis auf, wenn das Stichwort „么么哒“ (Küsschen, Pinyin: me me dā;) eingegeben wird.

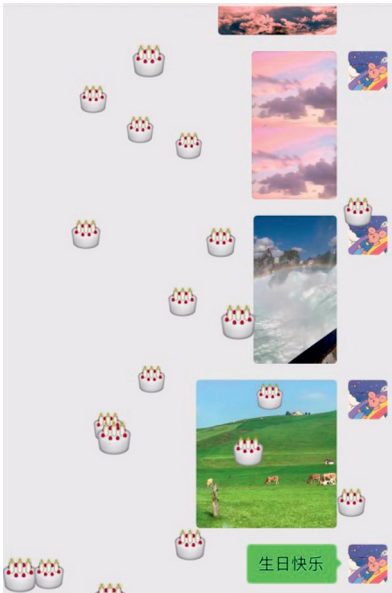


Abb. 26: Emoji-Regen auf dem Chat-Interface in WeChat – Geburtstagstorte-Emoji

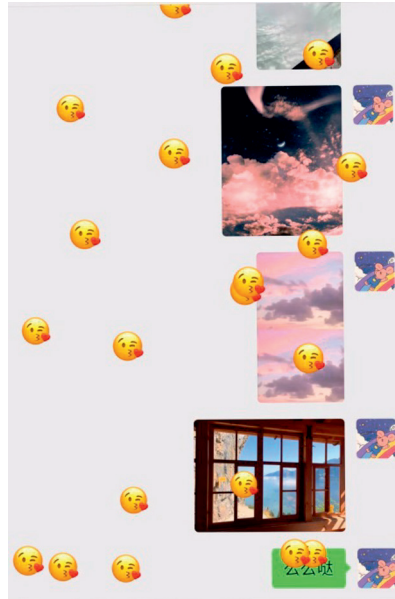


Abb. 27: Emoji-Regen auf dem Chat-Interface in WeChat – Kuss-Emoji

Das zweite Phänomen ist als „Emoji-Bombe“ (表情炸弹, biǎo qíng zhà dàn) bekannt. Wenn ein bestimmtes Emoji als eigenständige Nachricht versendet wird, „explodiert“ es visuell auf dem Bildschirm. Die folgenden zwei Abbildungen illustrieren dieses Phänomen anhand der Emojis <💣> und <💩> sowie <💣>:

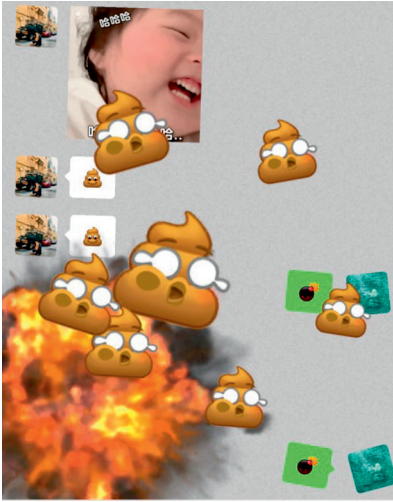


Abb. 28: Emoji-Bombe auf dem Chat-Interface in WeChat – Bombe und Scheiße-Emoji

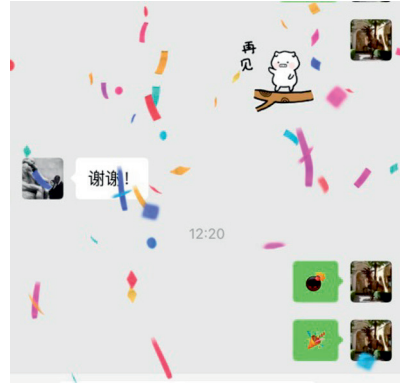


Abb. 29: Emoji-Bombe auf dem Chat-Interface in WeChat – Konfettibombe-Emoji

4.3.3 Nutzungsweisen in WhatsApp

WhatsApp verfügt über sein eigenes Emoji-Design, das in all seinen Applikationen für Android und die Web-Version implementiert ist. Nutzerinnen der Apple-Version können hingegen lediglich die vom iOS-Betriebssystem bereitgestellten Emojis verwenden.⁷¹ Die Emojis sind auf der Handy-Tastatur verschiedenen Kategorien zugeordnet, um den Schreiberinnen die Auswahl von kontextbezogenen Emojis zu erleichtern. Die Emojis in Abbildung 30 gehören zur Kategorie „Essen & Trinken“.⁷²

71 Siehe Ausführung in Emojipedia, online unter: <https://emojipedia.org/whatsapp/> (letzter Zugriff am 23.04.2023).

72 Die Einordnung in die verschiedenen Kategorien stammt von <http://unicode.org/emoji/charts/full-emoji-list.html> (letzter Zugriff am 29.04.2023).

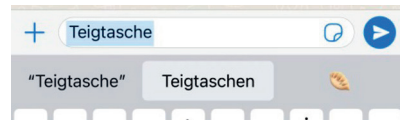


Abb. 30: „Essen & Trinken“ auf der Tastatur

Abb. 31: Empfehlung durch ein Stichwort auf der Tastatur

Wenn eine Nutzerin das Stichwort eintippt, wird ein passendes Emoji auf der Tastatur empfohlen, wie in Abbildung 31 gezeigt. Emojis können sich in der Mitte, am Ende oder am Anfang eines Beitrags befinden. Werden sie in den Text integriert, erscheinen sie klein und passen sich der Größe der Schriftzeichen an. Wird hingegen lediglich ein einziges Emoji als Beitrag versendet, erscheint es deutlich größer auf dem Bildschirm. Wie eingangs in Teil 2.1.3.2 erwähnt, können Schreiberinnen mittlerweile auch mit Emojis auf Beiträge reagieren, was eine weitere Einsetzmöglichkeit von Emojis in WhatsApp darstellt.

An diesem Punkt ist es wichtig, Emoticons und Emojis für die vorliegende Arbeit klar abzugrenzen und zu definieren. In einigen linguistischen und journalistischen Arbeiten erscheint die Grenze zwischen verschiedenen Bildzeichen, insbesondere zwischen Emojis und Emoticons, als unscharf und durchlässig. So weist Arens (2019: 71) darauf hin, dass die „Begriffe Smiley, Emoticon und Emoji oftmals uneinheitlich oder synonym verwendet“ werden, während Siebenhaar (2018b: 753) anmerkt, dass „die Begriffe Smiley, Emoticon und Emoji nur sehr unscharf voneinander zu trennen sind“. Schürmann (2016) bezeichnet lachende Gesichter wie <😄><😂><😁><😃> usw. als Emoticons anstatt Emojis. Überdies halte ich die detaillierte Einordnung von Siebenhaar (2018a) für umstritten. Die einschlägigen Begriffe für einzelne Arten von Bildzeichen veranschaulicht die folgende Abbildung:

Begriff	Zeichencodierung	Beispiele	Anmerkungen
Bildzeichen			Hyperonym
Emoticon		:-) 😊	Bildzeichen mit Ausdruck von Gefühlen.
Smiley	ASCII-Zeichen	:-) :-* :-P :(^^ (ô_ô) UD <3 @-->--- <-(--<	Gesichter und weitere ikonische Zeichenkombinationen auf der Basis des ASCII Zeichensatzes. Schriftabhängige Darstellung.
Emoji	Unicode (Vorläufer: gif-Bilder)	👤 ❤️ 🏹 🧑 🧡	Verschiedene ikonische Zeichen, die im Unicode in verschiedenen Bereichen normiert kodiert sind. Computersystemabhängige Darstellung.

Abb. 32: Begriffe der Bildzeichen Emoticon, Smiley, Emoji von Siebenhaar (2018b: 753)

In dieser Kategorisierung wird beispielweise das Unicode-Emoji <😊>, das zur Darstellung von Emotionen verwendet werden kann, den Emoticons zugeordnet. Es liegen weitere im Unicode kodierte Zeichen vor, die menschliche Emotionen ausdrücken, wie <😍>, <😞>, <😏>, <😔>, <😡> usw., bei denen fraglich ist, wie sie nach Siebenhaars Kriterien klassifiziert werden sollten. Ferner können ASCII-Zeichen wie :-P, :(, ^^ gleichfalls zum Ausdruck von Gefühlen dienen, sind aber nach Siebenhaar nicht der Kategorie „Emoticons“ zugeordnet. Hierin scheint die Klassifikation inkonsequent zu sein.

Bezüglich der Klassifikation von Emoticons betrachtet Siever (2006) nicht alle ASCII-Arts als Emoticons, obwohl sie ebenfalls eine ikonische Ähnlichkeit mit dem Gegenstand aufweisen, da sie nicht alle zur Darstellung von Emotionen dienen. Beispiele, die von Siever angeführt werden, wie @>--->--- für eine Rose oder <+))>< für tote Fische, können dieser Taxonomie zufolge nicht als Emoticons betrachtet werden. Gleichzeitig gehören sie jedoch auch nicht eindeutig zu Emojis oder Stickern.

Um eine einheitliche Abgrenzung der verschiedenen Termini für Bildzeichen im digitalen Schreiben zu erreichen und eine Überschneidung zwischen ihnen zu vermeiden, definiere ich in der vorliegenden Arbeit die Kategorien Emoticons und Emojis folgenderma-

ßen. Smileys wie :), die aus Interpunktion oder Sonderzeichen, „herkömmlich aus zwei oder drei ASCII-Zeichen“ (Dürscheid/Siever 2017: 259) bestehen, sowie deren vielfältige Varianten, wie @>---->---- (Rose), und im weiteren Sinne auch asiatische Kaomojis, werden in dieser Studie als Emoticons betrachtet.

Emojis umfassen nicht nur die im Unicode kodierten Zeichen, sondern auch solche, die spezifisch für Applikationen wie WeChat oder den Facebook-Messenger entwickelt wurden. Obwohl zahlreiche Emojis im internationalen Unicode repräsentiert sind, gibt es auf einigen Plattformen Emojis, die ausschließlich von den Nutzerinnen auf der jeweiligen Plattform verwendet werden können und nicht zu Unicode gehören. Aus dieser Sicht sollte die Aufnahme in Unicode nicht das einzige Kriterium für die Definition der Emojis sein. Von einzelnen Plattformen entwickelte, bunte, nicht beliebig von den Nutzerinnen änderbare, im Text einbettbare und auf bestimmte Sachverhalte referierende Bildzeichen sind ebenfalls als Emojis zu betrachten. Das Vorliegen dieser Merkmale sollte das zentrale Kriterium für Emojis sein.

4.4 Sticker

4.4.1 Definition

Im Jahr 2011 wurde das Konzept der Sticker durch die koreanische Internetfirma Naver Line⁷³ in Japan entwickelt. Anfang 2012 begann Line, verstärkt auf die Integration von Stickern in Messaging-Diensten zu setzen, wodurch zunehmend Sticker-Varianten und Sticker-Charaktere in den Sticker-Kollektionen solcher Applikationen erschienen. Sticker erfreuen sich großer Beliebtheit und haben sich von Asien aus in der ganzen Welt verbreitet. Insbesondere die Einführung von Stickern durch Facebook 2013 trug maßgeblich zur Förderung deren Aufschwungs im digitalen Schreiben bei. Facebook beschreibt Sticker so: „Stickers are different than emoticons. They’re detailed illustrations of characters with personality. Sending stickers is a way to share how you’re feeling with your friends.“⁷⁴ Unter Stickern versteht De Seta (2018) folgendermaßen:

73 Line ist ein in Japan sehr verbreiteter Messenger-Dienst. Die offizielle Webseite ist <https://line.me/en/> (letzter Zugriff am 17.04.2023).

74 Detaillierte Erklärung siehe unter <https://www.facebook.com/help/333033546818929/> (letzter Zugriff am 17.04.2023).

„Stickers are images, usually larger than graphical emoticons and emoji, offered as thematic sets in the communication interfaces of instant messaging apps and social networking services, often organized in tabs and personalized collections. Stickers are usually programmed to be sent with a single tap of the finger as an individual message and cannot be included as parts of a textual message“.

Kate McInnes identifiziert den Unterschied zwischen Stickern und Emojis darin, dass Sticker nicht auf Gesichtsausdrücke beschränkt sind, sondern den Fokus auf eine Figur oder das Konversationsthema legen (vgl. Jezouit 2017). Ein Sticker kann sowohl bildlich als auch textuell oder eine Mischung von Texten und Bildern sein. Diese Multimodalität⁷⁵ betrachten Tang/Hew (2018: 192) als einen Vorteil von Stickern, und auch de Seta (2018) erachtet Sticker als ausdrucksstärker als Emojis und Emoticons. Tang/Hew (2019: 2459) charakterisieren Sticker angesichts der Möglichkeit, dass Interaktantinnen ihre eigenen Sticker nach ihren Interessen und Bedürfnissen erstellen und in der Kommunikation benutzen können, als hochgradig personalisierbar. In diesem Beitrag verwende ich den Begriff „Sticker“ nicht nur für animierte oder statische Bildzeichen, die aus der Sticker-Galerie heruntergeladen werden, sondern auch für die von Nutzerinnen selbst erstellten oder modifizierten graphostilistischen Elemente in Form von Bildern oder Texten im digitalen Schreiben. Im Kontrast zur strengen Abgrenzung von Stickern und GIFs in WhatsApp findet keine Unterscheidung in WeChat statt. Um eine einheitliche Bezeichnung dieser Bildzeichen zu gewährleisten, kategorisiere ich Sticker und GIFs, insbesondere in Bezug auf WhatsApp-Daten, als eine Sorte von Bildzeichen und benutze für sie ausschließlich den Begriff „Sticker“.

4.4.2 Nutzungsweisen in WeChat

Im August 2013 ist die Sticker-Galerie in WeChat hinzugekommen. Seither werden kontinuierlich eine Vielzahl von animierten und nicht-animierten Sticker-Sets entworfen und produziert. Die meisten Sticker-Sets sind kostenlos in der Sticker-Galerie von WeChat erhältlich und werden vom System automatisch zur Kommunikation vorgeschlagen, sobald bestimmte Stichwörter eingegeben werden. Neben

75 Zur Definition des Begriffs „Multimodalität“ siehe Kapitel 5.1 im vorliegenden Beitrag.

von Designerinnen entworfenen Sticker-Sets kann jede Nutzerin statische Bilder oder animierte GIFs als Sticker auf das WeChat-Interface übertragen. Diese kann die Nutzerin dann nach persönlichem Geschmack, kommunikativen Bedürfnissen oder Anforderungen spezifischer Benutzergruppen auswählen und verwenden.

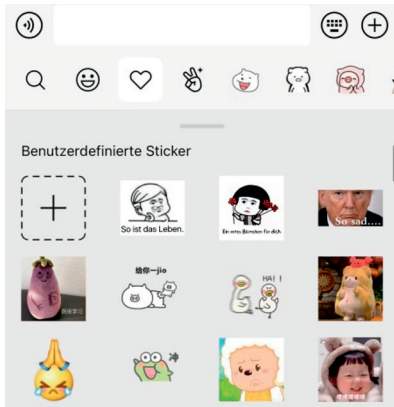


Abb. 33: Nutzungsweise von Stickern in WeChat

Die Funktion zum Hinzufügen von Stickern wird durch das graue Feld mit dem Plus-Zeichen <+> vor den benutzerdefinierten Stickern dargestellt (siehe Abbildung 33). In der ersten Zeile symbolisiert das <😊>-Zeichen die von WeChat angebotenen Emojis, während sich die von der Nutzerin selbst gespeicherten oder erstellten Sticker hinter dem <❤>-Zeichen verbergen. Das <📷>-Zeichen führt zu den Selfie-Stickern: statische oder animierte Sticker, welche die Schreiberinnen aus Foto- oder Video-Selfies erstellt haben. Die übrigen Zeichen repräsentieren Sticker-Serien, die aus der WeChat-Sticker-Galerie heruntergeladen wurden.

4.4.3 Nutzungsweisen in WhatsApp

Vor der Verbreitung von Stickern in WhatsApp benutzten viele Schreiberinnen Bilder oder GIFs in der schriftbasierten Kommunikation als Alternative, die eine ähnliche Rolle wie Sticker spielen, wie die Abbildungen 34 und 35 darstellen. Ein solches kleines Bild enthält viele Informationen, wodurch die Notwendigkeit, viele Wörter einzugeben, reduziert und die Übermittlung von Nachrichten auf eine lebhaftere Weise ermöglicht wird.

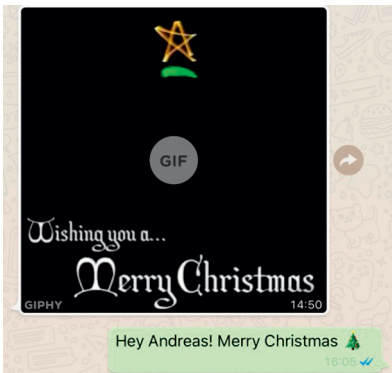


Abb. 34: WhatsApp-Dialog mit GIF



Abb. 35: WhatsApp-Dialog mit Bild

Seit Einführung der iOS-Version 2.18.100 und der Android-Version 2.18.327 im Oktober 2018 ermöglicht WhatsApp allen Nutzerinnen die Verwendung von Sticker-Paketen zur Kommunikation. Durch Tippen auf das <👉>-Zeichen auf der rechten Seite des Texteingabefelds stehen in Serien angeordnete animierte und nicht-animierte Sticker zur Verfügung (siehe Abbildung 36). Unter dem <📺>-Zeichen finden sich stets aktualisierte GIFs aus den Kategorien AKTUELL, HAHA, TRAURIG, LIEBE, REAKTION. Die Plus-Taste erlaubt Schreiberinnen das Hinzufügen neuer Sticker-Pakete zu ihrer persönlichen Sammlung.

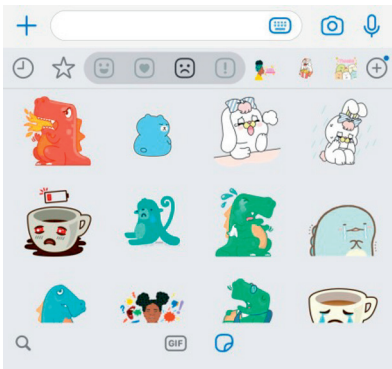


Abb. 36: Sticker-Interface in WhatsApp

WhatsApp-Nutzerinnen können mithilfe von Sticker-Apps in Googles Play Store oder Apples App Store, wie Stickermaker oder GitHub, eigene Sticker erstellen und in der Kommunikation verwenden, so-

fern die Anforderungen von WhatsApp erfüllt sind. Im Juli 2020 wurden animierte Sticker erstmals für Nutzerinnen zugänglich gemacht, wobei Sticker-Sets wie „Moody Foodies“ oder „Bright Days“ direkt innerhalb der WhatsApp-Plattform heruntergeladen werden konnten. Bemerkenswerterweise hat die Weltgesundheitsorganisation (WHO) das Sticker-Set „Impfstoff für alle“ in WhatsApp vor dem Hintergrund der Pandemie im Frühling 2021 veröffentlicht, um die Bevölkerung zur Impfung gegen das Coronavirus anzuspornen und das medizinische Personal in dieser herausfordernden Zeit zu würdigen.⁷⁶

Ferner sind seit 2019 Memojis, die im iOS-System verfügbar sind, auch in WhatsApp nutzbar (wie in Abbildung 37). Einerseits sind Memojis großformatige Emojis, die beispielsweise comichaft Tierfiguren, Roboter oder Außerirdische darstellen und als animierte audiovisuelle Botschaft versendet werden können (vgl. Schwan 2018; Trepesch 2018).⁷⁷ Andererseits können sie auch in personalisierter Form als anpassbare, menschlich aussehende Cartoon-Köpfe eingesetzt werden (vgl. Herring et al. 2020c: 5). Für diese Personalisierung werden die Gesichtsausdrücke der Nutzerinnen mittels Gesichtserkennungstechnologie (Face ID) aufgenommen, um deren Bewegungen zu imitieren (vgl. Müller 2018a). Die Anzahl der Comic-Köpfe-Memojis ist unbegrenzt (vgl. Herring et al. 2020b).



Abb. 37: Memojis im iOS-System⁷⁸

76 Detaillierte Informationen siehe <https://blog.whatsapp.com/vaccines-for-all-sticker-pack-vaccine-helplines?lang=de> (letzter Zugriff am 21.04.2023).

77 Animojis sind animierte Emojis. Ursprünglich wurden Animojis und Memojis als zwei separate graphische Kommunikationsmittel von Apple im iOS-System eingeführt. In der aktuellen Terminologie und Funktionalität werden sie jedoch unter dem gemeinsamen Begriff „Memojis“ von Apple zusammengefasst.

78 Siehe: <https://support.apple.com/de-de/HT208986> (letzter Zugriff am 15.04.2023).

An diesem Punkt ist ein Vergleich zwischen den chinesischen und westlichen Nutzungsstatus von Stickern notwendig: In der chinesischen Kommunikation weisen Sticker eine höhere Verwendungsfrequenz auf und sind beliebter als in der westlichen Interaktion (vgl. Konrad et al. 2020; de Seta 2018; Zhou et al. 2017). Obwohl Sticker in Messenger-Diensten wie dem Facebook-Messenger oder Telegram seit einigen Jahren zum Einsatz kommen, haben sie in der schriftlichen Interaktion nicht dieselbe Verbreitung wie Emojis oder Emoticons erreicht. Den westlichen Nutzungsstatus von Bildzeichen (Emoticons, Emojis und Sticker) gliedern Konrad, Herring und Choi in verschiedene Entwicklungsphasen bezüglich der Bildzeichen sowie der gegenwärtigen Nutzungssituation der jeweiligen graphischen Elemente auf:

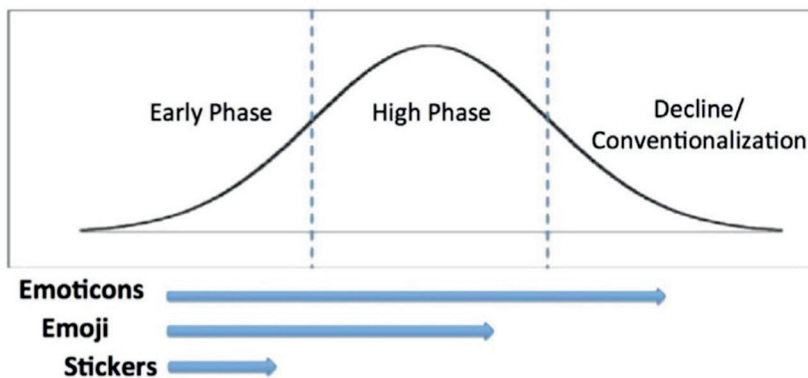


Abb. 38: Drei Phasen der Entwicklung von Bildzeichen (Quelle: Konrad et al. (2020: 223))

Hinsichtlich der Popularität befinden sich Sticker in Asien in der zweiten Phase, der sogenannten „high phase“, und erfreuen sich dort zunehmender Beliebtheit. Hingegen verharren Sticker in der westlichen Kommunikation noch in der ersten Phase, der „early phase“. Inwiefern dieses Modell auf die chinesische WeChat- und deutsche WhatsApp-Kommunikation zutrifft, werde ich im empirischen quantitativen Teil anhand von Dialogen aus den Datenbanken XISU und MoCoDa 2 erörtern (siehe Kapitel 7).

Multimodalität

5.1 Zur begrifflichen Grundlage

„Der Begriff der Multimodalität ist leider recht schillernd“ (Lobin 2018: 107), Definitionen der „Multimodalität“ sind in der linguistischen Forschung ebenfalls „generell mehrdeutig“ (Imo/Lanwer 2019: 245). Für ein im Alltagsleben weit verbreitetes Phänomen könnte der Begriff „Multimodalität“ auch als „hochtrabend“ und „vage“ (Stöckl 2011a: 45) erscheinen. Multimodalität und verwandte Ausdrücke, nämlich „Multikodalität“ oder „Multimedialität“, weisen unterschiedliche konzeptuelle Abgrenzungen auf, was zu einer Vielzahl von Definitionen und Dimensionen innerhalb dieses Themenbereichs führt. Im folgenden Abschnitt werden Begriffe der Multimodalität erörtert, auf deren Grundlage der Frage nachgegangen wird, inwiefern die schriftbasierte Kommunikation mit Bildzeichen multimodal ist.

In der Linguistik herrscht seit langem die Auffassung vor, dass Sprache und menschliche Kommunikation überhaupt grundlegend multimodal sind. Daher sieht Lobin (2018: 108) Multimodalität als eines der zentralen Merkmale der Kommunikation an. Die Ansicht, dass „all interactions are multimodal“, vertreten ebenfalls Álvarez (2016: 99), Norris (2004: 1), Schmitz (2015: 34), Bressem (2018: 35) und Bucher (2012b: 55). Einerseits tritt die gesprochene Sprache in vielen Fällen in Begleitung etwa von Musik auf und ein Vis-à-vis-Gespräch bedarf auch der Gestik und Mimik. Imo (2015b: 136) postuliert daher, dass es „in der Face-to-Face-Interaktion [...] keinen Moment der Kommunikation ohne multimodale Kommunikationsmittel gibt“. Andererseits kommt geschriebene Sprache im Zusammenhang mit Bildern zum Einsatz, beispielsweise in Zeitungen. Vor diesem Hintergrund sind Kress/van Leeuwen (2021: 186) der Meinung, „all texts are multimodal“ auf der schriftlichen Ebene. Auf dieser Grundlage verstehen Bucher (2011b), Stöckl (2004b) und Klug/Stöckl (2015) Elemente wie Bilder, Typologie, Layout, Farbe etc. gleicher-

maßen als Teil der multimodalen Ressourcen, die zusätzlich zur Schriftsprache in die schriftliche Kommunikation einfließen.

Die Bezeichnung „Modus“ versteht Ulrich Schmitz als „die Art der Präsentation und Wahrnehmung“ (Schmitz 2015a: 34), genauer als „die sinnliche Gestalt“, „in der Zeichen übermittelt werden“. Dies geschieht mit einem der fünf „Kommunikationsträger gesprochene und geschriebene Sprache,⁷⁹ stehendes und bewegtes Bild sowie Audio (inkl. Musik und Geräusch)“ (Schmitz 2015a: 11). Zudem können Sprache und Bild als „Zeichenmodalitäten“ bezeichnet werden, die nach Schneider/Stöckl (2011), Sachs-Hombach (2016: 93), Stöckl (2004c), Klug/Stöckl (2015) sowie Stöckl (2016a) psychologisch als ein Zeichentyp verstanden wird. Dieser Typ ist durch die jeweilige Sinnesmodalität oder den Wahrnehmungskanal in der Zeichenprozessierung fundiert (Stöckl 2016b: 6). Stöckl (2004c: 16) klassifiziert Zeichenmodalitäten in zentrale und periphere Kategorien. Zentrale Zeichenmodalitäten sind medial unterschiedlich zu realisieren. Beispielweise kann Sprache gesprochen und geschrieben, Bilder können gemalt oder fotografiert werden (vgl. Stöckl 2016b: 8). Daneben erscheint z.B. die Typographie, wie Schriftgröße oder Absätze, als periphere Zeichenmodalität (vgl. Stöckl 2004c: 17).

Es ist ebenfalls wichtig, ein Verständnis für den Terminus „Multimodalität“ zu entwickeln, der im Bereich der Medienlinguistik ausführlich diskutiert wurde und beispielsweise von Stöckl (2004b, 2011a), Klug/Stöckl (2015) und Arens (2019) verwendet wird. Stöckl (2004b: 9) definiert Multimodalität als „communicative artefacts and processes which combine various sign systems (modes) and whose production and reception calls upon the communicators to semantically and formally interrelate all sign repertoires present“. In einem späteren Artikel erklärt Stöckl (2011a: 45) die Multimodalität als Eigenschaft von „Texte[n] und kommunikative[n] Handlungen, die mehrere verschiedene Zeichensysteme (Sprache, Bild, Ton) beinhalten“. Eine ergänzende Definition findet sich in Klug/Stöckl (2015: 242), für die Multimodalität eine zweckgerichtete Form der Bezugnahme auf Zeichen differenter semiotischer Beschaffenheit im Bereich der Kommunikation ist. Arens (2019: 13) hält mit Antos/Opiłowski (2014: 22) dafür, dass ihr Verständnis mit den meisten

79 Mündliche, schriftliche oder Gebärdensprache werden in Fricke (2012), Dürscheid (2003), Stöckl (2011a) sowie im Modell von Koch / Oesterreicher als sprachliche Medialität angesehen.

medienlinguistischen Ansätze korrespondiere, wonach Multimodalität „semiotische Manifestation und Interaktion von zentralen und peripheren Zeichenmodalitäten wie Sprache, Bild, Grafik, Farbe oder Schriftarten im massenmedialen Text“ ist.

Ein anderer Ansatz geht von einem „technischen Medienverständnis“ (Hector 2017: 7) aus, bei dem die oben genannten Zeichenmodalitäten als Code interpretiert werden. Um näher auf diese unterschiedlichen Standpunkte zur Multimodalität einzugehen, ist eine Abgrenzung zwischen Multimodalität und Multikodalität erforderlich. Die getrennten Sprach- und Bildelemente werden entweder als Modalitäten (Stöckl 2016a) oder als Codes (in Untersuchungen von Weidenmann, Dölling und Fricke) betrachtet. Weidenmann (2011: 76)⁸⁰ sieht Angebote als multimodal an, wenn sie „unterschiedliche Sinnesmodalitäten bei den Nutzer[innen] aktivieren“, während Angebote multikodal seien, wenn sie auf „unterschiedliche Symbolsysteme bzw. Codierungen“ zurückgriffen. Weidenmann ordnet mediale Angebote in verschiedene Kategorien ein, wie in der folgenden Tabelle dargestellt:

	Mono-...	Multi-...
Kodierung	Monokodal: - nur Text - nur Bilder - nur Zahlen	Multikodal: - Text mit Bildern - Grafik mit Beschriftung
Sinnesmodalität	Monomodal: - nur visuell (Text, Bildern) - nur auditiv (Rede, Musik)	Multimodal: - audiovisuell (Video, Lernsoftware mit Bild und Ton)

Tab. 2: Raster zur differenzierten Beschreibung medialer Angebote nach Weidenmann (2011: 76)

Einen ähnlichen Standpunkt vertritt Dölling (2001: 39), der die Rolle von Multimodalität und Multikodalität für die Wirkung der kommunikativen Handlung untersucht. Die Wahrnehmung von Zeichen

80 Aus didaktischer Perspektive beschäftigt sich Weidenmann (2011) vor allen Dingen mit dem multimedialen Online-Lernen und fragt dabei ebenfalls nach Multimodalität sowie Multikodalität. Weidenmann (2011: 76) versteht unter Multimedialität, dass Informationen „auf unterschiedliche Speicher- und Präsentationstechnologien verteilt sind, aber integriert präsentiert werden“. Beispielsweise ist ein Buch oder ein PC monomodal, während PC + DVD-Player oder PC + WLAN multimedial sind.

durch die Rezipientin sei ein multimodales Erleben durch die fünf Sinne (Sehen, Hören, Riechen, Fühlen und Schmecken). Die Senderin gibt die wahrzunehmenden Zeichen in unterschiedlichen Codes aus und beeinflusst dadurch die Sinnesorgane der Rezipientin. Dölling sieht die Kombination divergenter Wahrnehmungsmodi als multimodal an, während die Verbindung vielfältiger Codes, d.h. Sprache, Gestik, Mimik, Verbaltext, Farben und Geräusche, als multikodal verstanden wird. Des Weiteren versteht Fricke (2012: 47–48) sprachliche Multimodalität nicht nur als einen biologischen, sondern auch als einen codebezogenen Medienbegriff jeweils im weiteren und im engeren Sinn. Sprachliche Multimodalität im engeren Sinn⁸¹ bedeutet für sie, dass mehrere Kodierungsmedien mehrere Sinne ansprechen und eine strukturelle und/oder funktionale Verschränkung in demselben Code auftritt. Demgegenüber sei sprachliche Multimodalität im weiteren Sinn⁸² ausschließlich codebezogen. Im letztgenannten Fall seien mindestens zwei unterschiedliche Kodierungsmedien und nur eine Sinnesmodalität strukturell und/oder funktional in ein und demselben Code integriert.

Dies wirft die Frage auf, inwieweit der Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Arbeit, die schriftbasierte Kommunikation mit Bildzeichen in Messenger-Diensten, als multimodal bezeichnet werden kann. Laut Weidenmann (2011) und Dölling (2001) ist das Zusammenspiel von Bildern und Text in schriftlicher Kommunikation multikodal, jedoch ausschließlich monomodal, da Bild und Text visuell sind und sich durch lediglich einen Sinneskanal wahrnehmen lassen. In Anlehnung an die Multimodalität im engeren Sinn von Fricke fällt die Interaktion von Bild und Text nicht in den Bereich der multimodalen Forschung, im weiteren Sinn dagegen schon. Falls die Integration von verschiedenen, aber nur über einen Sinneskanal (z.B. visuell) realisierten Zeichensystemen als monomodal betrachtet wird, sähe man einen WhatsApp-Dialog mit Links, Bildern, Texten, Emojis etc.

81 Bei der strukturellen Integration im Code werden beispielweise Merkmale des Face-to-Face-Gesprächs substituiert, indem lautliche Äußerungen durch ein Symbol mit ähnlicher oder gleicher Bedeutung ersetzt werden. Funktional integriert wird auch die „redibegleitende[]“ Geste im Gespräch, in dem der gesprochene Code eine vorherrschende Rolle spielt (vgl. Fricke 2012: 47).

82 In diesem Sinn führt Fricke als Beispiel für die funktionale Integration an, dass das Verbaldeiktikon „hier“ und der ihm entsprechende graphische Pfeil in der Schlagzeile eines Boulevardblatts zusammenwirkten. Für die strukturelle Verschränkung gibt Fricke das Beispiel von Janzen (2004: 283) von der „Einbindung von Links und Icons in Hypertexten des Internets“ wieder.

schlichtweg als monomodal an. Diese Betrachtungsweise scheint jedoch starr und unflexibel zu sein.

Die Unterscheidung zwischen Modalität und Kodalität erweist sich in den medienbezogenen Texten häufig als nicht eindeutig. Oftmals sind diese Konzepte voneinander abhängig, miteinander verflochten und können sich in der digitalen Kommunikation überlappen. Ich stimme mit der präzisen Begriffsbestimmung von Siever (2015: 483–484) zu, die unter „Kodalität“ verschiedene Zeichenmodalitäten wie Sprache, Bilder, Geräusche etc. subsumiert, während unter „Modalität“ nicht nur Sinnes-, sondern auch Zeichenmodalitäten zu verstehen seien. Zudem schließe ich mich ihrer Auffassung über Multimodalität an und untersuche schriftliche Kommunikation mit Texten und Bildern in WhatsApp und WeChat als multimodale Kommunikation:

„Unter Multimodalität wird die Kombination mehrerer Sinnesmodalitäten oder Kodalitäten verstanden, wobei bei mehreren Sinnesmodalitäten und Kodalitäten von Multimodalität im engeren Sinne, bei einer Kodalität und mehreren Modalitäten oder einer Modalität und mehreren Kodalitäten von Multimodalität im weiteren Sinne gesprochen wird“ (Siever 2015: 485).

An diesem Punkt lässt sich der Forschungsstand zur Multimodalität im linguistischen Bereich anführen. Die Erforschung multimodaler Kommunikation in digitalen Medien ist in den letzten Jahren rasant fortgeschritten. Siever (2015) und Siever (2016) befassen sich gründlich mit der Text-Bild-Relation, wie der Notizenkommunikation bzw. Kommunikation über Bilder in Notizen und das ‚Taggen‘ von Bildern in Social-Sharing-Communitys, wofür die Foto-Sharing-Plattform Flickr am repräsentativsten ist. Eisenlauer (2016) untersucht eingehend die Verbindungen zwischen Strukturelementen, wie Profilbildern und Publisher Templates, und den von ihnen unterstützten Interaktionshandlungen auf der multidimensionalen Plattform Facebook. Dabei konzentriert er sich auf „core modes“ wie das Bildliche und die Sprache (Stöckl 2004b: 11) sowie das Zusammenspiel multimodaler Verknüpfungen mit individuellen Diskursen, Kommunikationszielen und Nutzungsarten. Szurawitzki (2017) analysiert die Text-Bild-Syntax zwischen Produktbildern und Headlines/Slogans in Werbeanzeigen unter Verwendung der Konstruktionsgrammatik. Im Übrigen beschäftigen sich König/Hector (2017) mit Audio-Postings in WhatsApp. Zudem findet sich ein empirisches Forschungsspektrum aus der Per-

spektive der Multimodalität in verschiedenen Bereichen, wie in Typographie (Spitzmüller 2016), Website-Analyse (Meier 2016), Textdesign (Bucher 2007; Ehrenheim 2011; Lengelsen 2012), Audiovisualität in Nachrichten, Film und Fernsehen (Bucher 2012a; Holly 2010, 2015a, 2015b, 2017; Staiger 2011) sowie Werbespots und Anzeigen (Bucher 2011a; Stöckl 2011b).

5.2 Multimodales Schreiben

Die Entwicklung der Medienkommunikation tendiert zur „Multimodalisierung“ (Bucher 2011b: 125), Multimodalität gilt bereits als „ein universelles Merkmal der Medienkommunikation“ (Bucher 2012b: 52). „Mit Emojis, Hashtags, Memes oder Bewegtbildern sind Kommunikate in sozialen Medien multimodale Konglomerate verschiedener semiotischer Ressourcen“ (Marx et al. 2020: XI). Vor dem Hintergrund des verstärkt auftretenden „Sammelsuriums“ (Schmitz 2006: 193) von Bildlichem und Schriftlichem richtet sich der linguistische Fokus auf das Bildwissen sowie das Zusammenspiel zwischen Bild und Sprache. Wie Baacke (2007: 97) argumentiert, sind Medienwelten nicht nur Sprachwelten, sondern primär Bilderwelten.

Repräsentativ für die linguistische Bildforschung ist die von Stöckl und Klemm untersuchte „Bildlinguistik“, bei der es um eine „Betrachtung der Bezüge zwischen Sprache und Bild in Gesamttexten und die Nutzbarmachung linguistischer Konzepte, Modelle und Methoden für die Beforschung des in vorwiegend massenmediale Texte integrierten Bildes“ geht (Klemm/Stöckl 2011: 9). Von besonderer Relevanz sind überdies die Bild-Linguistik von Franziska Große, die sich auf der Grundlage der „linguistischen Bildanalyse in Text- und Diskursumgebungen“ (Große 2011: 20) auf kommunikative Funktionen von Sprache und Bild fokussiert, sowie die „Bildwissenschaft“ von Sachs-Hombach (2013), welche linguistische Begriffe wie Syntax, Semantik und Pragmatik für die Analyse von Bildtypen, Bildmedien sowie Bildfunktionen einsetzt.

In der vorliegenden Arbeit konzentriere ich mich auf die Untersuchung von schriftlicher Kommunikation mit Bildzeichen und Verbalen. Vor der Analyse beleuchte ich zuerst die Merkmale der beiden wesentlichen Zeichenressourcen Sprache und Bild.⁸³ Anschließend

83 Selbstverständlich sind Merkmale von Emojis und Stickern als Unterkategorie ebenfalls in hohem Maße auf Bilder zurückzuführen. Jedoch bestehen ebenfalls

beschreibe ich die Relation zwischen Bildlichem und Sprachlichem in Teil 5.2.1. Menschliche Interaktion setzt das Verständnis der Rezipientinnen voraus. Das multimodale Verstehen darf bei der Untersuchung der Multimodalität nicht vernachlässigt werden, weswegen der letzte Abschnitt in diesem Passus auf die multimodale Rezeption fokussiert ist.

5.2.1 Text und Bild

Nach dem Konzept der Zeichenmodalität von Stöckl (2016) und Klug/Stöckl (2015) lässt sich eine Abgrenzung ihrer wesentlichen Merkmale auf syntaktischer, semantischer und pragmatischer Ebene durchführen.

In Anlehnung an Ausführungen von Stöckl (2016) ist der erste Schritt hierbei, die Charakteristiken von Sprache und Bild zu differenzieren.⁸⁴ Stöckl zufolge basiert die syntaktische Abgrenzung verschiedener Zeichenmodalitäten auf Aspekten wie Sinneskanal, Semiotisierung und interner Struktur. Sprache weist eine „duale mediale Realisierung“ auf: Die Rezipientin nimmt gesprochene Sprache auditiv und geschriebene Sprache visuell wahr. Im Unterschied dazu werden Bilder ausschließlich über den visuellen Sinneskanal erfasst, obwohl bei Bildern ebenfalls zwei „mediale Varianten“ – die statische und bewegte – vorliegen (vgl. Dürscheid 2007b: 269–270; Stöckl 2016b: 10). Ferner besitzt das Bild einen vergleichsweise geringeren „Semiotisierungsgrad“⁸⁵ als die Sprache. Laut Stöckl (2016b: 10) erfolgt das Verstehen von Bildern in Übereinstimmung mit der Bildbetrachtung, der Wahrnehmung der sozialen Umgebung sowie gemäß „system- und genreimmanenten Regeln“. Das Sprachverstehen müsse dagegen in der kommunikativen Situation und im weiteren Kontext realisiert werden. Die Verarbeitung sprachlicher Informationen setze einen generellen Wissensstand und eine erhöhte Aufmerksamkeit

Unterschiede zwischen diesen Bildzeichen und klassischen Bildern, wie ich in Kapitel 9.2 „Relation zwischen Bildzeichen und Text“ ausführen werde.

84 Zur Semantik, Pragmatik und Syntax des Bildlichen siehe auch Große (2011) und Klug (2012).

85 Hier ist der Terminus „Semiotisierung“ bei Stöckl als ein Prozess zu verstehen, „in dem ein[e] Rezipient[in] ein beliebiges materielles Phänomen als Zeichenkörper anerkennt und ihm einen bestimmten Inhalt oder Sinn zuschreibt“. Stöckl plädiert zudem dafür, den Sinn mancher Modalitäten als herkömmlich axiomatisch zu verstehen; bei manchen Modalitäten aber werde Sinn „erst nach gründlicher Reflexion der Zeichen und ihrer Strukturen“ zuerkannt (Stöckl 2016b: 10).

voraus. Schließlich verfügt die Sprache als eine „stark konventionelle“ Zeichenmodalität über eine äußerst komplexe und arbiträre Syntax, deren „Form-Inhalt-Zuordnungen“ willkürlich sind, und das Verständnis für Sprache ist kaum motiviert. Im Unterschied dazu zeigt sich beim Bild eine schwächere Konventionalität und stärkere Motivation (vgl. Stöckl 2016b: 11–12).

Beachtenswert ist, dass die semantischen Merkmale von Sprache und Bild aufgrund ihrer jeweiligen Beschaffenheit unterschiedlich sind: Die Bedeutung der Sprache ist fester und eindeutiger als die von Bildern, da sie sich auf eine strenge Grammatik und ein Inventar zahlreicher verschiedener „autosemantischer Zeichen“ stützt. Demgegenüber weist das Bild eine größere Vagheit auf und besitzt einen „Bedeutungsüberschuss“ (vgl. Stöckl 2004b: 17, 2004a: 225, 2016b: 14) sowie eine „semantische ‚Stärke‘“ in seinem „graphischen Darstellungsreichtum, der informatives Explorieren wie auch konnotative Bedeutungen und emotionale Anmutungen ermöglicht“ (vgl. Stöckl 2016b: 14). Insofern sei das Bild „semantisch dicht“ und die Sprache „semantisch dünn“ (Stöckl 2011a: 49).

Auf der pragmatischen Ebene ist das nicht-lineare Bild eine wahrnehmungsnahe⁸⁶ räumliche Zeichenkonfiguration im Gegensatz zur linearen, oberflächlich verknüpften Sprache. Es verfügt über einen „semantischen Überschuss, Mehrdeutigkeit und Offenheit“, die zu konnotationsreichen Informationen, „visuellen Schlüsselreizen“ und „hohen emotionalen Aktivierungspotenzialen“ führen (vgl. Stöckl 2016b: 17). Nöth merkt an, die kognitive Verarbeitung von Bildinformationen erfolge hauptsächlich in der rechten Gehirnhälfte, welche auch für die Verarbeitung von Emotionen zuständig ist. Die kognitive Verarbeitung sprachlicher Botschaften geschieht vorrangig in der linken Gehirnhälfte, die die Hauptrolle beim „analytischen und rationalen Denken[]“ spielt (vgl. Nöth 2000: 490). Daher ist die mentale Verarbeitung von Bildern tendenziell effizienter und schneller als die von Sprache (vgl. bspw. Nöth 2000: 490; Sachs-Hombach 2013: 27; Stöckl 2011a: 51, 2016b: 17).

86 Zum Ausdruck „wahrnehmungsnahe“ erklärt Sachs-Hombach (2013: 94) folgendermaßen: „Ein Zeichen wird wahrnehmungsnahe rezipiert, wenn wir ihm einen Inhalt auf Grundlage unserer Wahrnehmungskompetenz zuweisen. Der Begriff der Wahrnehmungsnahe bezeichnet hierbei eine Eigenschaft, die wie einem Gegenstand in spezifischer Einstellung relativ zum Wahrnehmenden und dessen Wahrnehmungskompetenzen zuschreiben. Der Wahrnehmungsbezug liefert die weitere gemeinsame Basis der gegenwärtig vertretenen Bildtheorie“.

In der folgenden Tabelle sind die Merkmale von Bild und Sprache nach Stöckl (2016b) auf der syntaktischen, semantischen und pragmatischen Ebene zusammengefasst, um einen Überblick über die Unterschiede der beiden Zeichenmodalitäten zu geben.

		Sprache	Bild
Syntax	Sinneskanal	auditiv / visuell	visuell
	Semiotisierung	- höherer Semiotisierungsgrad - Aufmerksamkeit + + - feste Coderegeln (genre-, situations-, kontextabhängig)	- mittlerer Semiotisierungsgrad - Aufmerksamkeit +
	Interne Struktur	- syntaktisch komplex und willkürlich - stärker konventionell - kaum motiviert	- syntaktisch schwach - weniger konventionell - stärker motiviert
Semantik	Zeichenwirkung	logisch	logisch und energetisch
	Qualität/Singularität	Legizeichen	Qualizeichen/Sinzeichen
	Objektbezug	prototypisch symbolisch	prototypisch ikonisch
	Ausdrucks-potenzial	- eindeutige Anzeigen von Sprechakten - mehrdeutig –	- Bedeutungsüberschuss - mehrdeutig + +
Prag-matik	Wahrnehmung	- wahrnehmungsfern	- wahrnehmungsnahe
	Kognition	- zeitaufwändige mentale Verarbeitung - Linearität	- schnelle mentale Verarbeitung - Vor-Augen-Führen von Objekten
	Kommunikative Funktion	- ideational, interpersonal, textual funktionsfähig - metakommunikativ	- ideational, interpersonal, textual funktionsfähig - nicht metakommunikativ
	Potenziale / Defizite	- narrativ - explikativ - argumentativ - klare und logische Verknüpfung	- visuelle räumliche Zeichenkonfiguration - konnotationsreiche Botschaften - hohes emotionales Aktivierungspotenzial

Tab. 3: Merkmale der Zeichenmodalität von Sprache und Bild nach Stöckl (2016)⁸⁷

⁸⁷ Die Zeichen + und – geben das Niveau an: + steht für eine Verstärkung und – für eine Abschwächung der Tätigkeit; eine Verdopplung verstärkt das Niveau.

Normalerweise lesen wir einen Text in der konventionellen Reihenfolge und Wort für Wort. Ein Textverständnis entsteht, nachdem wir ihn in Gänze gelesen haben. Die lineare Wahrnehmung des Geschriebenen bezeichnet Schmitz (2011: 32) als „bottom up-Bewegung“. Im Gegensatz dazu erfassen wir ein Bild nicht systematisch von oben nach unten oder von links nach rechts, sondern erhalten zunächst einen Gesamteindruck und konzentrieren uns anschließend auf seine Einzelheiten. Diese nicht-lineare Wahrnehmung, die von einer Ganzheit zu den Details hin erfolgt, nennt Schmitz (2011: 32) „top-down-Bewegung“, die „holistisch und simultan“ ist und zur effizienten und schnellen Rezeption und Perzeption führt (vgl. Schmitz 2011: 31–32).⁸⁸ Das Bildliche im Gesamttext weckt eine stärkere und schnellere Aufmerksamkeit der Betrachterin, wenn sie ihren Blick auf den Sprache-Bild-Text richtet.

Menschen messen der visuellen Wahrnehmung große Bedeutung bei. Getreu den Sprichworten „seeing is believing“ und „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ (vgl. Stöckl 2004a: 4) entsteht auch eine Interaktion zwischen der Kommunizierenden und dem Bildlichen im digitalen Schreiben. Bilder können so direkt die Betrachterin ansprechen. Zusammenfassend zeichnet sich die Überlegenheit von Bildern gegenüber textuellen Darstellungen durch folgende Aspekte aus: Als „semantisch dichte semiotische Ressource“ (Stöckl 2011a: 50) verfügen Bilder über größeres Bedeutungspotenzial und können daher in diversen Kontexten vielfältig eingesetzt werden. Ferner ermöglichen ihre ikonische Darstellung von Objekten im Realleben, ihre räumliche Konfiguration sowie ihre graphische Darstellungsweise eine effizientere Rezeption und ein besseres Verständnis seitens der Betrachterin. Überdies sind Bilder in der Lage, stärkere emotionale Reaktionen hervorzurufen und tiefere Assoziationen bei der Empfängerin zu wecken.

88 Hinsichtlich der Linearität und Non-Linearität widmet sich Bucher ebenfalls einer Klassifikation. Er ordnet sprachliche Produktionen wie Buchtexte oder Hörfunkbeiträge linearen Kommunikationsformen zu, während „Sehflächen“ wie Online-Angebote oder Plakate zu den non-linearen Kommunikationsformen gehören. Kombinationen von linearen und non-linearen Produktionen, wie Fernsehbeiträge mit Zusatz-Visualisierungen, versteht er als hybride Kommunikationsformen (vgl. Bucher 2011b: 125–126).

5.2.2 Text-Bild-Relation

Das Verhältnis von Sprache und Bildern hängt von ihrem Einsatz in den jeweiligen Medien ab (vgl. Straßner 2002: 21). Mit der Entwicklung der neuen Medien hat sich das Verhältnis zwischen Texten und Bildern verändert. Während sich der Bildteil kontinuierlich erhöht hat und dabei stärkere Emotionen erzeugt, treten ihm die Texte ihre Stellung ab: „Je jünger das Medium, desto höher ist im Allgemeinen der Bildanteil. Je jünger das Medium, desto stärker tritt der Text in den Hintergrund. Je jünger das Medium, desto emotionaler ist die Bild- und meist auch die Textgestaltung. Je jünger das Medium, desto eher kann das Bild den Text ersetzen“ (Straßner 2002: 21). Schmitz (2015b: 11) konstatiert, fundamentale Sinneskanäle, wie visuelle, auditive, kinästhetische, seien infolge der Digitalisierung „auf ein und derselben technischen Plattform“ zu bespielen. Insbesondere lassen sich Text und Bild „einfach und billig in gemeinsamer visueller Gestaltung (Typographie, Layout)“ erzeugen und verarbeiten.

Stöckl (2004a: 5) identifiziert das „systematische[] Textdesign“ als einen der Gründe für den Aufschwung der Bildverwendung im schriftlichen Text und das Auslaufen der klassischen monomodalen Schriftsprache. Dabei bezieht er sich auf den Wandel hin zu einer visuellen Gestaltung von Texten durch Typografie und Layout. Aus der Sicht des visuellen Textdesigns lässt sich der Gesamttext jedoch als eine „Sehfläche“ betrachten, auf der „Texte und Bilder in geplantem Layout gemeinsame Bedeutungseinheiten bilden“ (Schmitz 2011: 25). Auf einer Sehfläche generieren Sprache und Bilder „gemeinsam Sinneinheiten“ (Meer/Pick 2019: 62). Diese bezeichnet Stöckl als „Sprache-Bild-Verknüpfung“, die „intermodale Kohäsion und Kohärenz“ formaler und inhaltlicher Zusammenhänge zwischen sprachlichen und bildlichen Bestandteilen im Gesamttext herstellt. Die Sprache-Bild-Kohäsion beruht auf dem Zusammenwirken der Design- und Layoutgestaltung sowie der form- und farbbezogenen Komplementarität. Hingegen besteht die Sprache-Bild-Kohärenz in wechselseitigen Bezügen zwischen Sprache und Bildern, genauer gesagt in der semantischen Bedeutungsrelation oder in logisch-rhetorischen Mustern in der textuellen Gesamtheit (vgl. Stöckl 2011a: 55–56). Gemäß Schmitz (2011: 32) liegt eine „Text-Bild-Partnerschaft“ vor, wenn die zwei Zeichenressourcen Sprache und Bild nicht isoliert voneinander funktionieren, sondern durch ihr Zusammenwirken eine simultan und holistisch wahrgenommene Gesamtbotschaft erzeugen. Derartige

Sprache-Bild-Zusammenhänge werden in Bucher (2011b, 2012b, 2012a, 2019) und Siever (2015) als „intermodale Relation“ bezeichnet. Hierbei sind die einzelnen Elemente von Sprache und Bild nicht unabhängig voneinander, sondern es existiert eine sinnvolle und nachvollziehbare Verbindung zwischen ihnen. Der „Gesamtsinn“ ergibt sich aus ihrer „wechselseitigen Kontextualisierung“ (Bucher 2019: 665). Das Zusammenwirken von Text und Bild als Einheit bezeichnet Schmitz (2015a: 12) als „Text-Bild-Gefüge“. Darüber konstatiert er:

„D[ie] Produzent[in] reiht die Informationen nicht wie bei einer Perlenkette linear hintereinander auf, sondern verteilt sie nach einem kartografischen Plan (Layout und Design) auf der Fläche. Rezipient[innen] nehmen diese Fläche zuallererst als Ganzes wahr und erfassen sie dann (top down) wie ein Bild zunächst in ihrer oberflächlichen Gestaltung“.

In der vorliegenden Arbeit übernehme ich die Bezeichnung „intermodale Relation“ von Siever (2015: 273) und Bucher (2011b, 2012b, 2012a, 2019) für die Text-Bild-Beziehung bzw. die Text-Bildzeichen-Relation, um das Zusammenwirken von textuellen Äußerungen und Bild zu betonen.

Die Text-Bild-Relation wurde in Forschungsarbeiten auf semantischer, syntaktischer und pragmatischer Ebene thematisiert. Im Fokus der semantischen Ebene steht die intermodale Relation vor allem in den drei Kategorien Redundanz, Diskrepanz und Komplementarität.⁸⁹ Die redundante Beziehung beschreibt die Übermittlung identischer und wiederholter Botschaften durch Bild und Text. Redundanz vermag eine negative oder auch positive Rolle zu spielen. Negative Aspekte ergeben sich aus „einer erhöhten Informationsmenge“, die zu „Langeweile“ und „Unlust“ führen kann, während die positiven Aspekte auf den „minimalen formalen Variationsspielraum“ zwischen Text und Bild zurückgehen (Alexander 2013: 75–76). Steinseifer (2011: 258) bezeichnet die Diskrepanz als eine negative Beziehung, die sich als „zusammenhangsloses Nebeneinander bzw. Widerspruch

89 An diesem Punkt ergänze ich drei Klassifikationen der intermodalen Relationen: Steinseifer (2011) fasst die sieben Kategorien Diskrepanz, Redundanz, Kontradiktion, Komplementarität, Ergänzung, Hintergrundbereitstellung und Spannung zusammen; Luginbühl (2011) unterscheidet vier Aspekte der Text-Bild-Relation, nämlich Redundanz, Dominanz, Komplementarität und Diskrepanz bzw. Kontradiktion; und Alexander (2013) untergliedert die semantischen Relationen der Texte und Bilder in Diskrepanz, Redundanz und Komplementarität.

zwischen Text und Bild“ (Luginbühl 2011: 258) darstellt. Die komplementäre Beziehung zwischen Text und Bild hingegen zeichnet sich durch ein erfolgreiches „Gesamtverständnis der Integration beider Modi“ aus, d.h., „der eine Modus erklärt, spezifiziert, illustriert oder kontrastiert den anderen“ (Frischherz/Sprenger 2016: 53). Diesen drei Klassifikationen fügt Luginbühl (2011) eine dominante Relation hinzu, bei der entweder das Bild oder der Text eine richtungsweisende Rolle bei der Informationsrezeption in einer Gesamtheit einnimmt. Nöth zufolge ist die Dominanz von Text und Bild nicht konventionell. Hin und wieder überwiegen die verbalen Botschaften, manchmal sind die bildlichen Botschaften beherrschend im ganzen Text (vgl. Nöth 2000: 492). „Bilddominanz“ tritt beispielsweise in Gemälden oder Werbungen auf, während „Textdominanz“ z. B. im abstrakten Theoriebeitrag, in dem ein Bild lediglich als Illustration fungiert, zu finden ist (Nöth 2000: 493).⁹⁰

Zur Feststellung der Beziehungen von Bildern zum „Ko-Text/Kontext“ erläutert Franziska Große die Relevanz der Denotation und Konnotation der bildlichen Zeichen in „sozio-kulturellen Zusammenhängen, die für die Bedeutungszuschreibung der Signifikanten und Signifikate ausschlaggebend sind“ (Große 2011: 97). An dieser Stelle ist noch das Begriffspaar „Denotation“ und „Konnotation“ einzuführen: Unter Denotation wird die „Grundbedeutung eines Zeichens, also der fixe, situationsunabhängige Bedeutungskern“ verstanden. Im Unterschied dazu handelt es sich bei der Konnotation um „Bedeutungselemente, die in einem bestimmten Kontext zur Grundbedeutung hinzukommen“ (Frischherz/Sprenger 2016: 56).

Ferner wird die intermodale Relation auch auf der syntaktischen Ebene analysiert. Typischerweise gliedert sie sich in drei Fälle nach Maßgabe „ihrer räumlichen Beziehungen in der Bild- bzw. Schreibfläche“ in die räumliche (und zumeist auch zeitliche) Trennung; Nebeneinanderstehen im Kontext eines Werks; räumliche Integration ineinander (Nöth 2000: 494). Stöckl ordnet dies zwei Klassifikationen zu: Die erste Möglichkeit ist eine „deutliche positionale Abgrenzung“ zwischen Text und Bild, die als „linearisiertes Muster“ bezeichnet wird. Der andere Typ der Text-Bild-Relation wird als „visuell-graphische Gesamtheit simultan-ganzheitlich wahrgenommen“, bei der sich Text und Bild „räumlich-graphisch ineinander integrieren“;

90 Luginbühl führt aus, dass Redundanz ein „direktes Verhältnis“ ist, Dominanz und Komplementarität aber „indirekte Verhältnisse“ sind (Luginbühl 2011: 258).

Stöckl nennt dies ein „simultanes Muster“ (Stöckl 2011a: 56–57). Die von Nöth und Stöckl betrachtete Position oder Abfolge wird durch eine „kulturspezifische Leserichtung“ bestimmt, die im europäischen wie auch im chinesischen Raum von „links oben bis rechts unten“ (Siever 2015: 274) verläuft.

Die pragmatischen Text-Bild-Relationen umfassen „die Formen der Bezugnahme, des Zeigens, vom Text zum Bild und vom Bild zum Text“ (Nöth 2000: 492); sie bestehen in einem komplementären Zusammenwirken der beiden Zeichenressourcen. Die „gegenseitige Bezugnahme zwischen Bild und Text“ bzw. der „indexikalische Verweis“ vollzieht sich typischerweise durch verbale Mittel wie „deiktische Wörter“ und nonverbale Elemente wie „Pfeile oder die Kontiguität von Schrift und Bildelement“ (Nöth 2000: 494; Siever 2015: 281).

Die Multimodalität in der digitalen schriftbasierten Messenger-Kommunikation zeigt sich im Zusammenspiel verschiedener Zeichentypen. Dies stellt sich insbesondere in der Verwendung von Memes (Stickern) im Dialog dar, die nicht ausschließlich aus reinen Bildzeichen bestehen, sondern aus einer Kombination von Bild und Text. In diesem Sinne bezieht sich solche schriftliche digitale Kommunikation in vielen Fällen auf eine „doppelte Multimodalität“: erstens auf die Kooperation von Bildzeichen und geschriebener Sprache und zweitens auf die innere Gestaltung von Bildzeichen, die aus verschiedenen Zeichentypen bestehen. In der vorliegenden Arbeit liegt der Schwerpunkt auf dem Zusammenwirken verschiedener Zeichenmodalitäten im schriftlichen Dialog (wenngleich mit gewisser Rücksicht auf die multimodalen Elemente innerhalb von Bildzeichen).

5.3 Multimodales Verstehen

Bucher (2011b) betrachtet das multimodale Verstehen⁹¹ als eine Interaktion und identifiziert zwei wesentliche Probleme bei der multimodalen Kommunikation und Rezeption. Zum einen betrifft das „Problem der Kompositionalität“ den Beitrag unterschiedlicher einzelner Zeichenressourcen zum Gesamtsinn. Hierbei werden die zwei Aspekte „der ganzen multimodalen Kommunikationseinheiten“ und „die kleinste bedeutungstragende Einheit eines Kommunikationsbei-

91 Diese Arbeit lehnt sich an die Begriffsdefinition von Scholz (2016: 23) an: „Beim Verstehen geht es erst stets um das Erkennen von Relationen, Strukturen, Verbindungen und Mustern oder, wie ich es zusammenfassen möchte, um das Erkennen von Zusammenhängen“.

trags“ gemeinsam berücksichtigt (Bucher 2011b: 126). Zum anderen präsentiert sich „das Problem der Rezeption“ auf der pragmatischen Ebene, d.h. im Ablauf der Rezeption durch die Empfängerin. Dieses zweite Problem umfasst die Interaktion zwischen der Rezipientin und den beteiligten Zeichenressourcen (vgl. Bucher 2011b: 127). Dementsprechend ist multimodales Verstehen einerseits „reziprok“, indem es unter Berücksichtigung aller semiotischen Ressourcen zu realisieren ist, und andererseits „rekursiv“. So gesehen entsteht ein umfassendes Verständnis durch die andauernde Bearbeitung und Modifizierung der Interpretation (vgl. Bucher 2012a: 292).

In diesem Sinne wird das multimodale Verstehen im Folgenden aus drei Perspektiven dargelegt. Erstens sollte der Ausgangspunkt im Verstehensprozess einer multimodalen Produktion vorrangig unter Berücksichtigung aller Zeichentypen in Sprach-, Bild- und Textelementen festgelegt werden. Szurawitzki (2017: 120) betont, dass die Verbindung von Bild- und Textmodalitäten essenziell ist, um ein umfassendes Verständnis der gesamten Produktion zu erlangen. Durch die Betrachtung der bildlichen und sprachlichen Zeichentypen im Gesamttext kann ein Einblick in die dominante Rolle, die sogenannte „intermodale Relation“, gewonnen werden. Neben den oben genannten intermodalen Relationen auf semantischer, syntaktischer und pragmatischer Ebene bietet Kress noch einen weiteren Ansatz, indem er darauf hinweist, dass „zeitliche Zusammenhänge wie Ursache-Wirkung, chronologische Abfolgen oder die Intentionalität einer Handlung“ für die Untersuchung des sprachlichen Textteils und der Bildelementen von großer Relevanz sind (Bucher 2019: 664). Zweitens ist eine Verarbeitung des Sprache-Bild-Textes ohne Vorkenntnisse nicht durchführbar. Multimodales Verstehen erfordert sowohl das „semiotisch-typologische Wissen“, das die Abgrenzung des „heterogenen Zeichenangebot[s] nach Modalitäten“ und die Konzipierung der Teilinformationen betrifft, als auch das „Textsortenwissen“, das auf dem Verstehen der „Modalitäten in ihrem textuellen Rahmen und ihrer wechselseitigen Bezogenheit“ sowie ihrer Fähigkeit zur Integration „zu einer sinnhaften Gesamtaussage“ beruht (Stöckl 2016a: 88). Drittens ist die Bedeutungsgenese jedes Zeichentyps auf „spezifische kulturell und sozial bedingte Ressourcen“ zurückzuführen (Bucher 2019: 663). Kulturellen Hintergründen sowie der sozialen Wissensreserve werden besondere Bedeutung für das Verstehen von hybriden Texten beigemessen. Daher argumentiert (Stöckl 2016b: 11),

dass das Bildverstehen auf „Vorwissen, Kontext, Seherfahrungen und inferierende[n] Prozesse[n]“ des Adressaten basiert. Das Bildverstehen ist Stöckl (2011a: 53) zufolge in diesem Sinne eine „Abfolge von perzeptueller und kognitiver Tätigkeit“.

Diese drei Punkte greifen auf die sogenannte „multimodale Kompetenz“ zurück, was für die Produktion und verstehende Rezeption multimodaler Texte notwendig ist. Müller (2012: 31) vertritt den Standpunkt, dass Personen ohne multimodale Kompetenz heutzutage Schwierigkeiten haben, Informationen angemessen zu rezipieren. Multimodale oder „semiotische Kompetenz“ umfasst „kognitive und textpraktische Fähigkeiten“, die beim Umgang mit Texten mit verschiedenen Zeichenmodalitäten erforderlich sind (vgl. Hennecke 2017: 56; Stöckl 2011a: 45). Laut Stöckl (2011a: 45) ist die multimodale Kompetenz ebenfalls von besonderer Relevanz für die kategorisierende Erkennung der Bildertypen, die Zuweisung wichtiger Bedeutungen des Bildes im Kontext, das Verständnis des Zusammenspiels zwischen Bildern und Texten, die Integration semantischer Texte und kontextbezogener Bilder sowie die Einbeziehung verschiedener Merkmale von Zeichenressourcen im Verständnisvorgang des Gesamttextes. Müller (2012: 30) betont die Bedeutung der Vermittlung von „Schlüsselkompetenz“ (Gapski 2009: 47, zitiert nach Müller 2012: 31), insbesondere im Hinblick auf die multimodale Kompetenz im Social Web, beginnend mit der schulischen Bildung. In diesem Sinne sind Fähigkeiten wie ein klarer Einblick in die Funktionsweise verschiedener Plattformen, die Konventionen für die Handhabung solcher Plattformen, die Einbettungsweise verschiedener Zeichenmodalitäten sowie das gute Verständnis über Verbales und Nonverbales im digitalen Schreiben von Bedeutung.

Keyboard-to-Screen-Kommunikation (KSC)

Im vorangegangenen Teil beschäftigte ich mich mit der schriftlichen Interaktion in den Messenger-Diensten als multimodale Kommunikation, wobei ich die Merkmale der Zeichenressourcen – Sprache und Bild – sowie die Text-Bild-Relation erörtert habe. Dabei ist zu beachten, dass die Sprache in Messenger-Diensten nicht mit der schriftlichen Standardkommunikation gleichzusetzen ist. Tatsächlich weisen „schriftliche Nachrichten, die in digitaler Kommunikation produziert und ausgetauscht werden, z.T. erhebliche Abweichungen von Texten der geschriebenen Standardsprache auf“ (Beißwenger 2015: 3). Im digitalen Austausch eignen der Schriftsprache „Auffälligkeiten“ (Beißwenger 2015: 3), die von den kommunikativen Technologien und immer stärkeren Tendenzen zu Mobilität und Internetnutzung bewirkt werden. In diesem Abschnitt wird die schriftbasierte Kommunikation in Messenger-Diensten theoretisch adressiert und die Kennzeichen schriftlicher Dialogizität diskutiert.

6.1 Zur begrifflichen Grundlage

Die Konzepte, die sich auf den Sprachgebrauch in den neuen Medien konzentrieren, sind vielfältig und überschneiden sich teilweise. Um die Keyboard-to-Screen-Kommunikation zu beschreiben, beginnt dieser Abschnitt zunächst mit der terminologischen Differenzierung, und zwar mit den Begriffen IBK, CMC, EMC, DMC, die bei Beißwenger/Pappert (2018), Crystal (2011), Jucker/Dürscheid (2012: 40) und Imo (2017) erörtert werden.

Beißwengers Konzept Internetbasierter Kommunikation (IBK) handelt von „der dialogisch-interaktionalen Sprachverwendung unter den Bedingungen digitaler Vermittlung“, bei der eine Internetverbindung als technische Grundlage der Kommunikation dient (vgl. Beißwenger/Pappert 2018: 448). Der Gebrauch der „technischen Infrastruktur des Internets“ sieht Storrer (2018: 226) als die zentrale Charakteristik der Internetbasierten Kommunikation an. Die IBK

überbetont allerdings die zugrundeliegende Funktion des Internets und führt dadurch zu einer problematischen Grenzziehung. So kann die WhatsApp-Kommunikation unter dem Konzept IBK erforscht werden, aber die SMS-Kommunikation erscheint dabei nicht als Untersuchungsobjekt der KSC (vgl. Imo 2017: 95).

Die Bezeichnung „computer-mediated communication (CMC)“ wird mit „computervermittelte Kommunikation“ (CVK) ins Deutsche übersetzt. Unter CMC versteht McQuail (2010: 552) „any communicative transaction that takes place by way of a computer, whether online or offline, but especially the former“. Trotz der häufigen Verwendung des Begriffs gibt es auch Kritik an CMC. Einerseits greift das Konzept zu weit, indem es „all forms of communication, such as music, photographs, line-drawings, and video, as well as language in the strict sense of the word“ umfasst (Crystal 2011: 1). Andererseits ist die Verbreitung von Smartphones eine Herausforderung für den CMC-Begriff, weil Mobiltelefone üblicherweise nicht primär als Computer betrachtet werden (vgl. Jucker/Dürscheid 2012: 40). Dies liegt daran, dass die Nutzerin beim Telefonieren nicht unbedingt wahrnimmt, einen Computer an ihrem Ohr zu haben (Crystal 2011: 2).

Schließlich wendet sich Crystal Konzepten wie EMC und DMC zu. Die Bezeichnung „electronically mediated communication“ (EMC) umfasst sowohl Online- als auch mobile Kommunikation (Baron 2012: 334). Ähnliches gilt für DMC, die „digitally mediated communication“. Mit diesen zwei Termini verlagert sich der Fokus vom Computer als kommunikatives Medium auf die Art und Weise der Kommunikation (elektronisch/digital) (vgl. Jucker/Dürscheid 2012: 40). Dennoch sind sie ebenfalls zu weit gefasst. Nicht nur sprachliche Interaktionen sind in diesen zwei Konzepten zugelassen, auch Fernsehen, digitales Radio usw. gehören zu ihren Forschungsgegenständen (vgl. Imo 2017: 15).

Um die terminologischen Probleme zu lösen, führen Jucker/Dürscheid das Konzept „Keyboard-to-Screen-Kommunikation“ (KSC) ein. Dieses dient als Oberbegriff für alle Arten der Mensch-zu-Mensch-Kommunikation in den neuen Medien, einschließlich smartphonebasierter Textnachrichten und internetbasierter Kommunikation. KSC orientiert sich an Kommunikationsformen, die die folgenden drei Voraussetzungen erfüllen:

- primarily graphically realized;
- either in a one-to-one, a one-to-many or a many-to-many-format
- and mediated by cell phones, smart phones, or networked PC tablets and computers (Jucker/Dürscheid 2012: 40–41).

Die schriftbasierte Kommunikation im Internet erfolgt in erster Linie über Tastatur und Bildschirm, weil der Schrift eine zentrale Position in der digitalen menschlichen Interaktion verliehen wird (vgl. Dürscheid/Frick 2014: 155, 2016: 60). Als „primär schriftbasiert“ bezeichnen Dürscheid und Frick (2016: 61) „Plattformen, auf denen die Nutzer[innen] vorzugsweise schriftlich kommunizieren“. Die Produzentinnen und Rezipientinnen des „Tastaturschreibens“ (Dürscheid/Brommer 2009: 5) können jeweils eine Person oder auch eine Gruppe sein. Solche „getippten Dialoge“ (Beißwenger 2015: 6; Dürscheid/Brommer 2009: 4) sind mit verschiedenen technischen Geräten durchzuführen: Eine Schreiberin gibt die Nachrichten über die Tastatur ein, während die andere die Botschaften auf dem Display liest (vgl. Dürscheid/Frick 2014: 152; Jucker/Dürscheid 2012: 41). Dazu erläutern Jucker/Dürscheid:

„[...] within KSC communication, there is not only a convergence of media, but also a convergence of forms of communication: The user does not have to change either the medium (e.g. telephone vs. computer) in order to switch to another communicative activity or the platform to use another communication tool. Of course, there are different technical devices involved in KSC (Blackberries, iPhones, iPads, PCs, etc.), but all these devices, as different as they are, have one thing in common, i.e. a physical keyboard (or a virtual one on a touch-screen) and a screen.“

Obwohl Herring et al. (2013: 5) und Storrer (2018: 227) gegen das Konzept der KSC einwenden, es sei aufgrund der Vernachlässigung von Audio- und Videokommunikation sowie bildlicher Darstellung und der Beschränkung auf graphische Kommunikation „zu eng“, wird KSC als Oberbegriff für Daten, die „schriftlich verfasst und digital verschickt werden“, in der Datenbank MoCoDa verwendet (Imo 2017: 96).

In dieser Studie, die sich auf die schriftbasierte Kommunikation in Messenger-Diensten konzentriert, erweist sich das Konzept der KSC als besonders passend. Einerseits sind die Hauptkritikpunkte an

der KSC aufgrund der Ignorierung der Audio-/Video-Kommunikation für meine Untersuchung irrelevant, da sie nicht zu meinem Untersuchungsgegenstand gehört. Andererseits wird das Senden von Bildern – hier: Bildzeichen – in der schriftbasierten Kommunikation bereits durch das Tippen auf der virtuellen Tastatur auf dem Kommunikationsinterface (z.B. WhatsApp und WeChat) ermöglicht und die entsprechende Reaktion vollzieht sich hauptsächlich in schriftlicher Interaktion, durch die digitale Tastatur und den Bildschirm. KSC misst ebenfalls graphischen Kommunikationsmitteln hohe Relevanz bei, wie die Betonung der „Bildlichkeit“⁹² in der KSC-Kommunikation von Dürscheid/Frick (2014: 173) verdeutlicht. Insofern scheint die Kritik von Storrer (2018: 227), dass KSC die „per Tastatur erzeugt[en]“ Bilder nicht berücksichtigt, nicht zuzutreffen.

6.2 Operationalisierung des KSC-Begriffs

Obwohl die technischen Voraussetzungen wie eine Tastatur und ein Bildschirm von KSC betont werden, stehen die „user activities“ und „user expectations“ im Mittelpunkt der KSC-Erforschung. Unter dem Konzept KSC weisen Jucker und Dürscheid auf sieben Kategorien der Operationalisierung zur Unterscheidung der verschiedenen Kommunikationsformen hin, nämlich 1) „asynchron“ versus „synchron“, 2) „geschrieben“ versus „gesprochen“, 3) „monologisch“ versus „dialogisch“, 4) „Text“ versus „Äußerung“, 5) „öffentlich“ versus „privat“, 6) „mobil“ versus „stationär“, und 7) „monomodal“ versus „multimodal“. In den folgenden Abschnitten werden die für die Analyse und die Beantwortung der Forschungsfragen relevanten Kategorien in Anlehnung an die Ausführungen von Jucker/Dürscheid (2012) voneinander abgegrenzt.

1) „Asynchron“ versus „synchron“

Jucker/Dürscheid (2012) unterscheiden drei Arten von Kommunikationssituationen, nämlich „Synchronizität“, „Asynchronität“ und „Quasi-Synchronizität“. Unter synchroner Kommunikation verstehen Jucker und Dürscheid, dass die Nachrichten nicht „turn-by-turn“, sondern „stroke-by-stroke“ übertragen werden. Neben der Ko-Präsenz der

92 Unter „Bildlichkeit“ verstehen Dürscheid/Frick (2014: 173) „sowohl die Möglichkeit, Zeichen mit Hilfe der Emoji-Tastatur in den Text einzufügen (s.o.), als auch den kostenfreien Foto- und Videoversand“.

Kommunizierenden erfolgen das Senden und Empfangen der Nachrichten ebenfalls gleichzeitig (vgl. Jucker/Dürscheid 2012: 43). Gegenätzlich geht es bei der Asynchronität um die zeitliche Versetzung bei der Produktion und Rezeption der Nachrichten.⁹³ Der Begriff „quasi-synchrone schriftbasierte Kommunikation“ wird von Dürscheid so definiert, dass Senderin und Rezipientin „ihre kommunikativen Aktivitäten in unterschiedlichen Teilsituationen [vollziehen]; die Gesamtsituation wird über den Text und über den gemeinsamen Kommunikationsraum hergestellt“ (vgl. Dürscheid 2003: 44).⁹⁴ Da die Erzeugung und der Empfang von Äußerungen zeitlich entkoppelt sind, der Zeitabstand zwischen den einzelnen Nachrichten in den Dialogen aber äußerst gering ist, wird die Chat-Kommunikation als quasi-synchron, nicht aber als synchrone Kommunikation betrachtet (vgl. Dürscheid 2018a: 35). Die Messenger-Dienste-Kommunikation ist bekannt für ihre quasi-synchrone Realisierung gegenüber anderen Kommunikationsformen wie SMS-Dialogen oder Face-to-Face-Gesprächen. Dennoch bedeutet dies nicht, dass sie ausschließlich in einer quasi-synchronen Form verläuft. In WeChat oder WhatsApp müssen erhaltene Text- oder Audio-Nachrichten nicht sofort zur Kenntnis genommen werden. Es kann daher vorkommen, dass Nutzerinnen erst nach längerer Zeit antworten. Eine schriftliche Interaktion in Messenger-Diensten kann sich deshalb über einen längeren Zeitraum ausdehnen. In diesem Fall ist die Messenger-Kommunikation asynchron, ihr Grad der Interaktivität lässt nach.

2) Mündlichkeit-Schriftlichkeit

Seit Jahren bietet das Nähe-Distanz-Kontinuum von Koch/Oesterreicher einen Ausgangspunkt für die linguistische Erörterung der Abgrenzung von Mündlichkeit und Schriftlichkeit. Dem Koch-Oesterreicher-Modell zufolge gliedert sich die Realisierungsform sprachlicher Äußerung zum einen in den phonetischen und graphischen Code auf der Ebene des Mediums, zum anderen ist die sprachliche Äußerung als gesprochene oder geschriebene einer kommunikativen Strategie, der Konzeption, zuzuordnen (Koch/Oesterreicher

93 Zur weiteren Abgrenzung von Synchronizität und Asynchronität siehe beispielsweise Dürscheid (2005), Döring (2003), Thaler (2005), Beißwenger (2007), Beißwenger (2003).

94 Beißwenger bezeichnet die quasi-synchrone Kommunikation als „annähernd synchron“ (Beißwenger 2002; 2003, zitiert nach Beißwenger 2007: 37).

Vom Nähe-Distanz-Kontinuum ist „nicht mehr so oft die Rede“ (Dürscheid 2021b: 74). Die Kommunikationsbedingungen des Internets, so Dürscheid (2021b), hätten sich verändert, so dass es problematisch sei, die neuen Kommunikationsformen mit dem Koch/Oesterreicher-Modell zu beschreiben. Beispielsweise kann ein WhatsApp-Dialog über mehrere Monate fortgeführt werden und aus verschiedenen auditiven oder schriftlichen Nachrichten, Bildern oder Bildzeichen bestehen. In einem solchen Fall ist es schwierig, das Nähe-Distanz-Kontinuum anzuwenden.

Der Ausdruck „konzeptionell schriftlich“ kann vor allen Dingen auf Stichwörter bezogen werden, die eng an die prototypischen Merkmale der „Sprache der Distanz“ anknüpfen, wie „räumliche und zeitliche Distanz“, „Fremdheit der Beteiligten“, „Öffentlichkeit“, „monologisch“, „Reflektiertheit“, „Situationsentbindung“ und „formell“ (vgl. Beißwenger 2015: 27; Koch/Oesterreicher 1985: 21). Im Gegensatz dazu verweist „konzeptionell mündlich“ in erster Linie auf Stichwörter wie „räumliche und zeitliche Nähe“, „Vertrautheit der Interagierenden“, „Privatheit“, „dialogisch“, „Spontaneität“, „Situationsverschränkung“ und „informell“ (Koch/Oesterreicher 1985: 21).

Die schriftliche Alltagskommunikation im Internet umfasst eine breite Palette an konzeptionellen Mündlichkeiten. Digitale Schreibenden sind mit Erscheinungen in der schriftlichen digitalen Interaktion vertraut, die im Kontext der konzeptionellen Mündlichkeit erfolgen. Diese Sprachverwendung orientiert sich an der „Sprache informeller, mündlicher Gespräche“. Umgangssprachliche Ausdrücke oder Satzkonstruktionen werden in Textnachrichten verwendet (vgl. Beißwenger 2015: 22). Überdies setzen Dürscheid/Frick (2016) zwei Kategorien für Merkmale des digitalen Schreibens an. Sprachliche Phänomene wie Abkürzung, Anglizismen, Tilgungen, Reduktionen, Assimilationen, Auslassungen, Inflektive, Weglassen von Begrüßungsformeln sind typischerweise Stilmittel. Daneben lassen sich Merkmale wie die Kleinschreibung von Substantiven, Wiederholung von Buchstaben und Satzzeichen, Imitation lautlicher Merkmale, exzessive Verwendung von Interpunktionszeichen, ‚Häppchenschreiben‘ auf der textuellen Ebene sowie die Einbettung piktoraler Elemente erkennen. Beißwenger (2015: 22) kommentiert ebenfalls einige Erscheinungen in der schriftlichen digitalen Interaktion, die vor dem Hintergrund konzeptioneller Mündlichkeit auftreten. So orientiert sich Sprachverwendung in Messenger-Diensten an der „Sprache informeller,

mündlicher Gespräche“, an Ausdrücken oder am Satzbau der Umgangssprache.

3) Monologisch versus dialogisch

Dürscheid (2016b: 438–439) differenziert die Termini „Dialog“ und „Monolog“ in Anlehnung an das „Metzler Lexikon Sprache“, das „Dialog“ mit „Unterhaltung, Wechselrede, Gespräch“ umschreibt, während „Monolog“ als „ein Gespräch, Rede nur eine[r] Sprecher[in]“ zu verstehen ist. Die ursprüngliche deutsche Übersetzung für Dialog ist „Zwiegespräch“, jedoch werden heutzutage auch Kommunikationen mit mehr als zwei Teilnehmerinnen als Dialog bezeichnet (Metzler Lexikon Sprache 2016: 148). Auf die Unterscheidung „dialogisch versus monologisch“ kommt es einerseits bei der Abgrenzung von gesprochener und geschriebener Sprache insofern an, als gesprochene Sprache als dialogisch und geschriebene als monologisch im prototypischen Fall angesehen wird (vgl. Dürscheid 2016a: 33). Andererseits spielt dieses Paar bei der Abgrenzung zwischen Text und Äußerung eine besondere Rolle, welcher sich der weitere Abschnitt widmet. Text wird vorrangig als Monolog untersucht, während Äußerungen insbesondere als Dialoge verstanden werden. Daher führen Jucker und Dürscheid die Abgrenzung der Kategorie „monologisch versus dialogisch“ und „Text versus Äußerung“ durch. Die Erwartung der Reaktion des Gegenübers in der Kommunikation ist von großer Relevanz für die Differenzierung von Monolog und Dialog. Die Rückmeldung auf ein textuelles Produkt kann zeitnah erfolgen, wie etwa in der Messenger-Kommunikation, oder mit einer längeren Zeitversetzung, wie im Briefwechsel (vgl. Dürscheid 2016a: 34). Einen prototypischen Monolog begleitet keine Erwartung von Rückkopplungen einer Kommunikationspartnerin. Im Gegensatz dazu bildet die Wechselrede zwischen den Interaktantinnen einen notwendigen Bestandteil in einem Dialog. Dabei argumentieren Imo und Lanwer dafür, dass, „je stärker [...] eine Rückmeldung durch Kommunikationspartner[innen] erwartbar ist und je weniger vorgeplant ein ‚Text‘ ist, desto mehr wird der Monolog dialogische Züge aufweisen“ (Imo/Lanwer 2019: 11–12).

4) Text versus Äußerung

Der Begriff „Text“ wird als „eine sprachliche und zugleich kommunikative Einheit, [...] d.h. eine begrenzte, grammatisch und thematisch zusammenhängende (kohärente) Folge von sprachlichen Zeichen“ (Brinker et al. 2018: 19–20) bestimmt. Jucker und Dürscheid fassen sechs Merkmale von Texten zusammen: Sie seien a) im graphischen Code realisiert, b) für asynchrone Rezeption bearbeitet, c) lang, d) kontextfrei, e) geplant und f) monologisch (Jucker/Dürscheid 2012: 44). Ein Text ist „eine über den Satz hinausgehende, abgeschlossene, thematisch gebundene, sinnvolle sprachliche Einheit“ (Fix 2008: 17), die „wichtigste Struktureinheit“ eines Textes ist der Satz (Brinker et al. 2018: 20). Sätze werden in einer bestimmten Kommunikationssituation ausgesprochen („geäußert“), mit ihnen möchte eine Interaktantin etwas mitteilen. Geäußerte Sätze sind Äußerungen, und das heißt: „Man redet von Äußerungen nur, wenn man annimmt, daß sie in einer konkreten Kommunikationssituation auch tatsächlich gemacht worden sind“ (vgl. Meibauer 2008: 8). Der Begriff der „Äußerung“ hielt in der Schrift- und Gebärdensprache später Einzug als in der gesprochenen Sprache, aber ein Konsens, dass Äußerungen „kommunikativ-funktionale Einheiten“ sind, herrscht auf allen diesen drei Ebenen (Dürscheid/Schneider 2015: 181). In der geschriebenen Sprache orientieren sich Äußerungen in der „informellen, nächsprachlichen“ Kommunikation nicht unbedingt an der „grammatischen Vollständigkeit“ (Dürscheid/Schneider 2015: 181).

Jucker/Dürscheid (2012: 44) halten es für unzureichend, Chat-Beiträge in den Kategorien „Text“ oder „Äußerung“ zu klassifizieren, da sie sowohl graphisch realisiert als auch spontan, kontextgebunden und in einem dialogischen Kontext verankert sind. Daher schlagen sie für Chat-Beiträge den Terminus „kommunikativer Akt“ („communicative act“) vor (siehe Teil 6.3). Zudem ist eine weitere Perspektive von Dürscheid zu ergänzen, wonach Beiträge in der WhatsApp-Kommunikation zu den „kleinen Texten“⁹⁵ gezählt werden. Solche kleinen Texte treten hauptsächlich „in dialogischen Kontexten“ (Dürscheid 2021a: 137) auf, in denen viel mehr „Schreibstrategien“ eingesetzt werden, etwa Bildzeichen und der Umgangssprache ähnelnde Elemente wie Dialekte (Dürscheid 2021a: 132).

95 „Klein“ bezeichnet hier die Textlänge, die Zeichenzahl eines Textes (Dürscheid 2021a: 119).

5) Öffentlich versus privat

Öffentliche Kommunikation ist „öffentlich und häufig – aber nicht zwingend – durch Massenmedien vermittelt“ (Bentele et al. 2003: 7), sie findet sich in Massenmedien wie journalistischen Nachrichten oder öffentlichen Foren. Der „Zugänglichkeit“ wird eine hervorragende Bedeutung dafür beigemessen, ob eine Kommunikation als öffentlich gelten kann. Öffentlich ist, „was allgemein zugänglich ist, was jeder wahrnehmen kann“ (Branahl 1998: 180, zitiert nach Dürscheid 2007a: 27). Demgegenüber ist das Private nach Landert/Jucker (2011: 1424) einerseits nicht jedem zugänglich ist, andererseits nicht für andere relevant, weil es persönliche Angelegenheiten betrifft. Allerdings wird Privates in der heutigen Zeit, insbesondere mit dem Aufkommen der sozialen Netzwerke, zunehmend in öffentlichen Umgebungen diskutiert (Landert/Jucker 2011: 1424) und verfügt über größere Zugänglichkeit.

Im Web 2.0 vermischen sich Öffentlichkeit und Privatheit. Da die „Zugänglichkeit zu einem Kommunikationsraum“ graduell sein kann, führt Dürscheid „Halb-Öffentlichkeit“ als Zwischenstufe zwischen „Öffentlichkeit“, „Nicht-Öffentlichkeit“ ein (Dürscheid 2007a: 30). Ein halb-öffentlicher Kommunikationsraum ist demnach nur teilweise für andere zugänglich (Dürscheid 2007a: 29). Gleichzeitig verweist die Kategorie „Privatheit“ auf „den Kommunikationsinhalt und die soziale Beziehung der Kommunikationspartner[innen]“ (Dürscheid 2007a: 30). Zur Abgrenzung öffentlicher und privater Kommunikation präsentieren Landert/Jucker (2011) drei Dimensionen:⁹⁶ erstens die Kommunikationssituation, in der der Grad der öffentlichen Zugänglichkeit variiert; zweitens die thematische Ebene, die sich auf die Skala der Privatheit bezieht; und drittens die sprachliche Verwirklichung, die auf das Ausmaß sprachlicher Unmittelbarkeit verweist.

Analog zu Dürscheids (2007a: 29–30) Konzept privater Themen in öffentlichen oder halböffentlichen Kommunikationsräumen⁹⁷ bezeichnet der medienwissenschaftliche Begriff der „öffentlichen Kommunikation“ die Offenlegung von Themen mit persönlicher Relevanz „in den

96 Im Originaltext werden die drei Dimensionen so bezeichnet: 1) Communicative situation: the scale of public accessibility, 2) Topics: the scale of privacy, 3) Linguistic realization: the scale of linguistic immediacy (Landert/Jucker 2011).

97 Dieses Phänomen wird von Pscheida/Trültzsch (2007: 247) auch als „veröffentlichte Privatheit“ bezeichnet und als „kommunikative Übertragung privater Themen in den Bereich der massenmedialen Öffentlichkeit ungeachtet ihrer öffentlichen Relevanz“ verstanden.

Kommunikationsräumen im Internet“ (Schmidt 2013: 25). Öffentliche Kommunikation kann in enger Verbindung mit den Eins-zu-viele-Massenmedien stehen, beschränkt sich jedoch nicht ausschließlich auf die massenmediale Ebene, sondern schlägt sich in „sozialen Netzwerken und in anderen Kommunikationsformen“ nieder (Brosius 2016: 366; Gliese 2019: 50). Ein solches Phänomen bezeichnet Schmidt (2013: 27) als „persönliche Öffentlichkeiten“, wenn Nutzerinnen in sozialen Medien ihre individuellen Botschaften einem ausgedehnten sozialen Netzwerk zugänglich machen und damit einen Dialog initiieren möchten. Die zugelassene Gruppe ist dabei das „eigene soziale Netzwerk“, also diejenigen Personen, die eine Beziehung zur jeweiligen Mediennutzerin aufgebaut haben – wie Freundinnen, Familien oder Bekannte (vgl. Schmidt 2013: 26).⁹⁸ In solchen Fällen ist die Sprache konzeptionell mündlich; die nächstsprachliche Realisierung stellt sich in der Verwendung mündlicher Ausdrücke, Abkürzungen und Emojis dar, die in der öffentlichen Kommunikation nicht-privater Themen nicht auftreten (vgl. Dürscheid 2007a: 31; Schmidt 2013: 49; Siever 2015: 218).

Die zwischenmenschliche Kommunikation in den Messenger-Diensten umfasst das „Phänomen der medial veröffentlichten Privatheit“ (Pscheida/Trültzsch 2007: 248) bzw. der halb-öffentlichen Interaktion in „WeChat Momente“⁹⁹ sowie im Gruppen-Chat in WeChat und WhatsApp, an denen drei bis über hundert Personen teilnehmen können. Die private Eins-zu-eins-Kommunikation und die typische halb-öffentliche Gruppenkommunikation werden im empirischen Teil (9.3) näher beleuchtet.

98 Die Verbreitung öffentlicher Kommunikation in den sozialen Netzwerken wird in Haas/Brosius (2011), Haas/Keyling/Brosius (2010) und Gliese (2019) als „interpersonal-öffentlich“ bezeichnet, eine „Zwischenform“ interpersonaler und massenmedialer Kommunikation (Brosius 2016: 363; Gliese 2019: 39; Schmidt 2013: 11), die hauptsächlich auf Blogs und in Sozialen Medien, wie zum Beispiel in Facebook, stattfindet (Gliese 2019: 38).

99 WeChat Momente übernimmt die Funktion der Sozialen Netzwerke. In den Momenten postet die Nutzerin Bilder, Fotos oder Nachrichten, die je nach Einstellung der Sichtbarkeits-Liste mit anderen Kontakten in WeChat geteilt werden. Allerdings bleiben die Kommentare oder die Personen, die auf den „Gefällt-mir-Button“ getippt haben, für den erweiterten Freundeskreis verborgen und sind ausschließlich für die gemeinsamen Kontakte sichtbar. Falls jemand aus diesem Kreis ein Posting kommentiert oder den „Like-Button“ betätigt, erhalten die gemeinsamen Kontakte, die vorher schon kommentiert und das Posting „ge-liket“ haben, eine Erinnerung, damit eine neue Chance für einen Austausch über das betreffende oder ein anderes Thema geschaffen wird.

6) Mobil versus stationär

Jucker und Dürscheid sind der Ansicht, dass die Differenzierung der „mobilen“ und „stationären“ Mediennutzung überholt ist, da zahlreiche Menschen ein Smartphone besitzen und das Internet jederzeit und überall nutzen können (Jucker/Dürscheid 2012: 45). Insbesondere verfügen Jugendliche, die als „digital natives“ (Dürscheid/Frick 2016: 129) bezeichnet werden, über „ein breites Repertoire an Mediengeräten“: 96% der Jugendlichen besitzen der JIM-Studie 2022 zufolge ein eigenes Smartphone. Im Grunde gewährt die mobile Kommunikationstechnologie eine ständige Erreichbarkeit von Interaktantinnen an jedem Ort (vgl. Hanekop/Wittke 2006: 113). Mobile Kommunikation entwickelt sich zu einer Art Zeitvertreib und integriert sich im Tagesverlauf, indem die dauerhafte Anwesenheit der Schreiberinnen im Chat ermöglicht wird und sie miteinander in Kontakt bleiben können, obwohl sie sich an unterschiedlichen Orten aufhalten (vgl. Dürscheid/Frick 2014: 172; Hanekop/Wittke 2006: 114).

Wie im vorherigen Teil erwähnt, erfreuen sich die Anwendungsprogramme (Apps) von WeChat und WhatsApp großer Beliebtheit. Ihre stationäre Nutzung ist durch die Desktop- oder Webversion nach einem QR-Scan des Accounts auf dem Mobilgerät verfügbar. Sie setzt aber die Genehmigung – bzw. Bestätigung der Anmeldung – der mobilen Kommunikationsplattformen voraus. Dabei werden die gesendeten und erhaltenen Nachrichten auf beiden Geräten synchronisiert.

7) Monomodal versus multimodal

Wie im Kapitel 5 dargelegt wurde, bezieht sich Multimodalität „sowohl auf die Kombination verschiedener Sinneskanäle (Sinnesmodalitäten), wie Hören und Sehen, als auch auf die Kombination verschiedener Zeichenarten (Zeichenmodalitäten), beispielweise verbale gegenüber para- oder nonverbalen Ausdrucksmitteln“ (Imo/Lanwer 2019: 247). Demgegenüber bedeutet Monomodalität, dass sich die Kommunikation ausschließlich über einen Sinneskanal und lediglich mit einer Zeichenart vollzieht.

Jucker/Dürscheid (2012: 45) stellen fest, eine Zunahme der Multimodalität in der Keyboard-to-Screen-Kommunikation trage dazu bei, dass Sprache, Bild, Ton häufig zusammenwirken (vgl. Stöckl 2011a, 2016b, Klug/Stöckl 2015), wobei Bild und Sprache für KSC dennoch am relevantesten sind. In der SMS-Kommunikation, im E-Mail-

Austausch oder im Messenger-Dialog spielen nonverbale Elemente wie Emoticons, Emojis, statische Bilder oder GIFs neben den verbalen Texten eine wichtige Rolle. Multimodalität gilt als eine der zentralen Besonderheiten der heutigen KSC. Ein Dialog kann vollständig schriftlich sein, aber im Einzelfall „auch gänzlich ohne (schrift-)sprachlichen Anteil realisiert sein“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 62). Ein Beispiel hierfür ist das „Duell mit Stickern“, eine monomodale Interaktion im chinesischen WeChat. Dies lege ich im qualitativen Untersuchungsteil 9.4 dar.

6.3 Dialogizität

Über den Terminus „Dialogizität“ und seinen Geltungsbereich herrscht noch Unklarheit (vgl. Imo 2016: 338). In diesem Teil wird dieser Begriff aus zwei Perspektiven erörtert. Im weiteren Sinne versteht Imo die Dialogizität als einen „Ansatz, Sprache grundsätzlich von ihrem tatsächlichen oder möglichen Potential ihrer dialogischen Wirkung her zu denken“ (Imo 2016: 338). Der Bezugspunkt liegt darin, dass die Sprache selbst intrinsisch als dialogisch gilt, d.h., „alles ist dialogisch, der Dialog ist eine Grundkonstante unseres Daseins“ (Dürscheid 2018a: 32). Im äußersten Fall kann sogar stilles Lesen dialogisch sein, doch Imo gibt zu bedenken, dass dieses Dialogizitätskonzept seinen analytischen Wert einbüßen würde (vgl. Imo 2016: 339–340). Ein zutreffendes Verständnis stammt von Günthner (2016: 409), die Dialogizität als einen „theoretische[n] Rahmen“ für die „dynamische, am Gegenüber ausgerichtete, kontextuell situierte und kulturell verankerte Natur menschlicher Interaktion“ konzipiert. Dürscheid (2018a: 37) betont die Relevanz von Dialogizität für menschliche Interaktion und betrachtet sie als „ein konstitutives Merkmal [...] – unabhängig davon, wie groß der Adressatenkreis ist“.

Dialogizität befindet sich im Spannungsfeld zwischen konzeptioneller Schriftlichkeit und Mündlichkeit von Koch/Oesterreicher am Pol der kommunikativen Nähe und der Mündlichkeit. Den anderen Pol bilden kommunikative Distanz, Monologizität und Schriftlichkeit (Koch/Oesterreicher 2011: 7). Dazu führen Koch und Oesterreicher aus, ein „hoher Grad der Dialogizität“ sei mit der „Privatheit“, „starken emotionalen Beteiligung“ und „Spontaneität“ gekoppelt (Koch/Oesterreicher 2011: 7). Zudem zeichnet sich der Grad der Dialogizität vorgängig über „die Möglichkeit und Häufigkeit einer spontanen Übernahme der Produzentenrolle“ ab (Koch/Oesterreicher 2011: 7).

In schriftlicher Kommunikation wird dies als „Schreiberwechsel“ (Dürscheid 2016b) bezeichnet, während es in mündlicher Kommunikation als „Sprecherwechsel“¹⁰⁰ gilt. Je häufiger ein Rollenwechsel zwischen den Interaktantinnen stattfindet, desto höher ist der Grad der Dialogizität der Kommunikation (vgl. Dürscheid 2016b: 442; Koch/Oesterreicher 2011: 9–10). Der Schreiberwechsel in der schriftbasierten Kommunikation ist eine „Zug-um-Zug-Abfolge“ (Günthner 2011: 16) und hat „in kleinen Schritten“ (Imo 2013: 64) zu erfolgen. In diesem Prozess steht die „Rezipientenorientierung“ im Zentrum, wobei sich die Schreiberinnen an der gegenseitigen kommunikativen Äußerung orientieren und die entsprechende Antwort „erwartbar“ (Günthner 2011: 24) gestalten. Dazugehörige Handlungen sind reziprok¹⁰¹ und bezeugen die „systematische[] Verwobenheit von Handlungen einer Person mit den Reaktionen des Gegenübers“ (Günthner 2016: 408). Imo hebt zur Reihenfolge der Bezugnahme aufeinander in der Kommunikation hervor, dass der einzelne Beitrag an vorhergehenden Nachrichten ausgerichtet ist. Eine Umkehrung der Reihenfolge könnte zu Missverständnissen im Dialog führen oder von der ursprünglichen Kommunikationsbedeutung abweichen (vgl. Imo 2013: 64). Mithin wählt und verwendet die Schreiberin ferner mit Rücksicht auf Wissensbestände der Kommunikationsrezipientin, soziale Beziehungen sowie gemeinsame Erfahrungen eine Anredeweise, den geeigneten sprachlichen Stil und Formalitätsgrad (vgl. Günthner/Kriese 2012: 62–64).

Jucker und Dürscheid schlagen die Bezeichnungen „Sequenz kommunikativer Akte“ (CAS) und „kommunikativer Akt“ (CA)¹⁰² für die grundlegenden Einheiten der Keyboard-to-Screen-Kommunikation vor (vgl. Jucker/Dürscheid 2012: 61).¹⁰³ Kommunikativer Akt (CA) ist

100 Sprecherwechsel wurden eingehend in Gesprächsanalysen untersucht; vgl. bspw. Sacks/Schegloff/Jefferson (1974), Brinker/Sager (2010), Imo/Lanwer (2019).

101 Mit dem Konzept der „Reziprozität“ schließt Günthner an eine Formulierung von Luckmann (1990: 47) an: „Reciprocity refers to the systematic interdependence of behaviour in which one organism’s action is a response to the action of another, and vice versa“.

102 Der Originaltext von Jucker und Dürscheid ist in Englisch verfasst, weshalb die Abkürzungen den englischen Bezeichnungen entsprechen, wie „communicative act sequence“ (CAS), „communicative act“ (CA) und „communicative acts“ (CAs). In dieser Arbeit behalte ich die originalen englischen Abkürzungen bei, verwende jedoch gleichzeitig die deutschen Bezeichnungen.

103 Interaktion setzt „die Einbettung der sprachlichen Handlung in die sequenzielle Struktur“ voraus (Dürscheid 2016b: 448), wonach bei der Erforschung der KSC

Hausendorf betont zudem die Relevanz der Wahrnehmung in der Interaktion: Für die Beteiligten müsse sinnliche Wahrnehmbarkeit bestehen und die Wechselseitigkeit der Wahrnehmungswahrnehmung spiele eine wesentliche Rolle für die Herstellung der „Sprechsituation“ (Hausendorf 2009: 191–192). Hausendorfs Ausführungen über Wahrnehmungswahrnehmung sind auf mündliche Gespräche ausgelegt, in denen neben Äußerungen auch paraverbale Elemente (Prosodie, Lachen) sowie nonverbale Elemente (Mimik, Blickkontakt) wichtige Hilfsmittel zur Wahrnehmungswahrnehmung sind. Er selbst betrachtet schriftliche Kommunikation nicht als Interaktion (siehe Hausendorf 2015). In der schriftbasierten Kommunikation liegen keine wechselseitigen synchronen Wahrnehmungsströme vor, sondern sie finden statt, nachdem die Interaktantin die Nachricht erhalten und aufgenommen hat (vgl. Günthner 2011: 16). Entgegen Hausendorfs Ansicht plädiert Dürscheid dafür, dass die Wahrnehmungswahrnehmung keine Voraussetzung der Interaktion sein, sondern Interaktion als ein „kontinuierlicher Sprecher- resp. Schreiberwechsel“ verstanden werden sollte (Dürscheid 2016b: 448). Zustimmend hält Imo (2016: 349) dafür, dass „die Arten und Möglichkeiten der Anbindung von Äußerungen an Vorgänger- und Nachfolgeäußerungen“ essenzielle Merkmale darstellen, die eine Kommunikation als Interaktion auszeichnen. Obwohl nonverbale Elemente (Emojis, Bilder) und typographische Mittel (Rückversicherungssignale, Dehnung, Interpunktionszeichen etc.) im schriftlichen Dialog nicht als ein Mittel der Wahrnehmungswahrnehmung dienen, ermöglichen sie dennoch den Interaktantinnen, nach Erhalt der Nachricht Emotionen der Senderin im wechselseitigen Austausch zu erkennen.

Eine gängige Art von Sequenz kommunikativer Akte sind Adjazenzpaare, die auch als Paarsequenzen oder Nachbarschaftspaare bezeichnet werden. Adjazenzpaare sind kurze Sequenzen, die zwei oder drei sich aufeinander stützende Turns der Interaktantinnen umfassen. Klassische Paarsequenzen sind beispielsweise „Frage – Antwort“, „Vorschlag – Annahme/Ablehnung des Vorschlags“ und „Gruß – Gegengruß“ (vgl. Imo/Lanwer 2019: 176). In manchen Fällen treten Paarsequenzen in der Form von Begrüßungs- und Verabschiedungseinheit als Einstieg und Beendigung in der Kommunikation auf (vgl. Günthner 2011, Günthner/Kriese 2012). Jedoch tritt derzeit in der Kommunikation in Messenger-Diensten eine Besonderheit hinzu: „Die Kommunikation muss nicht beendet werden und auch nicht

wieder initiiert werden, sondern steht als fortlaufende Option zur Verfügung“ (Imo 2015a: 31). Das Ausbleiben von Begrüßungs- und Beendigungsformeln gilt als ein typisches Zeichen dafür. Dabei befindet sich die laufende Kommunikation in einem „continuing state of incipient talk“ (Sacks et al. 1974: 325, zitiert nach Günthner/Kriese 2012: 51, Günthner 2011: 15).

II

QUANTITATIVE UNTERSUCHUNG

Die umfassende empirische Untersuchung erfolgte quantitativ und qualitativ. Das Analysefeld der quantitativen Untersuchung im Kapitel 7 umfasst alle erhebbaren Dialoge in der chinesischen XISU-WeChat-Datenbank und der deutschen MoCoDa-2-WhatsApp-Datenbank mit dem Ziel, die Verwendung von Bildzeichen in den jeweiligen Kontexten zu beschreiben und zu vergleichen. Die Kapitel 9, 10 und 11 bilden die qualitative Untersuchung, wobei die Beispieldialoge neben der Datenbank aus der Eigensammlung stammen.

Wie aus Tabelle 1 im Kapitel 1.2 hervorgeht, wurden sämtliche Dialoge aus beiden Datenbanken bis Juni 2021 erhoben. Seitdem wurden zwar über hundert neue Dialoge in der Datenbank MoCoDa 2, in der chinesischen WeChat-Datenbank jedoch nur einige wenige Dialoge hochgeladen. Das hier verwendete Datenkorpus ist daher nicht vollumfänglich auf dem neusten Stand. Der Hauptgrund dafür besteht darin, dass die vorliegende Menge an Daten die kommunikative Wirklichkeit der chinesischen und insbesondere der deutschen Nutzerinnen bereits gut widerspiegelt. Mehr chinesische Daten sind zwar wünschenswert, aber die XISU-Datenbank wurde nach Juni 2021 lediglich in geringem Umfang aktualisiert.

Zur Auswertung der Datenbanken

Die quantitative Untersuchung befasst sich mit den folgenden Aspekten in den deutschen und chinesischen Daten:

- (1) Wie groß sind die Anteile der Dialoge/Nachrichten mit Bildzeichen in allen Dialogen und Nachrichten in der deutschen Datenbank MoCoDa 2 und der chinesischen Datenbank XISU?
- (2) Wie häufig kommen Bildzeichen, vor allem Emojis und Emoticons, in der deutschen WhatsApp- und chinesischen WeChat-Kommunikation vor?
- (3) Wie ist die Position der Bildzeichen in den chinesischen und deutschen Beiträgen?

7.1 Angaben zur Datenbank

7.1.1 MoCoDa 2

Zur Vorbereitung der Datenanalyse exportierte ich die Metadaten sämtlicher Dialoge in Form von .txt-Dateien aus der Datenbank MoCoDa 2 (siehe Abbildung 41). Das Erstellen der Statistik über die grundsätzlichen Bestandteile beider Datenbanken sowie die Auswertung der Datenerhebung erfolgte durch die Analysefunktion in R Version 3.6.3 (vgl. R Core Team 2020). R ist eine weit verbreitete und leistungsfähige Softwareumgebung für statistische Berechnungen und Datenvisualisierung. Indem ich R-Codes entsprechend meinen diversen Analyseanforderungen erstellte und ausführte, erhielt ich die gewünschten Ergebnisse. Stand 10.06.2021 habe ich insgesamt 537 deutsche Dialoge erhoben, die sich aus 356 Einzeldialogen und 181 Gruppendialogen zusammensetzen und 31.616 Nachrichten beinhalten. Davon sind 15.533 Gruppennachrichten und 16.083 Einzelnachrichten. Die nachfolgende Tabelle 4 veranschaulicht die Datenerhebung.

Exportieren

CONVERSATION.LABEL.EXP ✕ ▾

☒ CONVERSATION.LABEL.EXPORT_METADATA_CHECKBOX
☐ CONVERSATION.LABEL.EXPORT_TOKEN_CHECKBOX
☐ CONVERSATION.LABEL.EXPORT_TAGS_CHECKBOX
☐ Alle Nachrichten des Chats

Erste Nachricht
Ich muss nächsten Montag Abend arbeiten also solltet ihr euch um einen Ersatz kümmern

Letzte Nachricht
Ich hab Zeit

Exportieren

Abb. 41: Datenerhebung in MoCoDa 2

Inhalt	WhatsApp-Dialoge (Stand: 10.06.2021)
Umfang	537 Dialoge 31.616 Nachrichten 1.788 Schreiberinnen
Dialogsorte	Einzeldialog: 356 Dialoge, 16.083 Nachrichten Gruppendialog: 181 Dialoge, 15.533 Nachrichten
Dialogkategorie	25 Themenkategorie: Einladung; Entrüstung/ Enttäuschung/ Beschwerde; Familienchat; Flirt; Formeller Chat; Fotoaustausch; Geburtstag/ Jubiläum; Geld/Finanzen; Gesundheit; Hobby; Grüße/ Wünsche; Informationsaustausch; Kontaktpflege; Langweile; Liebe; Party; Planung/ Organisation; Probleme/Sorgen; Spaß; Sport; Streit/ Entschuldigung; soziales Engagement; Sonstiges; Uni-Chat; Verabredung (in alphabetischer Reihenfolge)

Tab. 4: Beschreibung der Datenbank MoCoDa 2

Im Folgenden stelle ich zuerst die Verteilung der Altersgruppen, Geschlechter und Muttersprache der Kommunizierenden in den erhobenen Daten vor, um einen Überblick über die Gestaltung der Datenbank zu vermitteln. Die Metadaten aller erhobenen Dialoge zeigen die

demografischen Charakteristika der Schreiberinnen von WhatsApp-Dialogen in MoCoDa 2.

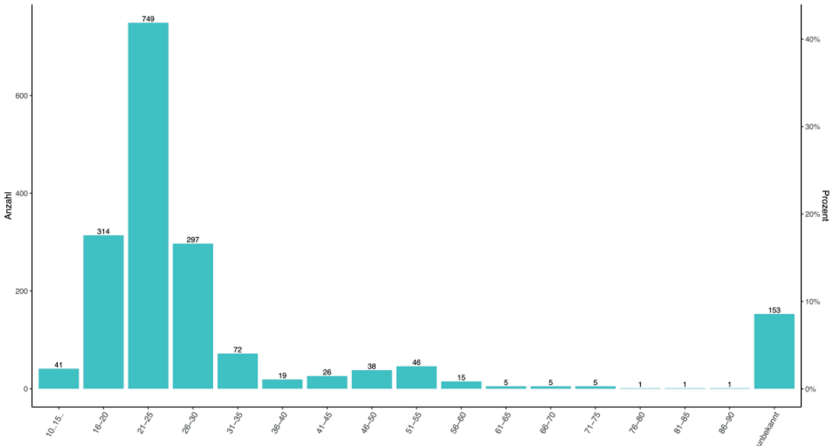


Abb. 42: Verteilung der Schreiberinnen nach Altersgruppen in MoCoDa 2

Das Alter der Interaktantinnen reicht von zehn Jahren bis über 86 Jahre. Die 16- bis 30-Jährigen bilden mit einem Anteil von ca. 76% die Mehrheit. Jüngere oder ältere Schreiberinnen kommen auf einen relativ geringeren Anteil unter allen Schreiberinnen.

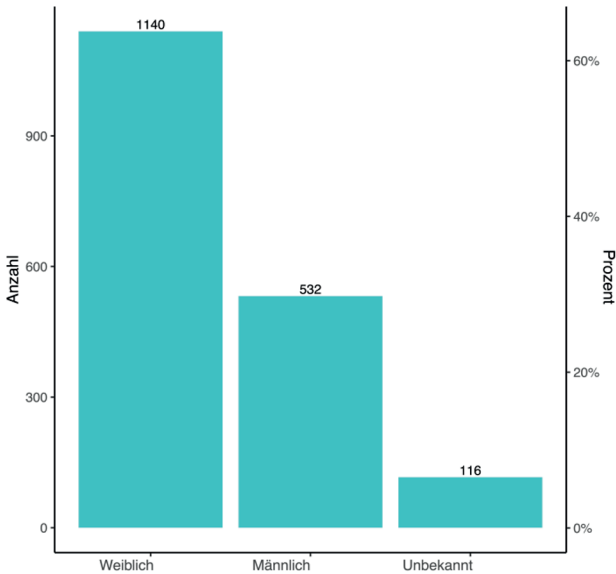


Abb. 43: Verteilung der Schreiberinnen nach Geschlecht in MoCoDa 2

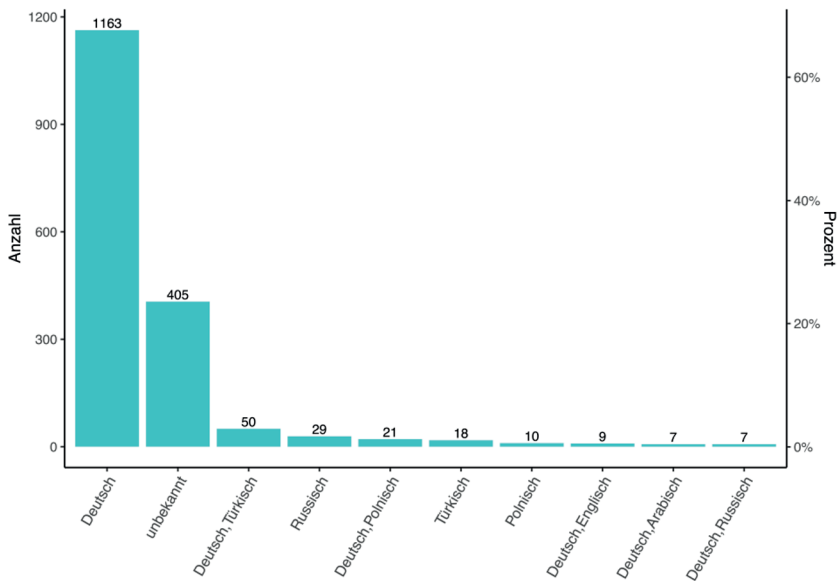


Abb. 44: Verteilung der Schreiberinnen nach Muttersprachen in MoCoDa 2

Unter den 1.788 Schreiberinnen ist der Anteil der weiblichen Dialogbeteiligten mit 1.140 (63,76%) am größten, während sich die Zahl der männlichen auf 532 (29,75%) beläuft; das Geschlecht von 116 Personen (6,49%) ist unbekannt. In Abbildung 44 werden die zehn häufigsten Muttersprachen der Schreiberinnen in der MoCoDa 2 aufgelistet. Die Muttersprache der Mehrheit der Interaktantinnen ist Deutsch. Für 84,09% der Interaktantinnen ist Deutsch die einzige Muttersprache; insgesamt nutzen 93,64% (1.295) der Nutzerinnen Deutsch als ihre oder eine ihrer Muttersprachen. Von 405 Personen ist die Muttersprache unbekannt.

7.1.2 XISU-Datenbank

Dialogdaten in der XISU-Datenbank¹⁰⁴ wurden anhand der Dialogthemen und der Beziehung der Interaktantinnen zueinander in entspre-

¹⁰⁴ An diesem Punkt muss kritisch angemerkt werden, dass die XISU-Datenbank datenschutzrechtlich problematisch ist. Anders als in MoCoDa2 wird in der XISU-Datenbank nicht darauf hingewiesen, dass alle Nachrichten anonymisiert und im Chat erwähnte Personennamen pseudonymisiert werden müssen. Viele in XISU gespeicherte WeChat-Dialoge beinhalten Realnamen und sogar Realfotos, falls die Dialogteilnehmerinnen echte Fotos von sich als Profilbild eingestellt

chenden Ordnern klassifiziert. Die folgende Abbildung dient der Darstellung der Klassifikation sowie des inneren Aufbaus der XISU-Datenbank.

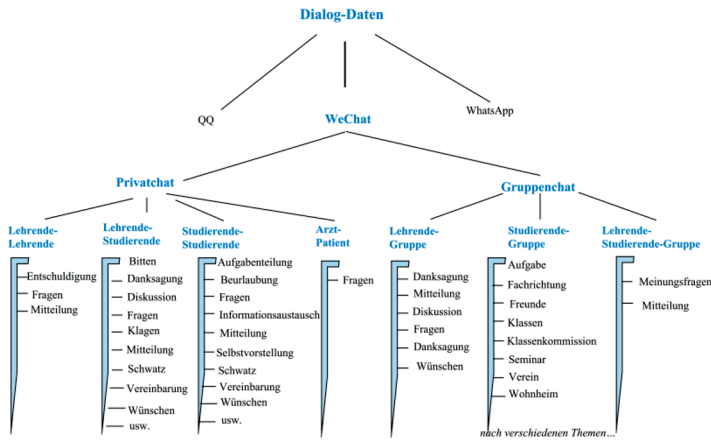


Abb. 45: Gestaltung der XISU-Datenbank (Eigene Darstellung nach den Ordnern der Datenbank)

Im Unterschied zur deutschen MoCoDa 2 werden die WeChat-Dialoge in der XISU-Datenbank ausschließlich nach einem bestimmten Thema klassifiziert. Dabei wird ein Dialog als Screenshot und als exportierte E-Mail-Version in zwei Word-Dateien in einem Ordner gespeichert. Diese Klassifikationsweise führt zu zwei Phänomenen: Erstens werden Chatverläufe mit denselben Dialogteilnehmerinnen nach unterschiedlichen Kommunikationsthemen als separate Dialoge exportiert, die Anzahl der Schreiberinnen in der Datenbank ist nicht eindeutig angegeben. Zweitens werden Sticker und Emojis, die im WeChat-Dialog im Unicode-Standard kodiert sind, als Bild in das Word-Dokument eingefügt. Bei der Programmierung mit R werden diese jedoch nicht korrekt erkannt. Daneben werden die WeChat-Emojis beim Export der Dialoge automatisch durch einen selbstdefinierten Namen mit eckiger Klammer ersetzt. Deshalb habe ich alle Dialoge in der chinesischen Datenbank manuell in einer Excel-Tabelle erfasst. Diese enthält Informationen über die Schreiberinnen (Alter, Anzahl in diesem Dialog, Geschlecht, Muttersprache) und über ihre Nachrichten

haben. Diese Missachtung von Datenschutz und Privatsphäre stellt einen ernsthaften Mangel dar.

(Chat-ID in der Datenbank, Anzahl der Nachrichten, vorkommende Bildzeichen mit ihren Positionen und den Bildzeichensenderinnen). Abbildung 46 veranschaulicht meine Kategorisierung anhand eines Beispiels aus einem Gruppenchat:

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
ChatID	ChatType	MemberNumber	MessageNumber	MemberName	MemberAge	Gender	MotherTongue	Emoji_Emot	Line	Postion	Chatter
群生	group	18	20	李	23	f	cn	😊	1	end	赵
群生	group	18	20	杨	24	f	cn	❤️	5	end	李
群生	group	18	20	陆	23	f	cn	Sticker	7	ind	聂
群生	group	18	20	张	23	f	cn	Sticker	10	ind	陆
群生	group	18	20	袁	22	f	cn	[呲牙]	14	end	徐
群生	group	18	20	孙	22	f	cn	[愉快]	16	end	孙
群生	group	18	20	季	22	f	cn	👉	19	ind	范
群生	group	18	20	孙	23	f	cn	👉	20	ind	尉
群生	group	18	20	范	23	f	cn	NA	NA	NA	NA
群生	group	18	20	苟	23	f	cn	NA	NA	NA	NA
群生	group	18	20	宋	24	f	cn	NA	NA	NA	NA
群生	group	18	20	徐	21	f	cn	NA	NA	NA	NA
群生	group	18	20	陈	22	m	cn	NA	NA	NA	NA
群生	group	18	20	赵	22	f	cn	NA	NA	NA	NA
群生	group	18	20	王	23	f	cn	NA	NA	NA	NA

Abb. 46: Beispiel für Zusammenstellung der chinesischen Dialogdaten

Nach Erledigung der Datenerfassung kann zuerst die genaue Anzahl der Interaktantinnen in der XISU-Datenbank ermittelt werden. Wie zuvor erwähnt, archiviert die chinesische Datenbank die Dialoge thematisch sortiert als Screenshot und als E-Mail-Export in einer Word-Datei. Ausgedehnte Einzel- oder Gruppenchats zerlegen sich nach Themen in mehrere Dialoge. In diesem Zusammenhang identifiziere ich die Schreiberinnen in verschiedenen Dialogen als dieselben Personen, wenn sie den gleichen Namen (Nachname und Vorname) oder WeChat-Namen¹⁰⁵ und gleichzeitig identisches Alter und Geschlecht angeben. Tabelle 5 liefert allgemeine Angaben zur Datenerhebung in der WeChat-Datenbank von XISU.

Inhalt	WeChat-Dialoge; QQ-Dialoge; WhatsApp-Dialoge (Stand: 20.06.2021)
Umfang (WeChat)	Dialoge: 647 Nachrichten: 13.215 Schreiberinnen: 678
Dialogsorte	Einzeldialog: 115 Dialoge, 1.870 Nachrichten Gruppendialog: 532 Dialoge, 11.345 Nachrichten

Tab. 5: Beschreibung der WeChat-Datenbank von XISU

105 Manche Klarnamen der Schreiberinnen werden bei der Datenerhebung angegeben; mitunter werden keine Klarnamen, sondern nur WeChat-Namen angezeigt.

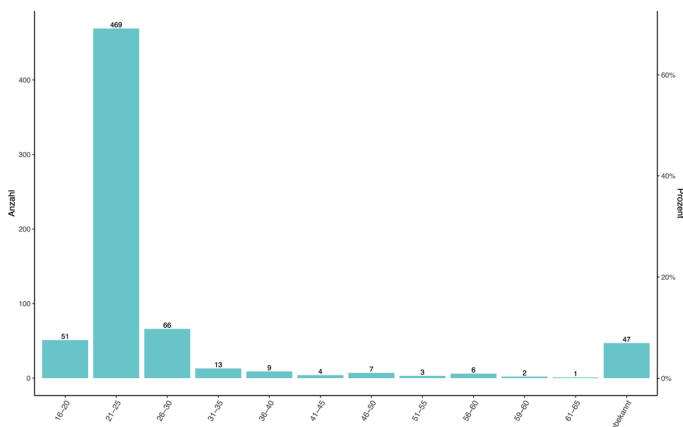


Abb. 47: Verteilung der Schreiberinnen nach Altersgruppen in der XISU-Datenbank

In der chinesischen WeChat-Datenbank sind die meisten Interaktantinnen zwischen 16 und 30 Jahren alt (586 Personen; 86,43%). Die jüngste Schreiberin ist zwischen 16 und 20 Jahren alt, die älteste zwischen 61 und 65 Jahren. Bei 47 Personen ist das Alter unbekannt (vgl. Abbildung 47). Die Altersverteilung der Schreiberinnen in der WeChat-Datenbank stellt sich im Vergleich zu derjenigen in der MoCoDa2-Datenbank als stärker konzentriert dar.

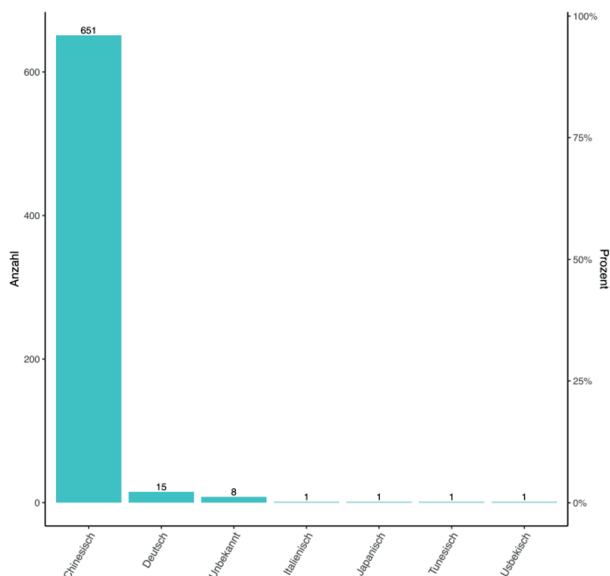


Abb. 48: Verteilung der Schreiberinnen nach Muttersprachen in der XISU-Datenbank

Die Muttersprache der allermeisten Nutzerinnen in der XISU-Datenbank ist das Chinesische: 651 der Interaktantinnen (96,02%) stammen aus China, daneben macht Deutsch mit 15 Fällen lediglich 2,21% aus.

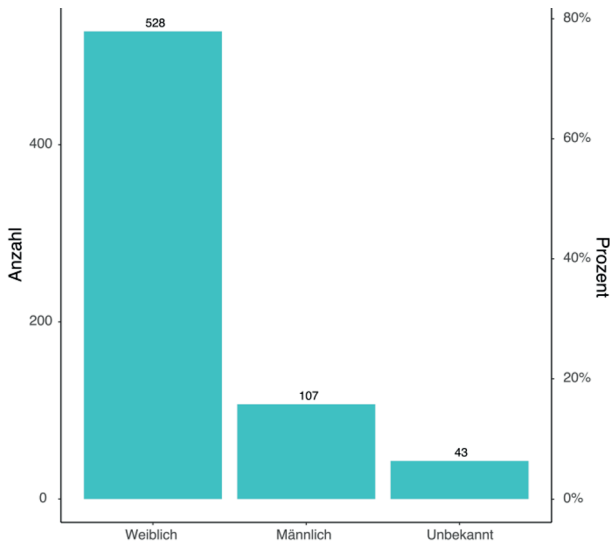


Abb. 49: Verteilung der Schreiberinnen nach Geschlecht in der XISU-Datenbank

Die Mehrheit der Schreiberinnen wird als weiblich erfasst: 528 (77,87%) der Schreiberinnen sind Frauen, während nur 107 (15,78%) als Männer zu erkennen sind.¹⁰⁶ Die meisten dieser Personen sind chinesische Studentinnen im Alter von 21 bis 25 Jahren.

7.2 Anteile von Bildzeichen in Messenger-Diensten

Statistisch erfasst werden zudem der Anteil und die Verwendungsfrequenz der einzelnen Bildzeichen sowie deren Positionen in einem Beitrag. In der vorliegenden Arbeit beziehen sich Häufigkeitsangaben („-mal“) darauf, wie oft ein Bildzeichen in den Messenger-Dialogen

¹⁰⁶ Ein möglicher Grund für das Geschlechterungleichgewicht in der Stichprobe könnte das Verhältnis an der Fremdsprachenuniversität sein. Allerdings ist es wichtig zu beachten, dass eine ähnliche Verteilung auch in geisteswissenschaftlichen Fächern auf internationaler Ebene beobachtet werden kann. Laut einem lokalen Bericht beträgt das Verhältnis zwischen Studentinnen und Studenten an der XISU 4:1 (vgl. Zhao 2020)

vorkommt. Falls zwei identische oder unterschiedliche Emojis hintereinander in einem Beitrag auftauchen, nehme ich sie als zwei Bildzeichen in die statistische Auswertung auf.

7.2.1 Bildzeichen-Anteile in chinesischen WeChat-Dialogen

Bei der anfänglichen Datenerhebung der Emojis wurden nicht nur die verschiedenen Emojis, sondern auch ihre Varianten automatisch bei der Programmierung in R als eine eigenständige Emoji-Sorte identifiziert. Beispielweise gelten die Angebote mit diversen Hautfarben und Haarfarben einer Person als Varianten eines Emojis. So ist das schulterzuckende Emoji mit schwarzen Haaren <🙄> eine Variante des standardmäßigen Emojis mit braunen Haaren und gelber Hautfarbe <🙄>. Danach habe ich alle erhobenen Emojis und deren Varianten manuell sortiert und kategorisiert, um sämtliche Varianten eines Emojis derselben Typkategorie zuordnen zu können. So fasse ich z.B. <🙄> und <🙄> oder <👍> und <👍> als Varianten eines Emojis zusammen und nehme sie dementsprechend in die Statistik auf.

7.2.1.1 Sticker

Sticker stehen in der WeChat-Kommunikation an relevanter Stelle. In 346 von 647 Dialogen in der XISU-Datenbank treten Sticker auf, die hierbei insgesamt 927-mal verwendet werden. Sticker kommen auch in 62 von 115 Gruppendialogen vor, und zwar insgesamt 180-mal. Somit beinhalten 53,91% der Gruppendialoge Sticker, wobei in jedem dieser Dialoge durchschnittlich 2,9 Sticker in einem Dialog versendet werden. Im Vergleich dazu werden Sticker in 284 von 532 Einzeldialogen mit einem Anteil von 53,38% von den chinesischen Schreiberrinnen geschickt. Insgesamt finden sich Sticker 747-mal in den Einzelchats, d.h., in einem Sticker beinhaltenden Einzeldialog finden sich im Durchschnitt 2,63 Sticker.

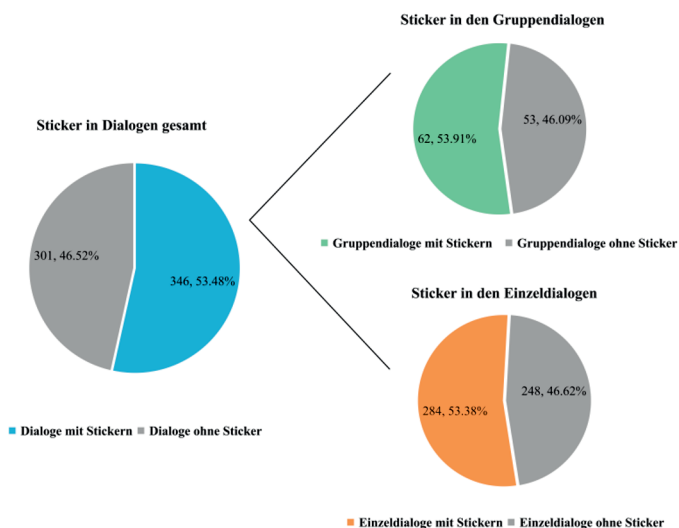


Abb. 50: Anteil von Stickern in den WeChat-Dialogen

Die Wahrscheinlichkeit, dass Sticker in einem Einzelchat enthalten sind, ist damit geringfügig niedriger als im Gruppenchat; überdies ist im Gruppenchat die Anzahl der im Schnitt versendeten Sticker pro Dialog höher als im Einzelchat.

7.2.1.2 Emoticons

Erstaunlicherweise finden sich nur neun verschiedene Emoticons in der gesamten WeChat-Datenbank; sie werden je nur einmal verwendet, bis auf eines, das zweimal verwendet wird. Deren Kategorien und Anzahl sowie die Dialogtypen und Muttersprachen der Schreiberinnen stehen in der folgenden Tabelle:

<i>Emoticons</i>	<i>:(</i>	<i>:)</i>	<i>:D</i>	<i>(>^ω^<)</i>	<i>(^°D°)^</i>	<i>^ (^ω^)^</i>	<i>⊙v⊙</i>	<i>QAA</i>	<i>qwq</i>
<i>Anzahl</i>	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<i>Dialogtyp</i>	einz.	gru.	einz.	gru.	einz.	einz.	einz.	einz.	einz.
<i>Schreiberin</i>	de	de	de	cn	cn	cn	cn	cn	cn

Tab. 6: Liste der Emoticons in der WeChat-Datenbank¹⁰⁷

107 Die Bedeutungen von diesen neun Emoticons sind (von links nach rechts) „Traurigkeit“, „Lächeln“, „Lachen“, „Freude“, „Schock/ Verwirrung“, „Freude/Enthusiasmus“, „Überraschung/Verwirrung“, „Traurigkeit“, „Traurigkeit“.

Die neun Emoticons tauchen in zwei Gruppenchats und fünf Einzelchats auf. Wie eingangs in Teil 4.2 dargelegt, erscheinen die asiatischen Emoticons, wie z.B. japanische und chinesische Emoticons, als horizontal „um 90 Grad zur Seite gedreht“ (Günthner/Kriese 2012: 63). Trotz der relativ geringen Anzahl an Emoticons in der chinesischen WeChat-Datenbank wird diese Besonderheit auch hier beobachtet. So wirken sie etwa in der Form von (>^ω^<) ganz anders als deutsche Emoticons. Bezüglich der drei Emoticons :), :(und :D lässt sich nach Einsicht in die Excel-Datei feststellen, dass sie von zwei Deutschen im WeChat-Dialog stammen.

7.2.1.3 Emojis

Im Kontrast zu Emoticons und Stickern nehmen Emojis in der WeChat-Interaktion eine ungleich größere Bedeutung ein. In 82 von 115 Gruppenchats (71,30%) finden sich Emojis, wie in Abbildung 51 dargestellt. Dabei tauchen 65 verschiedene Emojis 363-mal auf. Das heißt, jedes Emoji kommt durchschnittlich über fünfmal vor. In den 532 WeChat-Einzelchats verwenden die Schreiberinnen Emojis in 432 Dialogen, deren Anteil mit 81,20% ungefähr 10% höher als in Gruppenchats ist (siehe Abbildung 52). 137 verschiedene Emojis sind 2.099-mal in den Einzeldialogen enthalten, wobei jedes Emoji durchschnittlich über 15-mal verwendet wird. Dies ist erheblich häufiger als in den Gruppendialogen.

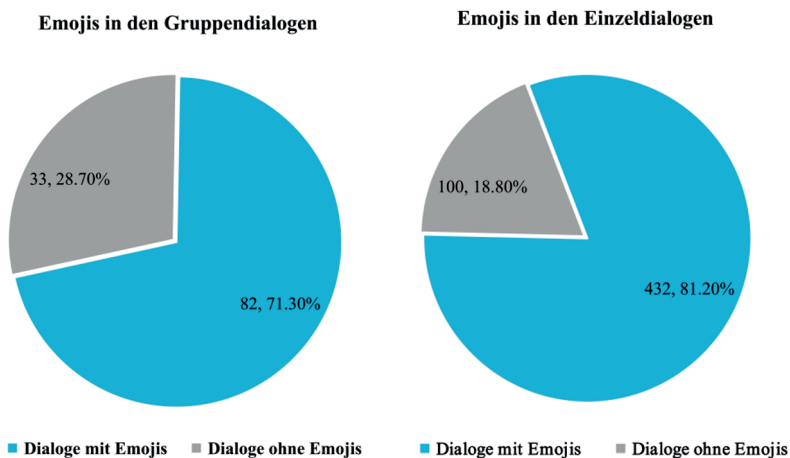


Abb. 51: Anteil von Emojis in den WeChat-Gruppendialogen

Abb. 52: Anteil von Emojis in den WeChat-Einzeldialogen

Unter den insgesamt 647 WeChat-Dialogen spielen Emojis in 514 Dialogen (79,44%) eine Rolle in der Kommunikation (vgl. Abbildung 53). 149 diverse Emojis werden 2462-mal in 1.817 von 13.215 WeChat-Beiträgen verwendet, d.h., jedes Emoji kommt in den WeChat-Dialogen im Schnitt mehr als 16-mal zum Einsatz und jede Nachricht mit Emojis beinhaltet im Mittel 1,35 Emojis.

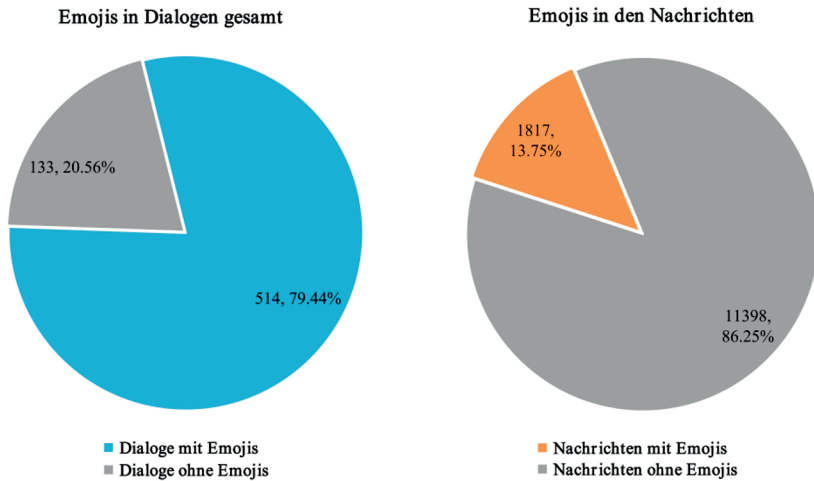


Abb. 53: Anteil von Emojis in WeChat-Dialogen gesamt

7.2.2 Bildzeichen-Anteile in deutschsprachigen WhatsApp-Dialogen

7.2.2.1 Sticker

In der Datenbank MoCoDa 2 werden GIFs und Sticker als Unterformen der Kategorie „Medientyp“ eingestuft, allerdings nehmen beide keinen großen Raum in der WhatsApp-Kommunikation ein. In dieser Arbeit klassifiziere ich die beiden Zeichentypen einheitlich als Sticker. In der Analyse zeigt sich, dass Sticker in 22 Dialogen (4,10%) vorkommen. Dabei treten Sticker in acht Einzeldialogen und 14 Gruppendialogen auf, wie in Abbildung 54 veranschaulicht.

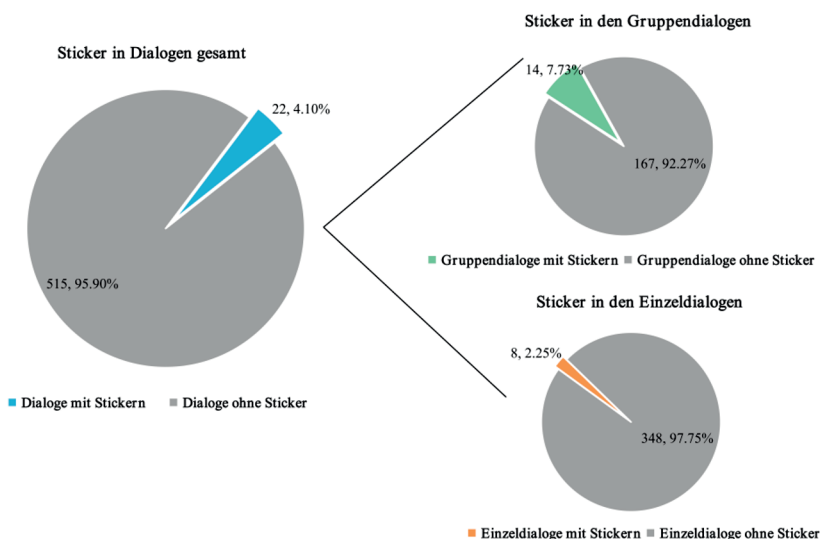


Abb. 54: Anteil von Stickern in den WhatsApp-Dialogen

7.2.2.2 Emoticons

Dieser Abschnitt thematisiert die Verwendung von Emoticons in der WhatsApp-Kommunikation. Um eine Analyse des Emoticon-Gebrauchs in der MoCoDa-2-Datenbank durchzuführen, habe ich zunächst eine manuelle Erfassung aller Emoticons in den txt.-Dateien der Metadaten von insgesamt 537 Dialogen vorgenommen. Basierend auf der Auflistung wurde der Verwendungsstatus (Anteil, Verwendungsfrequenz und Häufigkeit der einzelnen Emoticons) durch Programmierung in R im Anschluss weiter behandelt.

Nach Durchsuchung aller aufgelisteten Emoticons wurden die so erhobenen Daten je nach Kategorie im Zuge der Häufigkeitsanalyse erneut zusammengefasst. In der Summe werden 48 Emoticons in der Datenbank MoCoDa 2 identifiziert. Sie sind in der folgenden Tabelle zusammen mit einer prägnanten Bedeutungserklärung¹⁰⁸ aufgeführt:

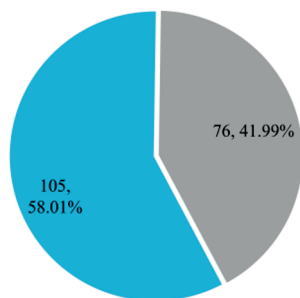
¹⁰⁸ Bezüglich der Bedeutungen von Emoticons habe ich mich an die folgende zwei Webseiten angeschlossen: <https://de.wiktionary.org/wiki/Verzeichnis:International/Smileys> (letzter Zugriff am 20.04.2023); <https://www.greensmilies.com/smilie-lexikon/> (letzter Zugriff am 30.04.2023).

Emoticon	Bedeutung	Emoticon	Bedeutung	Emoticon	Bedeutung
:)	lächeln	:~)	lächeln	(:	lächeln
:))	verstärkendes Lächeln	:~))	verstärkendes Lächeln	((:	verstärkendes Lächeln
:D	lachen	D:	entsetzt	xD	lachen
xDD	sehr lautes Lachen	DDD:	sehr entsetzt	:~D	lachen
^^	Freude	^~^	Freude	\^^/	Freude
:)	zwinkern	:~)	zwinkern	:)))	zwinkern
:))	zwinkern	-/	skeptisch	~./	skeptisch
:/	skeptisch	:~\	skeptisch	://	sehr skeptisch
<3	Herz	:*	küssen	:~*	küssen
:(	traurig	:((	sehr traurig	:(((	sehr traurig
:(((	sehr traurig	:C	unglücklich	:~(	traurig
o:	erstaunt	:O	erstaunt	:o,	erstaunt
T^T	weinen	3,3	traurig	=)	Freude
:3	freundliches Katzengesicht	:F	Vampir nach Zubiss	:€	böse, unangenehm
:\$	verlegen	:p	Zunge rausstrecken	:P	Zunge raustrecken
~_(\`)/~	Schulterzucken	~-~	genervt	~.	langweilig

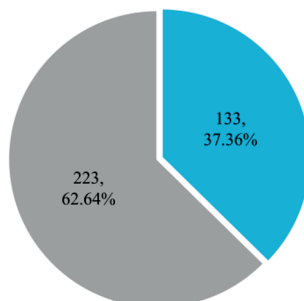
Tab. 7: Liste der Emoticons in der WhatsApp-Datenbank

Emoticons besitzen in der deutschen WhatsApp-Kommunikation ein deutlich größeres Gewicht im Vergleich zu Stickern. Wie in Abbildung 55 dargestellt, sind Emoticons in 105 Dialogen (58,01%) in allen 181 Gruppenchats vertreten. 29 verschiedene Emoticons tauchen 735-mal im Gruppenchat auf, d.h., jedes Emoticon kommt durchschnittlich 25,34-mal vor. In 133 von 356 Einzeldialogen in MoCoDa 2 finden sich Emoticons, was 37,36% aller Einzelchats entspricht (Abbildung 56). 39 verschiedene Emoticons finden sich 685-mal in den Einzelchats, d.h., jedes Emoticon kommt im Durchschnitt 17,56-mal vor.

Emoticons in den Gruppendialogen



Emoticons in den Einzeldialogen



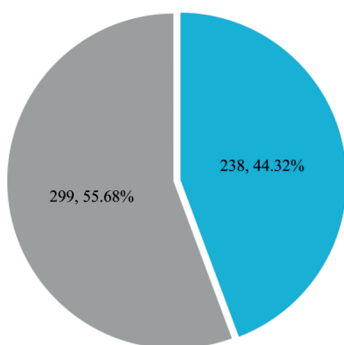
■ Dialoge mit Emoticons ■ Dialoge ohne Emoticons ■ Dialoge mit Emoticons ■ Dialoge ohne Emoticons

Abb. 55: Anteil von Emoticons in den WhatsApp-Gruppendialogen

Abb. 56: Anteil von Emoticons in den WhatsApp-Einzeldialogen

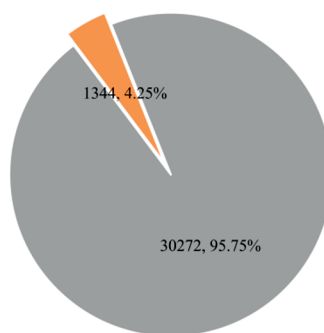
Wie aus Abbildung 57 ersichtlich, sind Emoticons in 238 der insgesamt 537 WhatsApp-Dialoge präsent, das entspricht 44,32% der Fälle. 1.344 der erhobenen 31.616 Nachrichten enthalten Emoticons, die insgesamt 1.420-mal in der schriftlichen Kommunikation verwendet werden. D.h., mitunter wird mehr als ein Emoticon in einem Beitrag benutzt, in der Mehrheit der Fälle wird aber nur ein Emoticon je Beitrag verwendet. Die folgenden Abbildungen dienen zur Illustration des Anteils von Emoticons in der WhatsApp-Interaktion.

Emoticons in Dialogen gesamt



■ Dialoge mit Emoticons
■ Dialoge ohne Emoticons

Emoticons in den Nachrichten



■ Nachrichten mit Emoticons
■ Nachrichten ohne Emoticons

Abb. 57: Anteil von Emoticons in WhatsApp-Dialogen gesamt

7.2.2.3 Emojis

In den erhobenen Dialogen haben Emojis im Vergleich mit Stickern und Emoticons mit Abstand die größte Bedeutung im WhatsApp-Schreiben, was Daten im Anschluss untermauern. Wie in Abbildung 58 zu sehen, treten Emojis in allen 181 Gruppendialogen auf. In Gruppendialogen werden 388 Emoji-Sorten verwendet, jede davon durchschnittlich 27,97-mal. Im Vergleich dazu enthalten 335 (94,10%) von 356 Einzeldialogen Emojis (siehe Abbildung 59). Im Einzelchat finden 362 Emoji-Sorten Verwendung, jedes Emoji wird durchschnittlich 26,41-mal eingesetzt.

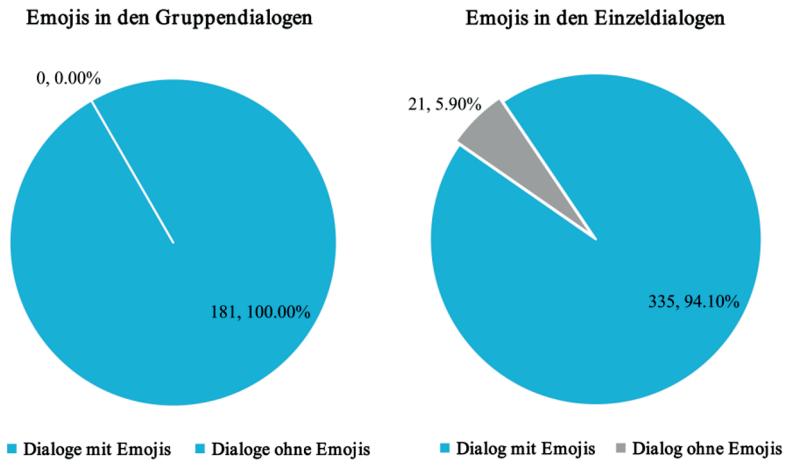


Abb. 58: Anteil von Emojis in den WhatsApp-Gruppendialogen

Abb. 59: Anteil von Emojis in den WhatsApp-Einzeldialogen

Generell umfassen ungefähr 96% der Dialoge in MoCoDa 2 Emojis, d.h. 516 von 537 Dialogen, wie in Abbildung 60 ersichtlich. Unter den insgesamt 31.616 Nachrichten treten Emojis in 11.752 Nachrichten 20.414-mal auf, durchschnittlich also 1,74 Emojis pro Nachricht. Insgesamt werden 512 Emoji-Sorten in der Datenbank MoCoDa 2 benutzt, wobei ein Emoji durchschnittlich 39,87-mal in der schriftbasierten Kommunikation verschickt wird.

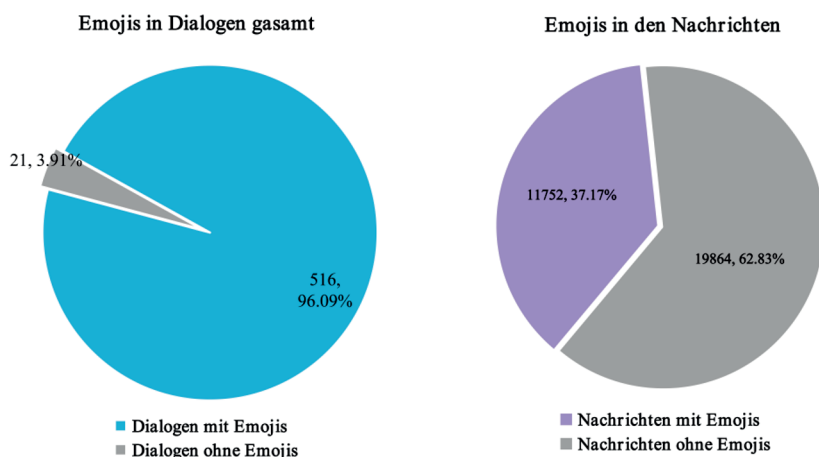


Abb. 60: Anteil von Emojis in WhatsApp-Dialogen gesamt

Gegenüber Emoticons zeigt sich die erheblich größere Häufigkeit der Emojis nicht nur im Dialog (44,32% zu 96,09%), sondern auch in Nachrichten, in denen nur 4,25% der WhatsApp-Beiträge Emoticons, aber 37,17% der WhatsApp-Beiträge Emojis beinhalten. Das bedeutet, dass die Dichte der Emojis im einzelnen Dialog viel höher als die der Emoticons ist. Wenn eine Nutzerin in einem Dialog Emojis verschickt, macht sie das sehr wahrscheinlich in mehreren Nachrichten, aber wenn eine Nutzerin Emoticons in einem Dialog versendet, geschieht das nicht derart häufig.

7.3 Verwendungsfrequenz von Bildzeichen in Messenger-Diensten

7.3.1 Verwendungsfrequenz in chinesischen WeChat-Dialogen

In der Untersuchung der Verwendungsfrequenz von Bildzeichen in der WeChat-Kommunikation lege ich den Fokus nur auf Emojis, weil Emoticons in der XISU-Datenbank nur begrenzt erfasst sind und die verschiedenen Sticker im Dialog von R bei der Programmierung nicht erkannt werden können. Im Folgenden sind die häufigsten 25 Emojis in den Gruppen-, Einzel- und Gesamtdialogen in der WeChat-Datenbank präsentiert, die durch die Programmierung in R und manuelle Zusammenstellung der verschiedenen Versionen gleicher Emojis identifiziert wurden.

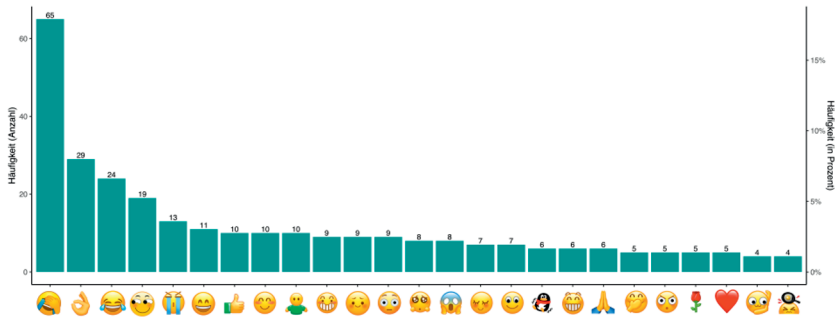


Abb. 61: Die 25 häufigsten Emojis in den WeChat-Gruppendialogen

Im Gruppenchat ist das von WeChat selbst definierte Emoji <🙏>, ein Tränen lachendes Gesicht mit einer das Gesicht verdeckenden Hand, mit Abstand das beliebteste Emoji. Danach folgen das Okay-Emoji <👉>, das Tränen-lachen-Emoji <😄> und das grinsende Emoji <😁> an der zweiten, dritten und vierten Stelle auf der Verwendungsliste im Gruppenchat. In den Top-25-Emojis werden nur sechs Emojis aus dem Unicode abgeleitet, die anderen 19 Emojis werden von WeChat selbst angeboten und lassen sich nur in WeChat verwenden. Überdies gehören 17 Emojis zur Kategorie Gesichtsausdrücke und Emotionen, sechs Emojis stellen Handgesten und menschliche Handlungen dar, zwei weitere beliebte Emojis sind ein rotes Herz und eine Rose.

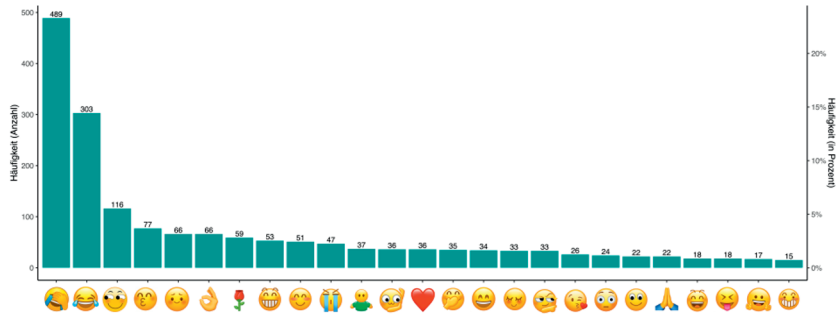


Abb. 62: Die 25 häufigsten Emojis in den WeChat-Einzeldialogen

Wie in Gruppenchats steht das <🙏>-Emoji auch an der Spitze der Häufigkeitsliste in den Einzelchats, danach folgt das das Tränen-lachen-Emoji <😄>. Diese beiden sind in der Eins-zu-eins-Kommunikation deutlich beliebter. Danach folgen das grinsende Gesicht <😁>, das Küssen-Emoji <😘>, das besorgte Gesicht <😟> und das Okay-

Emoji <👉>, deren Verwendungshäufigkeit ungefähr denen der nachfolgenden Emojis entspricht.

Im Vergleich zu den beliebten Emojis in der Gruppenkommunikation werden Emojis mit Rose <🌹> und Herz <❤️>, die als Symbol für Zuneigung, Kompliment, Vorlieben usw. stehen, häufiger im Einzeldialog eingesetzt und ihre Rankings sind in der Top-25-Liste höher angesiedelt. Außerdem sind die beiden Küssen-Gesichter <😘> und <😙> in den Einzeldialogen deutlich beliebter als in der Gruppenkommunikation. Das Daumen-hoch-Emoji <👍>, das auf dem siebten Platz in den Gruppendialogen steht, spielt in der WeChat-Einzelkommunikation keine große Rolle. Acht Emojis in den Top 25 stehen auf der Unicodeliste, während 17 andere Emojis spezifisch vom WeChat-System stammen. 20 Emojis repräsentieren Gesichtsausdrücke, drei zeigen Handlungen, und zwei stehen für Symbole und Objekte wie eine Rose und ein Herz.

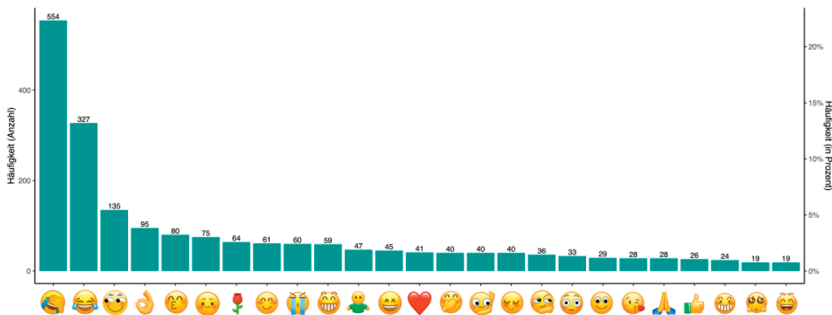


Abb. 63: Die 25 häufigsten Emojis in WeChat-Dialogen gesamt

Die mit Abstand häufigsten Emojis in der WeChat-Datenbank sind die zwei Tränen lachenden Emojis <😂> und <😄>, gefolgt vom grinsenden Gesicht, der Okay-Geste, dem Küssen-Emoji und dem stirnrunzelnden Emoji <😞> auf den Plätzen drei bis sechs. Sieben der Top 25 finden sich im international anerkannten Unicode; die Mehrheit der Emojis sind dabei Smiley-Köpfe, wie in Abbildung 63 gezeigt.

7.3.2 Verwendungsfrequenz in deutschen Kontexten

Bezüglich der Nutzungshäufigkeit in der deutschen WhatsApp-Kommunikation konzentriere ich mich auf Emoticons und Emojis, wobei ich Einzel- und Gruppenchats sowie die Gesamtzahl der Dialoge analysiere.

7.3.2.1 Emoticons

Weil die Schreiberinnen in der WhatsApp-Kommunikation nicht so viele unterschiedliche Emoticons wie Emojis verwenden, lassen sich nur die 15 beliebtesten Emoticons in der Gruppen- und Eins-zu-eins-Kommunikation herausarbeiten. In Abbildung 64 wird deutlich, dass das Emoticon :) bei weitem am beliebtesten ist und 374-mal in allen 735 Verwendungen (50,88%) von Emoticons im Gruppenchat erscheint. Danach folgen das Emoticon :D für lautes Lachen und dessen traurige Version :(sowie das skeptische Emoticon :/ und das fröhliche Emoticon ^^, die zusammen 30,48% aller verwendeten Emoticons in den Gruppenchats ausmachen.

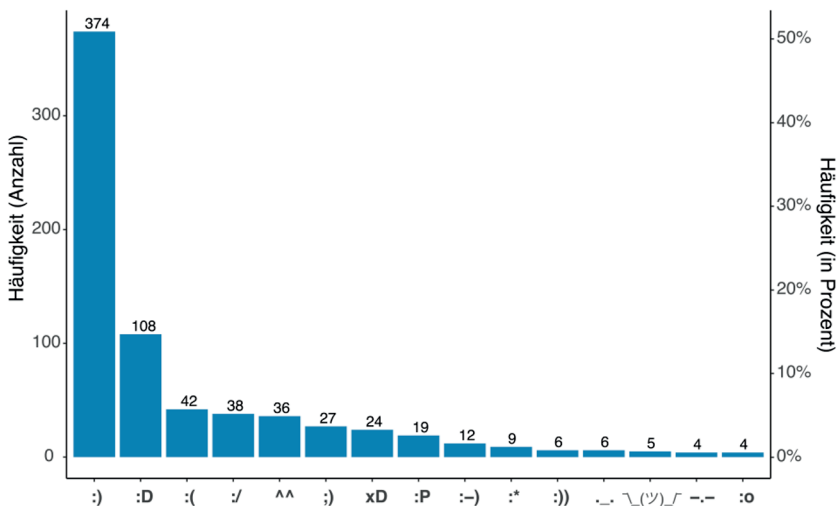


Abb. 64: Die 15 häufigsten Emoticons in den WhatsApp-Gruppendialogen

In den Gruppendialogen erreichen die positiven Emotionen ausdrückenden Emoticons mit 627 Verwendungen einen Anteil von 85,31%. Die Emoticons, die negative Emotionen wie Traurigkeit, Skepsis, Genervtheit und Entsetzen signalisieren, finden sich 97-mal in den Gruppendialogen und haben damit einen Anteil von 13,20%.

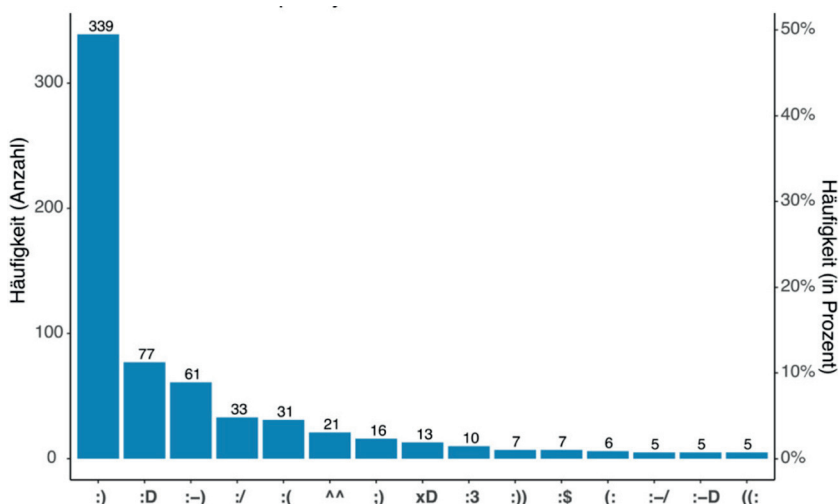


Abb. 65: Die 15 häufigsten Emoticons in den WhatsApp-Einzeldialogen

Wie Abbildung 65 demonstriert, besteht ebenfalls ein großer Abstand zwischen dem populärsten Emoticon :) und allen anderen Emoticons in der Eins-zu-eins-Kommunikation. Dieses taucht 339-mal in insgesamt 685 Emoticon-Verwendungen auf. Im Unterschied zu den Emoticons im Gruppenchat stehen die Top-3-Emoticons in den Einzelchats für Lachen oder Freude. Unter allen verwendeten Emoticons, inklusive jenen außerhalb der Top 15, kommen Emoticons für Fröhlichkeit und Zuneigung 579-mal und mit einem Anteil von 84,53% vor. Das ist geringfügig weniger als im Gruppenchat. Einige Emoticons sind vor allem in der Einzelkommunikation oder der Gruppenkommunikation beliebt und erscheinen selten oder gar nicht in anderen Chats. Das Emoticon :3 (freundliches Katzengesicht) belegt mit zehn Chats den neunten Platz in den Einzelchats, kommt aber nur einmal in Gruppenchats vor. Daneben ist das Emoticon :-) im Einzeldialog relevanter als im Gruppendialog: Mit 61 Verwendungen in 13 Einzelchats steht es auf dem dritten Platz, während es nur 12-mal in vier Gruppenchats erscheint.

Hierbei ist wichtig, dass die Häufigkeit der Emoticons, insbesondere wenn sie geringer als zehn ist, stark von der individuellen Auswahl und Gewohnheit abhängt. Typischerweise taucht das Emoticon :\$ (verlegen) nicht in Gruppenchats auf, wird allerdings siebenmal in den Einzelchats benutzt, dabei von nur einer Schreiberin in einem einzigen Dialog. Dagegen erscheint "_ (ツ) _/" (Schulterzucken) nicht

im Einzeldialog und nur fünfmal im Gruppendialog, was auf die Vorliebe einer einzelnen Schreiberin hinweist.

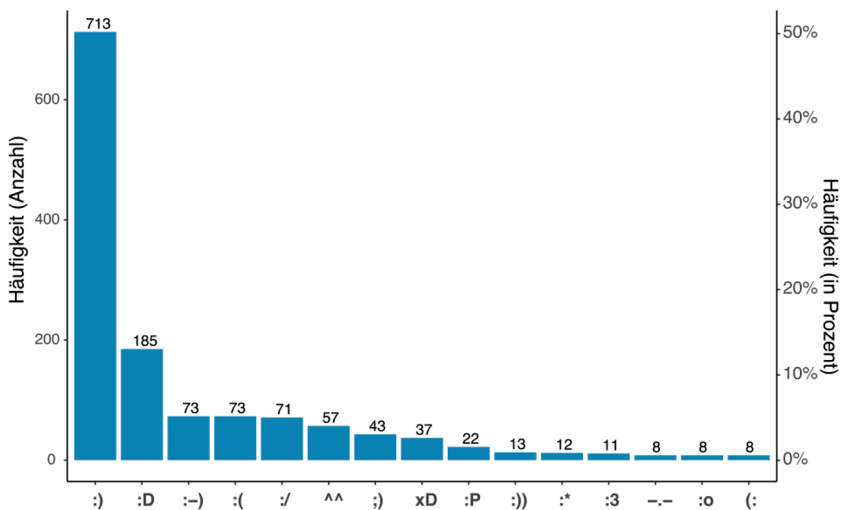


Abb. 66: Die 15 häufigsten Emoticons in WhatsApp-Dialogen gesamt

Hinsichtlich der Verwendungshäufigkeit der Emoticons in allen WhatsApp-Dialogen ist das Emoticon :) am populärsten. Es kommt bei 713-maliger Verwendung unter insgesamt 1.420 Verwendungen auf einen Anteil von 50,21%, wie Abbildung 66 verdeutlicht. Mit weitem Abstand folgt das Emoticon :D bei 185-maliger Verwendung auf Rang 2. In der kompletten WhatsApp-Datenbank machen Emoticons, die für Zuneigung oder Freude stehen, 1.206 Verwendungen aus, was etwa 85% entspricht. In diesem Kontext benutzen deutsche WhatsApp-Schreiberinnen auch die Emoticons :-), ^^, ;), xD, :P usw. sehr gerne zum Ausdruck von Fröhlichkeit oder Freundlichkeit. Zur Übermittlung trauriger Stimmungen wählen die Nutzerinnen vor allem :(, während :/ beliebt ist, um Skepsis zu signalisieren. Zur Visualisierung von Handlungen verwenden WhatsApp-Nutzerinnen ebenfalls gerne Emoticons, etwa :* für einen Kuss. In den Top-15-Emoticons ist nur ^^ horizontal und in seiner Form daher den asiatischen Emoticons ähnlich. Die anderen Zeichen sind alle vertikal konzipiert. Basierend auf der vertikalen Darstellung verfügen die westlichen Emoticons über „directional flexibility“ (Siever 2019: 128), so dass die Emoticons 90 Grad nach links oder rechts gedreht werden können. Den Emoticons in der Datenbank MoCoDa 2 zufolge gewöh-

nen sich die Schreiberinnen eher an die nach links gedrehten Emoticons, die mit etwa 93% (1320- von 1420-mal) eine dominante Stellung einnehmen.

7.3.2.2 Emojis

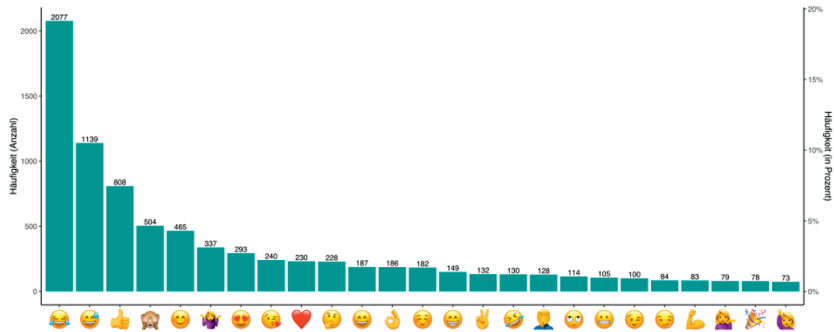


Abb. 67: Die 25 häufigsten Emojis in den WhatsApp-Gruppendialogen

Ein drastischer Abschwung zeigt sich zwischen den ersten vier Emojis hinsichtlich ihrer Verwendungshäufigkeit in den WhatsApp-Gruppendialogen in Abbildung 67. Nach den vier beliebtesten Emojis nimmt die Gebrauchsfrequenz der Emojis weniger schnell ab. Die ersten sechs Emojis (<😂>, <😊>, <👍>, <🏠>, <😄>, <🌸>) machen bereits die Hälfte aller Emojis in Gruppenchats aus. WhatsApp-Nutzerinnen beschränken sich also vor allem auf diese Emojis.

Das Top-Emoji <😂> hat mit 2.077-maliger Verwendung einen großen Vorsprung vor dem zweitbeliebtesten Emoji, macht jedoch nur 19,14% aller Emojis in der Gruppenkommunikation aus. Das beliebteste Emoticon :) hingegen repräsentiert über die Hälfte aller Emoticons. Dies verdeutlicht auch, dass die Bandbreite der Emojis im Vergleich zu Emoticons in der WhatsApp-Kommunikation größer ist.

In den Top-25-Emojis der Gruppendialoge tauchen 14 verschiedene Smileys und Gesichtsausdrücke am häufigsten auf. Zudem erscheinen vier Emojis für Personengesten (<🌸>, <🏠>, <🍷>, <🍷>) und vier Emojis für Hand- und Körperteilgesten (<👍>, <👉>, <👊>, <👊>); daneben stehen das <🏠>-Emoji und das rote Herz-Emoji ebenfalls weit oben auf der Liste, während die Konfettikanone <🎉> auf der vorletzten Stelle steht.

Bei der Datenanalyse ist überdies auffällig, dass Schreiberinnen Varianten einiger Emojis nach ihren individuellen Vorlieben auswählen können, wie etwa von Personen-Emojis oder Körperteil-Emojis. In der vorliegenden Studie werden diese Varianten durch die abgebildeten Standard-Emojis repräsentiert. Den erhobenen Daten zufolge wählen die meisten das Emoji mit gelber Hautfarbe, das als automatischer Vorschlag auf der Emojis-Tastatur und als Stellvertreter aller Hauttöne im Unicode dient. Emojis von personalen Figuren und Körperteilen zeigen verschiedene Hautfarben von hell bis dunkel. So wird in Gruppendialogen das Daumen-hoch-Emoji in fünf farblichen Abstufungen verwendet (<👍>/<👍>/<👍>/<👍>/<👍>), es finden sich alle sechs Varianten des Okay-Emojis (<👌>/<👌>/<👌>/<👌>/<👌>/<👌>) und fünf Haut- und Haarfarben des weiblichen Schulterzucken-Emojis (<🙄>/<🙄>/<🙄>/<🙄>/<🙄>). Beispielsweise kann diese Diversität in der Emojis-Verwendung dazu dienen, die Identität von sich selbst oder von anderen zu präsentieren, Respekt für die Unterschiede zwischen den kommunizierenden Individuen zu zeigen und dabei die soziale Verbundenheit zu festigen.

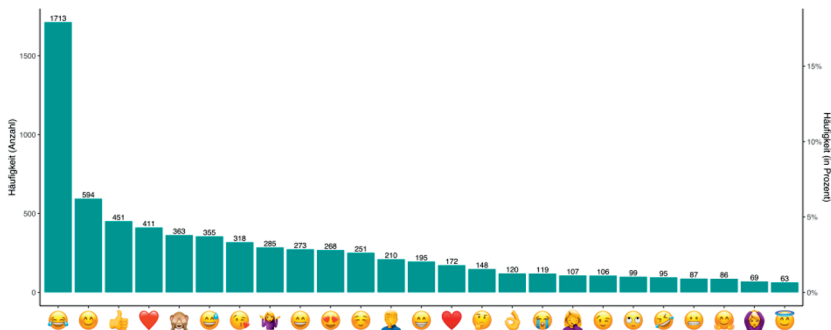


Abb. 68: Die 25 häufigsten Emojis in den WhatsApp-Einzeldialogen

In den Einzeldialogen steht das beliebteste Emoji, das „Tränen lachende Gesicht“ <😂>, mit deutlichem Abstand an der Spitze. Das zweitpopulärste Emoji <😊> wird im Vergleich zwei Drittel seltener verwendet und markiert demnach eine signifikant geringere Verwendungsfrequenz im Vergleich zum beliebtesten Emoji. In der Einzelkommunikation fällt die Verwendungshäufigkeit bereits ab dem zweiten Emoji merklich ab, im Gegensatz zu den Emojis in der Gruppenkommunikation.

Die Verwendungshäufigkeit einzelner Emojis variiert in der Eins-zu-eins- und der Mehrparteien-Kommunikation um Nuancen. Beispielsweise spielt das Emoji „grinsendes Gesicht mit Schweiß“ <😓> anders als in Gruppenchats keine wichtige Rolle in Einzelchats; in diesen steht es auf dem sechsten, in jenen auf dem zweiten Platz. Überdies ist das <😓>-Emoji bei den Schreiberinnen beliebter in den Einzelchats, in denen es mit 6,21% an zweiter Stelle steht, als in den Gruppenchats mit 4,28%. Weiterhin besitzt das Emoji des roten Herzens einen prominenteren Platz in der Einzelkommunikation als in den Gruppendialogen. In den Top 25 der Einzelchats erscheinen die zwei Emojis <❤> und <❤> zusammen mit 6,10%, während sie in Gruppendialogen nur auf 2,12% kommen.

50% aller verwendeten Emojis in den Einzelchats entfallen auf die ersten zehn Arten von Emojis, nämlich <😓>, <😓>, <👍>, <❤>, <👩>, <😓>, <😓>, <🌸>, <😓> und <😓>. Es zeigt sich, dass WhatsApp-Schreiberinnen Emojis im Vergleich zu den Gruppenchats dezentralisierter verwenden. Die häufigsten Emojis sind dort vielfältiger als in den Gruppenchats. Anstatt der drei Frauenkörpergesten-Emojis <👩>, <👩>, <👩> in Gruppenchats benutzen Kommunizierende in Einzelchats öfter <👩>, <👩>, <👩>. Demgegenüber bleibt das einzelne Emoji männlicher Gestalt in Einzelkommunikation konstant, nämlich das sich an den Kopf fassende Emoji <👨>. Emojis in den Top 25 der Einzeldialoge setzen sich aus 16 Smileys und menschlichen Gesichtsausdrücken, vier personalen Körpergesten, zwei Handgesten (<👉>, <👍>) und zwei Herz-Symbolen zusammen.

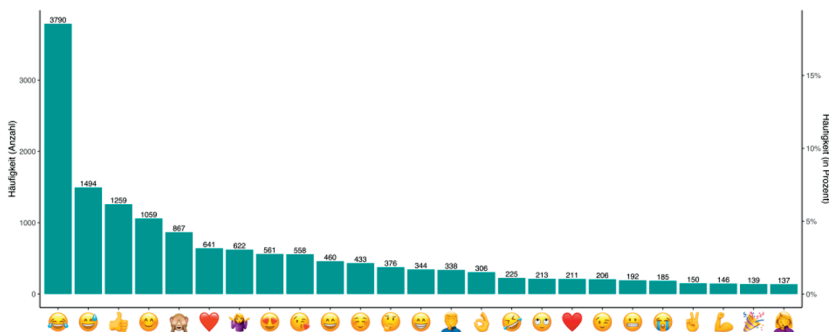


Abb. 69: Die 25 häufigsten Emojis in WhatsApp-Dialogen gesamt

In der gesamten WhatsApp-Datenbank zeigt sich eine offensichtliche Besonderheit, dass das Tränen-lachen-Emoji <😓> mit Abstand das

beliebteste Emoji (18,57%) im WhatsApp-Schreiben ist. Das zweitbeliebteste <😂> macht lediglich 7,32% von insgesamt 20.414 Verwendungen aus. Danach folgen Emojis wie <👉>, <😁>, <👶>. Die Top 25 der Unicode-Emojis¹⁰⁹ setzen sich wie folgt zusammen: 14 Smileys und Gesichtsausdrücke, ein sich die Augen zuhaltendes Affengesicht, drei Personen-Körpergesten (<👉>, <👉>, <👉>), vier Hand- oder Körperteil-Gesten sowie zwei Rotes-Herz-Symbole und ein Objekt-Emoji (<🍷>).

Interessant ist auch das Geschlecht der Emoji-Figuren. Die beliebteste weibliche Figur in den Gruppendialogen ist das Schulterzucken-Emoji <🙄>, während die am häufigsten verwendete männliche Figur das sich an den Kopf fassende Emoji <🤦> ist. Diese Beobachtungen werfen zwei weitere Fragen auf: Wie werden weibliche und männliche Emojis in WhatsApp verwendet? Werden die Frauen-Emojis nur von Frauen und die Männer-Emojis nur von Männern versendet? Die Antworten auf diese beiden Fragen ergeben sich aus den Top 25 der Emojis-Verwendungsfrequenz.

Personen-Emojis in Unicode sind in verschiedenen Geschlechtervarianten verfügbar. In der WhatsApp-Kommunikation werden die weiblichen Versionen eines Emojis öfter als ihre männlichen Gegenstücke geschickt, wie die folgende Tabelle illustriert.

Emoji weiblich	Anzahl	Emoji männlich	Anzahl
	622		88
	137		338
	131		12
	124		11
	119		1
	48		23
	1		5

Tab. 8: Emojis mit bestimmtem Geschlecht

Eine typische Ausnahme ist das sich an den Kopf fassende Emoji <🤦> mit 338 Verwendungen, dessen entsprechendes Frauen-Emoji <🙄>

¹⁰⁹ Siehe <https://unicode.org/emoji/charts/full-emoji-list.html> (letzter Zugriff am 29.04.2023).

nur 137-mal vorkommt. Ferner erscheint die männliche Version vom Gewichtheben-Emoji <🏋️> mit fünf Verwendungen ebenfalls öfter als das weibliche Äquivalent <🏋️>, das nur ein einziges Mal in der MoCoDa-2-Datenbank auftaucht. Zumeist sind jedoch die weiblichen Varianten eines Emojis häufiger als die männlichen, so etwa <💪> <👊>, <👊> <👊>, <👊> <👊>, <👊> <👊> und <👊> <👊>. ¹¹⁰ Zur Frage, inwiefern Frauen und Männer Frauen- und Männer-Emojis verwenden, liegen folgende Daten vor:

Emoji weiblich	Schreiberinnen	Schreiber	Emoji männlich	Schreiberinnen	Schreiber
👊	438	156	👊	2	85
👊	128	4	👊	180	152
👊	102	23	👊	3	8
👊	103	15	👊	10	1
👊	112	2	👊	0	1
🏋️	46	4	🏋️	19	4
🏋️	1	0	🏋️	5	0

Tab. 9: Geschlechtsverteilung der Emojis mit bestimmtem Geschlecht der Schreiberinnen

Diese Daten erlauben folgende Schlüsse: Auf der einen Seite werden Frauen-Emojis nicht nur von Frauen verwendet, wie auch die Männer-Emojis nicht nur von Männern. Die WhatsApp-Nutzerinnen könnten je nach Kontext oder aus ökonomischen Gründen ein Emoji auswählen, dessen Figur und Geschlecht nicht zu den Schreiberinnen passt. Auf der anderen Seite werden die Frauen-Emojis erheblich häufiger von Frauen als von Männern versendet. Dahingegen werden lediglich drei Männer-Emojis (<👊>, <👊>, <👊>) öfter von Männern als von Frauen benutzt. Die übrigen Emojis (männlich und weiblich) werden in der WhatsApp-Kommunikation öfter von Frauen als von

110 Zudem zeigt die Untersuchung, dass die proportionale Verteilung von Frauen und Männern in der MoCoDa-2-Datenbank 2,14:1 beträgt. (Schreiberinnen ohne Geschlechtsangabe wurden hierbei rechnerisch nicht erfasst.) Dennoch erscheinen die meisten Frauen-Emojis mehr als 2,14-mal so oft wie ihre männlichen Äquivalente.

Männern genutzt. Das betrifft neben den weiblichen Emojis auch Männer-Emojis wie <👤>, <👤>, <👤> und <👤>. ¹¹¹

7.4 Position von Bildzeichen in Messenger-Diensten

Dieser Teil konzentriert sich vor allen Dingen auf die Positionen der Bildzeichen in der WeChat- und WhatsApp-Kommunikation. In der WeChat-Kommunikation ist lediglich die Position der Emojis auszuwerten, da die Emoticons im chinesischen digitalen Schreiben nicht ausreichend oft vorkommen, während die Positionen der Emojis und Emoticons im deutschen WhatsApp genauer untersucht werden können.

Wie eingangs in Abschnitt 4.4.1 erwähnt, werden Sticker nicht in textuellen Nachrichten eingebettet. Sie kommen ausschließlich als eigenständiger Beitrag in einem Messenger-Dialog vor. Dies ist auch der Grund dafür, dass die Position von Stickern an dieser Stelle nicht weiter analysiert wird. Im Unterschied dazu können Emojis und Emoticons mit Text im einzelnen Beitrag des Messenger-Schreibens integriert werden. In dieser Studie wird die Position von Emojis oder Emoticons in WhatsApp- und WeChat-Dialogen anhand eines einheitlichen Kriteriums definiert: Wenn ein Bildzeichen vor dem textuellen Inhalt in einer Nachricht steht, wird die Position als „Anfang Text“ betrachtet; folgt auf ein Emoji keine textuelle Äußerung, so ist seine Position „Ende Text“; befinden sich textuelle Äußerungen vor und nach einem Emoji, so ist seine Position „im Text“. Wenn Bildzeichen ohne sprachliche Ausdrücke eine Nachricht bilden, so ist die Position als „Emojis/ Emoticons alleine“ bezeichnet. Es kann ebenfalls passieren, dass ein Emoji oder ein Emoticon gemeinsam mit anderen vorkommt oder dasselbe Bildzeichen wiederholt wird. Um das Klassifikationskriterium für die weitere Analyse zu verdeutlichen, werden im Folgenden vier Beispiele aus der MoCoDa-2-Datenbank vorgestellt:

Beispiel a): Hallöchen popöchen 🙋. Hmmm tolle Idee. 👍. Wieviele Mädels möchtest du denn einladen? Möchtest du eher Vormittags oder Nachmittags oder sogar am Abden 🌃🌃🌃🌃 (MSFvr, #6)

111 Die Untersuchung der Emojis-Verwendung durch beide Geschlechter basiert auf denjenigen Schreiberinnen, deren Geschlecht angegeben wurde. In der MoCoDa 2 gibt es überdies 116 Personen, deren Geschlecht unbekannt ist. Deswegen ist die Summe der Verwendungen eines Emojis durch Männer und Frauen niedriger als die Gesamtsumme.

Beispiel b): 😊 Hat denn schon wer eine Antwort bekommen? Meine hat auch noch nichts geschrieben 😊 (JLC0m, #211)

Beispiel c): Und wenn wir alle zu dir kommen 😊 ^^ (3kUYj, #3)

Beispiel d): 🌱🍷 (MSFvr, #20)

Gemäß diesen Kriterien sind die zwei Hand-Emojis <👋> und <👉> in Beispiel a) als „im Text“ klassifiziert. Hingegen folgen auf die vier Emojis <🌟>, <🏠>, <🏠> und <🌟> keine textuellen Nachrichten, weshalb sie als vier separate „Ende Text“ gezählt werden. In Beispiel b) wird das erste Tränen-lachen-Emoji <😂> als „Anfang Text“ und das zweite als „Ende Text“ verzeichnet. In Beispiel c) sind das <😊>-Emoji und das Emoticon ^^ gleich als „Ende Text“ genannt. Die zwei divergenten Emojis <🌱> und <🍷> in Beispiel d) bilden einen einzelnen WhatsApp-Beitrag und werden somit als „Emojis alleine“ betrachtet.

7.4.1 Verwendungsposition in chinesischen WeChat-Dialogen

Emojis, die von WeChat selbst definiert und im Unicode abgeleitet sind, erscheinen insgesamt 363-mal in den Gruppenchats, davon 148-mal als individuelle Beiträge ohne Text im Dialog (40,77%). In den Einzeldialogen kommen sie 677-mal bei 2.099 Verwendungen (32,25%) und damit prozentual etwas seltener als einzelne Beiträge vor. In Anbetracht des Zusammenspiels zwischen den Emojis und textuellen Äußerungen machen am Anfang der Nachricht gesetzte Emojis 6,34% bei 23 Verwendungen in den Gruppenchats und 6,43% mit 135 Verwendungen in den Einzelchats aus. In den Gruppenchats stehen Emojis 24-mal (6,61%) innerhalb des Textes, was geringfügig niedriger als die 147 Verwendungen (7%) in den Einzelchats ist. Die meisten Emojis stehen am Ende einer WeChat-Nachricht nach dem Text, was 168-mal (46,28%) in den Gruppendialogen und 1.140-mal (54,31%) in den Einzeldialogen der Fall ist.

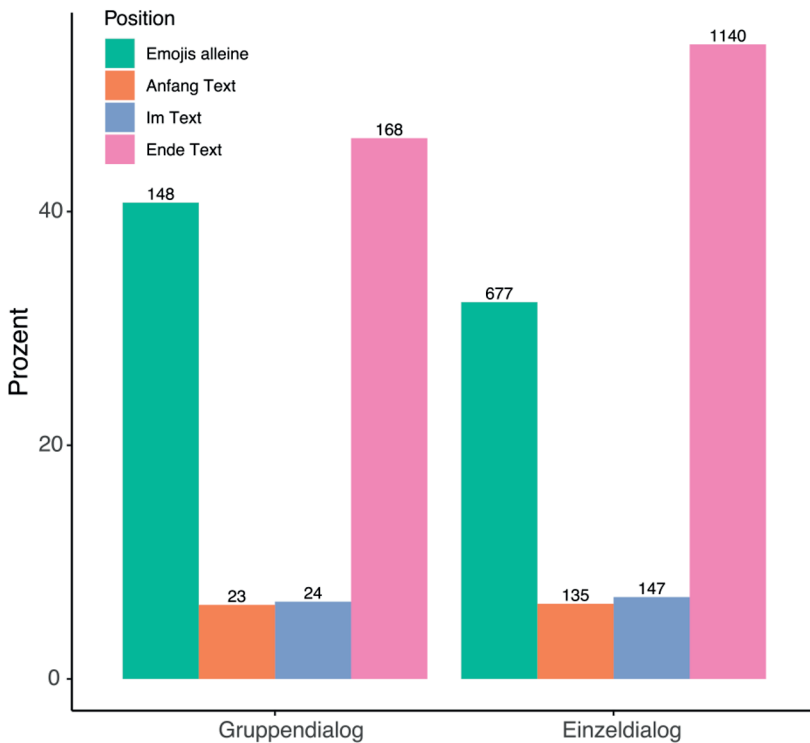


Abb. 70: Statistik der Positionen von Emojis in WeChat

7.4.2 Verwendungsposition in deutschen WhatsApp-Dialogen

Die Analyse der Verwendungspositionen von Emoticons und Emojis in der WhatsApp-Kommunikation lässt sich zuerst durch einen Vergleich in der Einzel- und Gruppenkommunikation durchführen.

7.4.2.1 Emoticons

In der WhatsApp-Kommunikation finden sich Emoticons nur selten als einzelne Beiträge: Lediglich 40-mal stehen Emoticons isoliert, was ein Anteil von unter 3% ist. Noch seltener, nämlich nur sechsmal, beginnt eine Nachricht mit einem Emoticon. Wahrscheinlicher ist es, dass Emoticons in Postings innerhalb der textuellen Äußerungen stehen: 249-mal (17,54%). Die meisten Emoticons stehen nach den textuellen Äußerungen am Beitragsende: 1.125-mal (79,23%).

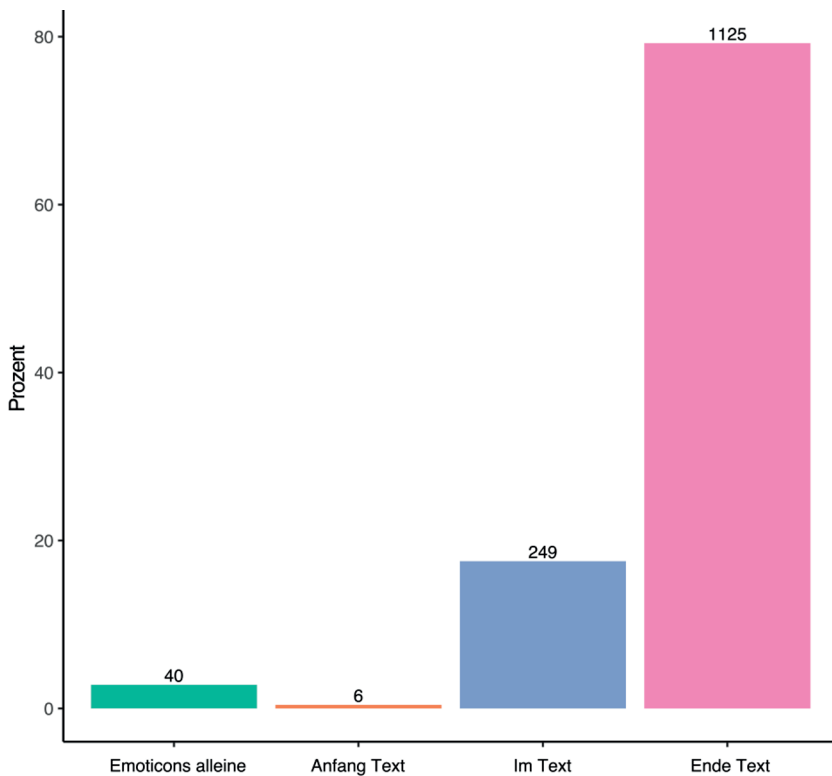


Abb. 71: Statistik der Positionen von Emoticons in WhatsApp

Ein Vergleich zwischen den Emoticons-Positionen in der Gruppen- und der Einzelkommunikation in Abbildung 72 zeigt Folgendes: Der Anteil von Emoticons in Form individueller Beiträge ist in den Einzelchats mit insgesamt 25 Verwendungen (3,65%) etwas höher als in den Gruppenchats, wo lediglich 15 Verwendungen (2,04%) vorliegen. In den Gruppenchats sind Emoticons geringfügig häufiger als in den Einzelchats in die Textnachricht integriert. Emoticons stehen hier 720-mal (97,96%) am Anfang oder am Ende des Textes bzw. im Text, während sie in dieser Form 660-mal (96,35%) in den Einzeldialogen auftauchen. Auf der Position „Ende Text“ stehen Emoticons 606-mal (82,45%) in den Gruppendialogen sowie 519-mal (75,77%) in den Einzeldialogen. Hinsichtlich der Wahrscheinlichkeit, dass Emoticons in textuellen Äußerungen eingebettet sind, stehen die Gruppendialoge im Verhältnis zu den Einzelchats zurück: Emoticons erscheinen 111-mal (15,10%) in den Gruppenchats und 138-mal (20,15%) in den

Einzelchats. Die Anzahl der Emoticons am Anfang des Postings ist in den Gruppen- und Einzeldialogen mit dreimal identisch, nur die Anteile von 0,41% in den Gruppenchats und 0,44% in den Einzelchats unterscheiden sich geringfügig.

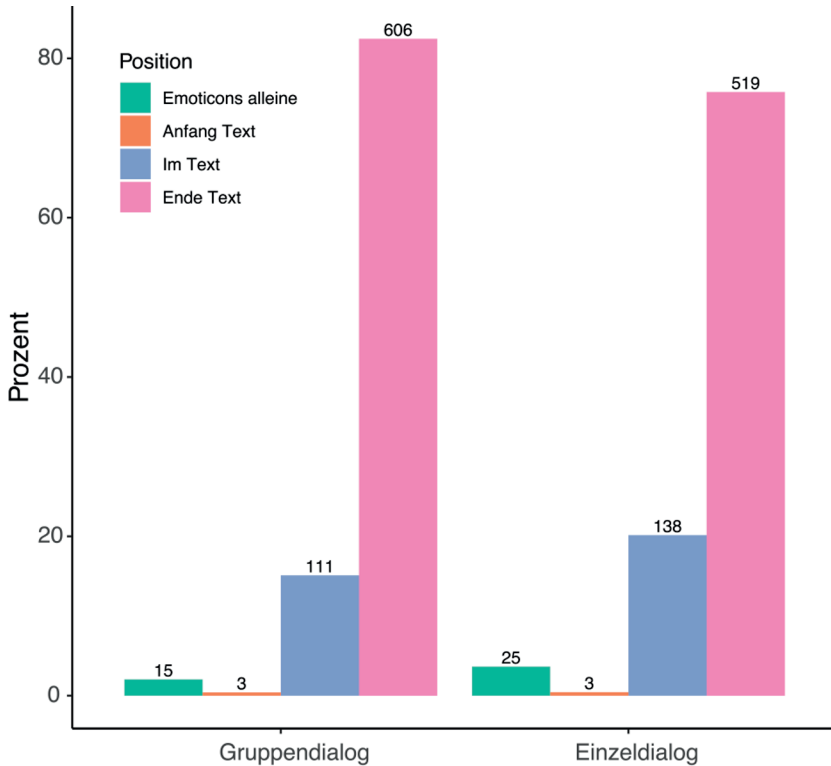


Abb. 72: Statistik der Positionen von Emoticons in den Gruppen- und Einzeldialogen in WhatsApp

7.4.2.2 Emojis

Wie in der Abbildung 73 angegeben, ähneln sich die allgemeine Verteilung der verschiedenen Positionen der Emojis in den Gruppendialogen und Einzeldialogen in WhatsApp, weisen aber feinere Unterschiede hinsichtlich der spezifischen Positionen auf.

Emojis bilden häufiger eigenständige Beiträge in der Gruppen- als in der Einzelkommunikation. Sowohl in der Einzel- als auch in der Gruppenkommunikation ist es nicht selten, dass mehrere Emojis zusammen einen individuellen Beitrag formen, der keinerlei textuelle

Äußerungen enthält. In den Gruppendialogen werden Emojis 2.476-mal in 1.085 Nachrichten als individuelle Beiträge versendet; durchschnittlich bilden 2,28 Emojis einen derartigen WhatsApp-Emoji-Beitrag. Ferner kommen Emojis 1.623-mal in 733 Beiträgen als einzelne Zeichenmodalitäten in der Einzelkommunikation vor; im Mittel bilden 2,21 Emojis einen Beitrag ohne begleitenden Text.

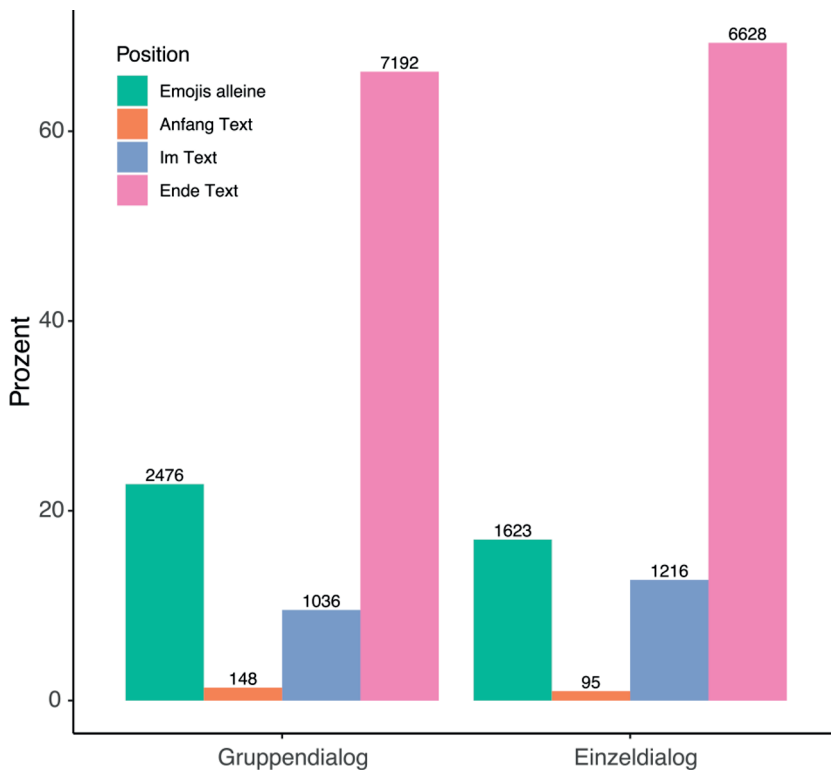


Abb. 73: Statistik der Positionen von Emojis in WhatsApp

Im Gruppenchat befinden sich Emojis 148-mal mit einem Anteil von 1,36% an der ersten Stelle einer Nachricht, 7.192-mal (66,27%) an der letzten Stelle einer Nachricht und 1.036-mal (9,55%) zwischen zwei Teilen schriftlicher Äußerungen. Im Gegensatz dazu sind Emojis im Einzelchat 95-mal (0,99%) am Anfang einer Nachricht, 6.628-mal (69,32%) am Ende und 1.216-mal (12,72%) inmitten textueller Inhalte positioniert. Die Wahrscheinlichkeit, dass Emojis am Beginn eines Beitrags in Gruppendialogen stehen, ist ein wenig größer als in Einzeldialogen. Hingegen ist die Einbettung von Emojis im Text in

Gruppendialogen seltener als in Einzeldialogen. Emojis, die am Ende einer Nachricht platziert sind, treten in der Gruppenkommunikation etwas unwahrscheinlicher als in der Einzelkommunikation auf.

Ein Vergleich zwischen den Positionierungen von Emojis im chinesischen WeChat und im deutschen WhatsApp zeigt Folgendes (Abbildung 74):

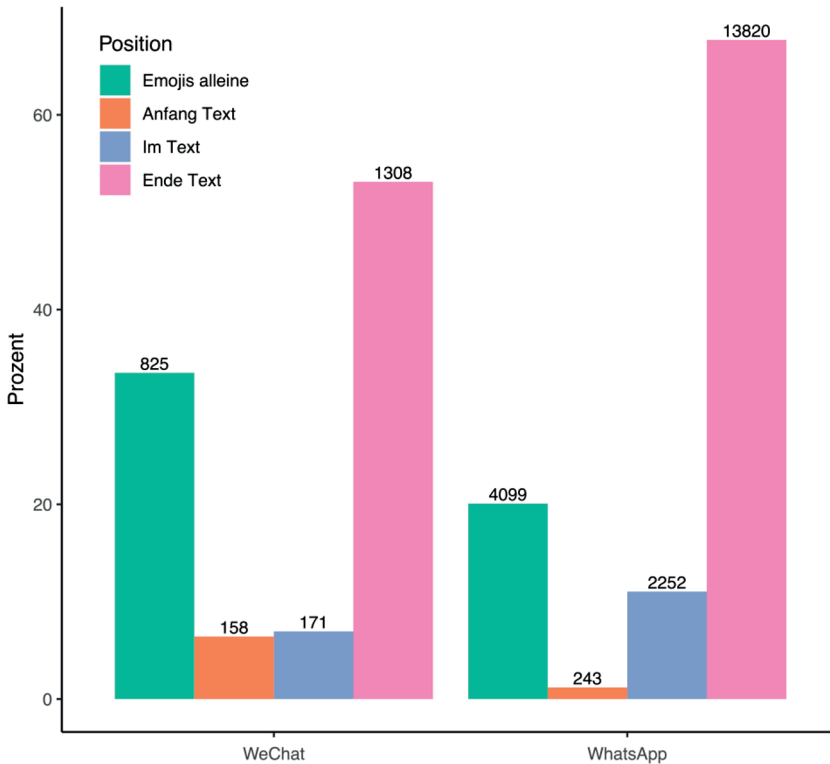


Abb. 74: Statistik der Positionen von Emojis in WeChat und WhatsApp

Erstens nutzen Schreiberinnen im chinesischen (33,51%) Kontext Emojis als individuelle Beiträge weitaus häufiger als im deutschen Kontext (20,08%). Zweitens beginnen chinesische Verfasserinnen ihre Nachrichten lieber mit Emojis (6,42%) als deutsche Verfasserinnen (1,19%). Drittens integrieren deutsche WhatsApp-Nutzerinnen (11,03%) Emojis lieber in textuelle Äußerungen – z.B. als Ersatz für Interpunktionszeichen zur Strukturierung der Botschaften (siehe Teil 10.2.2) –, als die chinesischen WeChat-Nutzerinnen (6,95%) dies tun.

Viertens findet sich im deutschen WhatsApp öfter ein Emoji am Ende eines Postings (67,70%), während im chinesischen WeChat 53,13% Emojis am Beitragsende platziert sind. Die größte Gemeinsamkeit in der Platzierung von Emojis zeigt sich in der grundsätzlichen Tendenz sowohl chinesischer als auch deutscher Schreiberinnen, Emojis gerne als separaten Beitrag oder am Beitragsende einzusetzen. Beide Gruppen nutzen diese Möglichkeiten häufiger als die anderen zwei Optionen.

7.5 Zwischenbilanz

Dieser Passus lenkte den Blick auf die Verwendungsgewohnheiten von chinesischen WeChat- und deutschen WhatsApp-Nutzerinnen hinsichtlich Bildzeichen im Messenger-Schreiben, basierend auf den Daten in der MoCoDa 2 und der XISU-Datenbank. Die quantitative Untersuchung berücksichtigt Aspekte der Bildzeichenverwendung im Gruppen- und Einzeldialog sowie in der Gesamtheit der Dialoge in WeChat und WhatsApp.

In Bezug auf die Verwendungsanteile der Bildzeichen im chinesischen WeChat und im deutschen WhatsApp zeigt sich Multimodalität als eines der zentralen Spezifika vom digitalen Schreiben und als eine offensichtliche Gemeinsamkeit beider Plattformen. Sowohl chinesische als auch deutsche Schreiberinnen weisen eine deutliche Präferenz für Emojis in der Messenger-Kommunikation gegenüber Emoticons auf. Die Unterschiede der deutschen und chinesischen Nutzung sind aus den folgenden vier Aspekten ersichtlich:

- (1) Sticker sind wichtiger für die chinesischen als für die deutschen Schreiberinnen. 53,48% der WeChat-Dialoge in der XISU-Datenbank enthalten Sticker, während dies lediglich auf 4,10% der WhatsApp-Dialoge in MoCoDa 2 zutrifft.
- (2) Anders als die chinesischen verwenden die deutschen Verfasserinnen häufiger Emoticons: 44,32% der WhatsApp-Dialoge enthalten solche Zeichen. Dagegen tauchen neun verschiedene Emoticons nur zehnmal in der WeChat-Datenbank auf, während 48 unterschiedliche Emoticons 1.420-mal Teil der WhatsApp-Kommunikation sind. Eine Statistik zur Häufigkeit von Emoticons in WeChat zu erstellen wäre sinnlos, weil die Nutzerinnen Emoticons, genauer gesagt Kaomojis, in den Datenbank-Dialogen isoliert versenden.

Hierbei ist noch zu ergänzen, dass das Emoticon :-)) als „das verbreitetste aller Emoticons“ (Imo 2015b: 134) bezeichnet wird; es dient auch als Anzeigebild im Wikipedia-Eintrag¹¹² zu „Emoticon“. Jedoch kommt die Variante :) in der WhatsApp-Kommunikation weitaus häufiger vor als :-)) und macht die Hälfte aller Emoticons in der WhatsApp-Kommunikation aus. Der Hauptgrund hierfür besteht vermutlich in der einfacheren Eingabe von :) auf der digitalen Tastatur. Das digitale interpersonale Schreiben geht oft mit hoher interaktionaler Intensität einher; die Teilnahme an dieser quasi-synchronen Kommunikation erfordert schnelles Tippen auf der Tastatur. Bei :) können Messenger-Tippende den Bindestrich weglassen und das Emoticon effizienter und ökonomischer im Text platzieren. Im Vergleich mit anderen lächelnden Emojis hat das Emoticon :) auch einen festen Platz im digitalen Schreiben. Einerseits bietet es aufgrund seiner klaren Grundbedeutung eine große Anwendungsbreite, sodass Schreiberinnen die Nuancen der Smiley-Palette (wie <😊>, <😁>, <😄>, <😃>, <😂>, <😅>, <😆>, <😇>, <😈> usw.) nicht ausdifferenzieren müssen. Andererseits hat das Emoticon :) eine lange Geschichte, es wurde schon vor der Entstehung der Emojis verwendet und hat sich bis heute gehalten.

- (3) Chinesische WeChat-Nutzerinnen haben Zugriff auf zwei Arten von Emojis für die Kommunikation: Eine basiert auf dem internationalen Unicode, die andere auf dem WeChat-System. Das bedeutet, chinesische WeChat-Verfasserinnen haben eine größere Auswahl als deutsche WhatsApp-Verfasserinnen. Jedoch kommen insgesamt 512 verschiedene Emojis in den erhobenen Dialogen von MoCoDa 2 vor, bei nur 149 unterschiedlichen Emojis in den WeChat-Dialogen der XISU-Datenbank. Im Vergleich zu den deutschen Schreiberinnen zeigen die Chinesinnen eine größere Vorliebe für eine geringere Anzahl von Emojis.

Emojis werden generell häufiger in WhatsApp-Dialogen (ca. 96%) als in WeChat-Dialogen (ca. 80%) verwendet. Ein Unterschied bei der Emojis-Verwendung zwischen Gruppen- und Einzelkommunikation ist ebenso erwähnenswert. WeChat-Schreiberinnen setzen Emojis im Einzeldialog (etwa 80%) lieber als im Gruppendialog (ca. 71%) ein, während Emojis im deutschen WhatsApp etwas häufiger im Gruppenchat (100%) als im Einzelchat (gut 94%) vorkommen. Neben dem

112 Siehe <https://de.wikipedia.org/wiki/Emoticon> (letzter Zugriff am 26.04.2023).

prozentualen Anteil der Emojis in den Dialogen zeigt das außerdem, dass deutsche viel häufiger als chinesische Interaktantinnen Emojis versenden, da der Anteil von Beiträgen mit Emojis an allen Beiträgen in WhatsApp höher ist als in WeChat.

Die Verwendungsfrequenz der Emojis weist auf mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede hin. Die erste Gemeinsamkeit besteht darin, dass sich die Verwendungshäufigkeit dreifach abstuft: Das beliebteste Emoji steht mit großem Abstand an der Spitze. Danach folgen drei oder vier Emojis, die ebenfalls besonders beliebt sind, aber mit geringerem Abstand vor allen anderen Emojis rangieren. Schließlich folgen die restlichen ca. 20 Emojis in geringen Abständen auf der dritten Stufe der Top 25.

Laut den beiden Datenbanken sind diese Tränen lachenden Gesichter die beliebtesten Emojis in WeChat und in WhatsApp. Das WeChat-Emoji <😂> wurde als Verstärkung des <😄>-Emojis von Tencent-Designerinnen konzipiert. Unternehmensberichte bestätigen diese Beliebtheit. Dem WeChat-Jahresbericht 2018 zufolge ist das Emoji <😂> das Lieblingsemoji derer, die in den 2000er Jahren geboren wurden. Das Tränen lachende Gesicht <😄> ist das beliebteste Emoji unter Nutzerinnen, die in den 1990er Jahren geboren wurden, was von Tencent mit „das Leben in den 20er Jahren wird von Weinen und Lachen begleitet“ kommentiert wurde.¹¹³ Dem Jahresbericht von Tencent 2019 zufolge ist das <😂>-Emoji, das populärste WeChat-Emoji in allen Altersgruppen.¹¹⁴ Dieses Emoji <😂> wurde von den Oxford Dictionaries als Wort des Jahres 2015 anstatt eines textuellen Wortes gekürt, „weil es weltweit 2015 das meistbenutzte Emoji gewesen sei“.¹¹⁵ Sechs Jahre später, im Jahr 2021, wurde das <😂>-Emoji in einer offiziellen Studie des Unicode-Konsortiums erneut als das beliebteste Emoji identifiziert und macht dabei mehr als 5% aller genutzten Emojis aus.¹¹⁶

Die drei beliebtesten Emojis im chinesischen WeChat und deutschen WhatsApp sind nicht auf eine bestimmte pragmatische Inter-

113 Jahresbericht von WeChat 2018 (2019): <https://support.weixin.qq.com/cgi-bin/mmsupport-bin/getopendays> (letzter Zugriff am 20.04.2023).

114 Jahresbericht von WeChat 2019 (2020): <https://www.chinaz.com/2020/0109/1091393.shtml> (letzter Zugriff am 26.04.2023).

115 Siehe Nachrichten von n-tv.de: <https://www.n-tv.de/ticker/Oxford-Dictionaries-kuert-das-Wort-des-Jahres-article16376721.html> (letzter Zugriff am 26.04.2023).

116 Dem Artikel von Daniel (2022) zufolge sind die zehn beliebtesten Emojis im Jahr 2021 <😂> <❤️> <😄> <👉> <🤔> <🙏> <👉> <🤔> <🙏> <👉>.

pretation fixiert, sondern besitzen aufgrund der Kombination verschiedener Elemente ein umfassendes Bedeutungspotenzial. Grundsätzlich basiert die Gestaltung der drei Emojis <😂>, <😓> und <😅> auf einem lachenden Gesicht; daneben fügen die Tränen, der Schweiß und die Handlung des Sich-ins-Gesicht-Fassens noch eine weitere Bedeutungsebene hinzu, die alleine betrachtet eher negative Bedeutungen, wie Traurigkeit, Peinlichkeit, Spannung usw., aufweist. Die Zusammensetzung all dieser Elemente in den Emojis ermöglicht eine breitere Bedeutung, deren Grundton aber wegen der lachenden Mimik in den meisten Fällen eher neutral bis positiv bleibt. In diesem Sinne dienen die Emojis <😂>, <😓> und <😅> nicht nur dem Ausdruck von tiefer Freude oder Spaß, sondern auch dem Umgang mit Verlegenheit und als eine nonverbale Antwort im jeweiligen Kontext. Im Vergleich zu anderen häufig benutzten Emojis auf der Top-25-Liste, wie dem Smiley, dem Küssen-Emoji und dem Daumen-hoch-Emoji, sind diese drei Emojis wie ein Dietrich, der sich für viele Kommunikationssituationen eignet. Das könnte der Hauptgrund für die Vorliebe der chinesischen und deutschen Schreiberinnen für diese drei Emojis in der Messenger-Kommunikation sein.

Darüber hinaus gibt es außer dem Tränen-lachen-Emoji einige Emojis mit ähnlich hoher Verwendungsfrequenz in der WeChat- und WhatsApp-Kommunikation, zum Beispiel das rote Herz, die Okay-Geste, Daumen hoch, Kuss (<😘> und <😗> in WeChat und <😗> in WhatsApp), Weinen (<😭> in WeChat und <😭> in WhatsApp) und verschiedene lachende Gesichter. Bezüglich der Auswahl der Emojis haben chinesische und deutsche Nutzerinnen einige unterschiedliche Verwendungsgewohnheiten. Vor allem benutzen chinesische im Vergleich zu deutschen Schreiberinnen nicht so gerne Körper-Gestik-Emojis. Das in WeChat-Dialogen beliebteste Emoji dieser Kategorie und auch das einzige auf der Top-25-Liste ist das Umarmungs-Emoji (<🤗>), während drei Arten solcher Emojis im deutschen WhatsApp (<🤗>, <🤔>, <🤩>) oft verwendet werden. Zur Vermittlung von Zuneigung verwenden chinesische Nutzerinnen neben dem roten Herz-Emoji noch sehr häufig das Emoji für Rose (<🌹>); deutsche Nutzerinnen benutzen hingegen zwei Varianten des roten Herzens häufig. Des Weiteren ist das Okay-Emoji für Chinesinnen bedeutender als für Deutsche, während es beim Daumen-hoch-Emoji umgekehrt ist. Der Hauptgrund liegt darin, dass sich Chinesinnen nicht so wie Deutsche an das Daumen-hoch-Emoji als Geste gewöhnt haben, um Einver-

ständnis zu signalisieren. Vorzug genießt unter chinesischen Nutzerinnen das Okay-Emoji als Zeichen der Zustimmung, etwa bei einer Vereinbarung oder als Rückmeldung auf den Erhalt einer Nachricht; im Gegensatz dazu bevorzugen Deutschschreiberinnen das <👍>-Emoji. Dieses signalisiert Zustimmung und vermittelt eine positive Einstellung zu einem Interaktionszusammenhang. Im Gegensatz dazu sehe ich persönlich das Okay-Emoji in gewissem Maße passiver, der Interaktivitätsgrad scheint beim Emoji <👉> geringer als bei <👍> (in WeChat auch <👉>) auszufallen. Dieses Phänomen spiegelt den Charakter der Chinesinnen und der Deutschen wider, wonach die Chinesinnen tendenziell zurückhaltender sind; sie neigen gewissermaßen mehr zum „Ja“ oder „Okay“, weniger zu „super“ oder „prima“, während die Deutschen eine höhere Aktivität zeigen und diese auch vom Gegenüber in der Interaktion erwarten.

- (4) Hinsichtlich der genauen Position der Bildzeichen setzen deutsche WhatsApp-Nutzerinnen im Korpus Emoticons vor allen Dingen nach den textuellen Äußerungen am Nachrichtenende, manchmal auch im Text; sie schicken Emoticons äußerst selten als Initiator am Nachrichtenanfang oder als separaten Beitrag. Zwar ist es nicht selten, dass sich Emojis alleine, ohne weiteren Text als Beitrag finden. Die chinesischen Schreiberinnen setzen Emojis jedoch öfter ohne Text ein als die deutschen. Dennoch ist die durchschnittliche Anzahl der Emojis in WeChat kleiner als in WhatsApp. Wenn eine chinesische WeChat-Nutzerin nur Emojis in einem Posting verschickt, wählt sie durchschnittlich über 1,5 Emojis auf einmal aus. In einer WhatsApp-Nachricht werden im Mittel ungefähr zwei Emojis gewählt, wobei Deutschschreiberinnen aber seltener Nachrichten ohne Text versenden. Zudem beginnen chinesische WeChat-Verfasserinnen eine Nachricht gerne mit einem Emoji oder mehreren Emojis. Im Gegensatz dazu platzieren deutsche WhatsApp-Verfasserinnen Emojis lieber ans Nachrichtende, nach allen sprachlichen Äußerungen.

III

QUALITATIVE UNTERSUCHUNG

8

Charakteristische Merkmale des Messenger-Schreibens

„Eine Nachricht ohne Emojis, ohne ein Smiley, ohne eine Spielerei mit den Buchstaben – das sieht nüchtern aus.“

– Christa Dürscheid

Rüdiger Grimm betrachtet die digitale Kommunikation in erster Linie als Kommunikation mittels digitaler Medien (vgl. Grimm 2005: 1). Er führt aus, „dass die Kommunikation selbst digital genannt wird, ist aber keine sprachliche Nachlässigkeit, sondern bringt zum Ausdruck, dass die Kommunikation über digitale Medien eine andere wird“ (Grimm 2005: 1). Im Kapitel 6.2 wurden die allgemeinen Merkmale der Keyboard-to-Screen-Kommunikation nach sieben Untersuchungskategorien in Anlehnung an Jucker/Dürscheid (2012) dargelegt. Kommunikationsmöglichkeiten in Messenger-Diensten basieren einerseits auf verschiedenen funktionalen Angeboten digitaler Plattformen und andererseits auf der hochgradigen Mobilität und Erreichbarkeit dank der Smartphones. Dieser Abschnitt widmet sich Charakteristika der Kommunikation in WeChat und WhatsApp und erörtert ausführlich sieben kommunikative Phänomene anhand der verfügbaren Daten. In der Messenger-Interaktion finden sich sowohl in den deutschen als auch den chinesischen Dialogen Phänomene (siehe 8.1) wie Chunking, Quasi-Synchronität, Kommunikationskontinuität, Multimodalität sowie Digital-Interpunktion. Überdies werden noch zwei weitere kommunikative Möglichkeiten (siehe 8.2), die vor allem im chinesischen Kontext auftauchen, eingehend thematisiert, nämlich interaktionelle Netzwerkdiversität sowie Präsequenzeinsetzung.

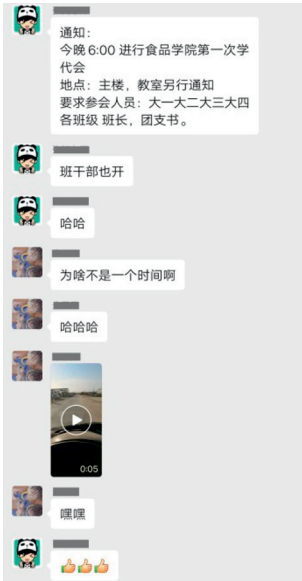
8.1 Gemeinsame Merkmale von WeChat und WhatsApp

(1) Chunking

Im Gegensatz zu SMS ist die Zeichenzahl in jeder separaten Nachricht in WeChat oder WhatsApp nicht beschränkt. Dennoch weisen die einzelnen Nachrichten in WhatsApp und WeChat weniger Zeichen auf als in der klassischen SMS-Kommunikation (vgl. Dürscheid 2016b: 456; Dürscheid/Frick 2014: 169; Imo 2015a: 5). Es ist mittlerweile üblich, dass Botschaften nicht vollständig in einer einzelnen Nachricht enthalten sind, sondern in mehrere kurze Nachrichten aufgespalten werden. Dieses kommunikative Phänomen, bekannt als „Chunking“, bezieht sich auf die Aufteilung einer Äußerung an einer propositionalen oder syntaktisch unabgeschlossenen Stelle in aufeinanderfolgende Nachrichten, anstatt die gesamte Äußerung auszu tippen und als Ganzes zu senden (vgl. Baron 2010: 3; Hector 2017: 10). Imo (2015a) verwendet die Metapher „vom Happen zum Häppchen“, um den Wandel von der vollständigen, abgeschlossenen Produktion hin zur Zerlegung in mehrere offene und verkürzte Chunks zu beschreiben. Derartiges Chunking wird von Beißwenger (2007: 248) als eine sogenannte „Splitting-Strategie“ betrachtet, die darauf beruht, bewusst sogenannte Split-Beiträge durch kurze Zeitspannen zwischen dem Versenden von Folgebeiträgen zu erzeugen. Ferner steht dies in engem Zusammenhang mit „Pushing“, womit das schnelle Versenden der einzelnen „syntaktisch angemessen strukturierten Beitragsteile“ bezeichnet wird (daher „Pushing“, deutsch: „Schieben, Schubsen, Vordrängeln“) (Wyss/Hug 2016: 270).

In der digitalen schriftlichen Kommunikation nähert sich das Chunking der konzeptionellen Mündlichkeit an. Die Chatteilnehmerinnen stehen vor allen Dingen in sozialer Nähe zueinander. Eine Nachrichtenschreiberin schickt mit hoher Frequenz eine Reihe von „kleineren Datenpaketen“ (Beißwenger 2007: 245). Die andere Dialogpartnerin wird durch die „Rezeptionshaltung“ ihrer „individuellen Teilnahmeaktivitäten“ motiviert, wie im „mündlichen Diskurs“ zu agieren und zu kommunizieren (Beißwenger 2007: 250).

Beispiel 1: XISU #G-LS-Mitteilung 011¹¹⁷



Übersetzung

He: Mitteilung:

Heute findet die erste Sitzung der Studentenvertreterinnen des Instituts für Lebensmittelwissenschaft um 18 Uhr statt. Ort: Hauptgebäude, Zimmernummer wird später mitgeteilt

Teilnehmerinnen: Klassensprecherin, Sekretärin des kommunistischen Jugendverbands im ersten, zweiten, dritten und vierten Jahrgang. (#1)

- Mitglieder der Klassenkomitees auch (#2)

- Haha (#3)

Yuan: Wieso nicht zur gleichen Zeit? (#4)

- Hahaha (#5)

- Video (#6)

- Hehe (#7)

He: 🍊🍊🍊 (#8)

Beispiel 1¹¹⁸ stammt aus einem Gruppenchat, an dem die Instituts-Betreuerin¹¹⁹ und vier studentische Vertreterinnen des Studierenden-

117 Wie in Abschnitt 7.1.2 erklärt, sind die Dialogdaten in der XISU-Datenbank nach Einzeldialogen und Gruppendialogen in Ordnern gespeichert. Darunter sind sie nach den Beziehungen der Schreiberinnen sowie Kommunikationsthemen klassifiziert (siehe Abbildung 45). Entsprechend dem Aufbau der XISU-Datenbank werde ich den Chat-Code in dieser Arbeit wie folgt angeben: „E“ steht für Einzelchat, „G“ steht für Gruppenchat. Die soziale Rolle werde ich mit dem ersten Buchstaben der sozialen Rollen von Schreiberinnen markieren: „L“ steht für Lehrerinnen, „S“ steht für Studentinnen, „Ä“ steht für Ärztinnen und „P“ steht für Patientinnen. Danach werden das Kommunikationsthema und die Nummer an der letzten Position des Codes markiert. Beispielsweise definiere ich den Chat-Code von Beispiel 1 als „G-LS-Mitteilung 011“, was bedeutet, dass sich dieser Dialog im Gruppenchat zwischen Lehrerinnen und Studentinnen unter dem Thema „Mitteilung“ mit dem Code 011 in der Datenbank findet.

118 Im Teil der qualitativen Untersuchung werden alle Dialoge aus der Datenbank (XISU oder MoCoDa 2) mit dem entsprechenden Chat-Code markiert. Dialoge ohne Markierung sind von mir selbst gesammelt. Deutsche Dialoge im Eigenbestand sind hauptsächlich solche mit Stickern oder GIFs, die in der MoCoDa 2 nicht mit dem authentischen Bildzeichen, sondern mit einem einheitlichen Zeichen (siehe Teil 4.4) dargestellt werden. Die Daten der chinesischen XISU-Datenbank stammen aus der Hochschulkommunikation, sie werden von den selbst gesammelten Dialogen ergänzt.

119 In China hat jedes Institut an der Hochschule eine Betreuerin. Sie übernehmen normalerweise keinen Lehrauftrag, sondern helfen den Studentinnen in organi-

rats der Universität beteiligt sind. Die Instituts-Betreuerin verschickt eine Mitteilung über eine Sitzung am selben Tag und nennt Details wie Zeit, Ort und Teilnehmerinnen in separaten Zeilen zur leichteren Lesbarkeit. Die Betreuerin wie auch die Studentin senden die weiteren Nachrichten als einzelne Chunks. In #2 ergänzt die Betreuerin eine Information, die sie in der ersten Nachricht vergessen hatte, in einer separaten Nachricht. Dieses Versehen kommentiert sie mit der ein Lachen wiedergebenden Interjektion „haha“ in #3. In Nachricht #4 beklagt sich die Studentin Yuan darüber, dass zwei Meetings mit ähnlichem Thema anberaumt wurden, und schickt nun ihrerseits ein „Hahaha“ in Nachricht #5 nach, um ihre potenziell unhöfliche Bemerkung durch diese Interjektion abzumildern. In Nachricht #6 teilt sie in einem Video mit, dass sie jetzt zur Uni zurückfähre und so an dem heutigen Meeting teilnehmen werde. Als Rückmeldung schickt die Instituts-Betreuerin drei gleiche Emojis, die für „super“ stehen und die zustimmende Kenntnisnahme kommunizieren. Durch die Wiederholung dieses Emojis wird diese Botschaft verstärkt.

Der Austausch zwischen den Gruppemitgliedern nach der Mitteilung über die Meetings zeigt, dass sich die Instituts-Betreuerin mit den vier Studentenkaderinnen im Studierendenrat in dieser WeChat-Gruppe gut versteht und keine große soziale Distanz zwischen ihnen besteht. Deswegen tendiert ihre Kommunikation zu konzeptioneller Mündlichkeit. Der Vergleich zwischen Nachricht #1, welche mehrere Informationen enthält, und den Nachrichten #2 bis #8, die in der Art von Chunks gesendet werden, zeigt einen klaren Unterschied. Chunking und Pushing sind in formelleren Beiträgen, wie der Ankündigung in #1 in diesem Dialog, eher unüblich. Sie passen nicht gut zu Nachrichten, deren Botschaften vollständig und klar bleiben müssen oder die konzeptionell schriftlich sind. So sind Chunks eher Small-talk-Nachrichten vorbehalten.

Es besteht jedoch noch die Möglichkeit, dass die Schreiberin die Nachrichten absichtlich in Form von Chunks versendet, um die Kommunikation zu kontextualisieren oder zu modalisieren. Dies ist insbesondere im alltäglichen Smalltalk von Interaktantinnen mit sozialer Nähe in informellem Kontext zu beobachten. Wie die Beispiele 2 und 3 (#50 – #56) zeigen, werden die Emotionen der Verfasserinnen durch Chunking und Pushing auf eine scherzhafte Weise betont.

satorischen Dingen und fungieren als eine Brücke zwischen Universität, Gesellschaft und Studentinnen.

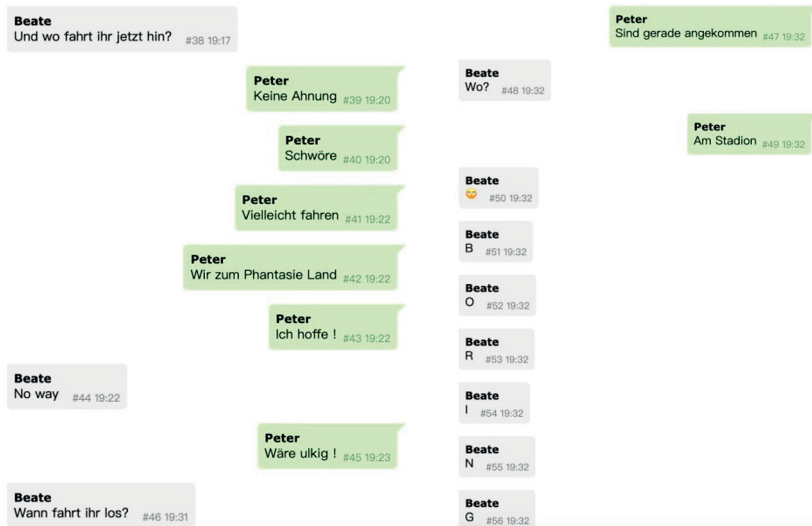
Beispiel 2:



In Beispiel 2 schickt eine Studentin acht Nachrichten, deren jeweilige wörtliche Übersetzungen lauten: „Fuck“ „Ich bin wirklich wirklich“ „sehr“ „sauer“ „empört!!!“ „😡“ „hat er irgendwelche“ „psychische Krankheiten!!!“. Die Chatterin drückt ihre starke Verärgerung über einen Mann aus und spekuliert, er könne psychisch gestört sein. Die chinesischen Adjektive „verärgert“ und „empört“, die ähnliche Bedeutungen haben, sind in zwei Nachrichten aufgeteilt, um der Dialogpartnerin die Intensität der Wut der Absenderin eindrücklicher zu vermitteln. Zwischen den Äußerungen über ihren Ärger und

ihrer Frage nach möglichen psychischen Problemen setzt sie ein Wut-Emoji ein. Dies bezieht sich auf die letzten Nachrichten und könnte im Text einer Nachricht eingebettet werden, wird jedoch in diesem Fall als ein separates Chunk gesendet.

Beispiel 3: MoCoDa 2 #wPkEe



Beispiel 3 ist ein deutscher Dialog zwischen Personen, die seit über zehn Jahren befreundet sind und sich aus Langweile austauschen. Die einzelnen Nachrichten in diesem Dialogausschnitt umfassen jeweils maximal sechs Wörter. In den Nachrichten #39 und #40 sind nicht alle Satzkomponenten vollständig getippt, und die separaten Nachrichten #41 und #42 bilden gemeinsam einen kompletten Satz, jedoch in zwei Chunks aufgeteilt. Unmittelbar darauf sendet Peter in #43 den Ausdruck „Ich hoffe !“, um seine evaluative Haltung gegenüber den vorgängigen Nachrichten kurz zu ergänzen. Solches Chunking gilt als effektive Praxis, um längere Botschaften einer quasi-synchronen Kommunikation zu strukturieren (vgl. König 2019c: 615). Die kommunikative Einheit wird dabei nicht aufgespalten, sondern es signalisiert „fortgesetzte[n] Kommunikationsbedarf“ (Wyss/Hug 2016: 270). Die wichtigsten textuellen Nachrichten werden durch Chunking und Pushing in minimalem Zeitabstand schriftlich ausgetauscht, entbehrliche Botschaften werden weggelassen. Am Ende des Dialogs versendet Beate das Wort „Boring“ in sieben Nachrichten von #51 bis #57. Bei jedem Sendetipp schickt sie nur einen Buchstaben. Die vertikale Anordnung der Buchstaben betont möglicherweise scherzhaft, wie langweilig sie Peters angekündigten Ausflug empfindet.

Das Beispiel verdeutlicht, wie Chunks in bestimmten Kontexten dazu beitragen können, textuelle Inhalte hervorzuheben, insbesondere wenn die Verfasserin ihre Emotionen gegenüber der Adressatin eindrücklich vermitteln möchten. Obwohl die Verwendung von Chunking und Pushing nicht zwangsläufig darauf abzielt, einen Rhythmus in der interpersonalen Kommunikation zu erzeugen, trägt sie zur Dynamik des Dialogs bei. Die Schreiberinnen tippen und senden Texte nacheinander, wodurch dieser Vorgang dem Gedankenfluss folgt und von einem vorgefassten Plan abweichen kann. In dieser Hinsicht vermittelt ein solcher Dialog durch das zügige Absenden von Nachrichten und mögliche schnelle Antworten der Dialogpartnerin ein hohes Maß an Spontaneität, Offenheit und konzeptioneller Mündlichkeit. Ferner können durch Chunking die Emotionen der Schreiberinnen in bestimmten Kontexten für die Empfängerin deutlicher wahrgenommen werden. Insofern tragen Chunks zur Hervorhebung textueller Inhalte bei.

(2) Quasi-Synchronität

Wie in Kapitel 6.2 erörtert, stellt die Abgrenzung zwischen „synchron“ und „asynchron“ eine der grundlegenden Analysekategorien der disparaten Kommunikationsformen dar. Dürscheid zufolge sei schriftbasierte Kommunikation in den Messenger-Diensten quasi-synchron: Im Unterschied zur asynchronen Kommunikation, deren „Kommunikationskanal nur von einer Seite her“ zugänglich ist, bilde sich ein „gemeinsamer Kommunikationsraum“ zwischen den Messenger-Interaktantinnen trotz geografischer Distanz (Dürscheid 2003: 45). Dafür nutzen Jucker und Dürscheid den Begriff „Ko-Präsenz“, den sie als unabdingbare Voraussetzung für die synchrone und ebenfalls quasi-synchrone Kommunikation betrachten. Ko-Präsenz bezeichnet die gleichzeitige Teilnahme von Schreiberinnen an der Kommunikation, obwohl sie nicht unbedingt am selben Ort anwesend sind (Jucker/Dürscheid 2012: 43). Wenn die Teilnehmerinnen „ko-präsent“ sind, können sie gleichzeitig Nachrichten verfassen und miteinander schnell Emotionen und Einstellungen austauschen, was zu einer „Explosion“ der Botschaften innerhalb kurzer Zeit führen kann. Das zügige „Hin und Her der Nachrichten“ erzeugt einen „hohen Interaktionsgrad“ (Dürscheid/Frick 2014: 170) zwischen den Chatterinnen. Aufgrund der „kleinere[n] zeitliche[n] Verzögerungen“ (Dürscheid 2003: 45) könnten sich Aussagen und Antworten auf dieselben überlappen und Reaktionen einer Teilnehmerin und Aktualisierungen des Gegenübers könnten sich kreuzen. In solchen Fällen ermöglichen WhatsApp und auch WeChat die Verwendung der Zitatfunktion, um eine Nachricht als Antwort auf eine bestimmte Nachricht des Gegenübers zu kennzeichnen. Damit kann die Antwort kürzer ausfallen, als wenn eigens angemerkt werden müsste, worauf geantwortet wird (vgl. Dürscheid 2021a: 131). Dies kann wiederum zu einem höheren Interaktionsgrad in der schriftbasierten Messenger-Kommunikation führen.

Beispiel 4: Mocoda #Tt5s2

Anita
Tut mir leid #18 13:48

Johann
Alles gut :) Was war denn los? #19 13:49

Anita
Ach schon gut 🙄 #20 14:11

Anita
Was ging denn bei dir gestern? 🙄 #21 14:11

Johann
Ok... sah aber anders aus 🙄 Du meinst neben der Tatsache, dass du mich halb abgeknutscht hast? 🙄 gar nichts, Jennifer und ich sind nach Hause gelaufen und dann pennen gegangen 🙄 #22 14:13

Anita
Sorry #23 14:31

Anita
Ich mag dich halt 🙄🙄🙄🙄 #24 14:31

Johann
Hat man gemerkt 🙄nein alles cool 🙄 #25 14:34

Anita
Hatte ein bisschen sehr Stress mit Marcel #26 14:35

Johann
Hat man aber nicht gemerkt gestern 🙄 #27 14:35

Johann
Ist denn alles wieder gut? 🙄 #28 14:36

Anita
Ja danach erst #29 14:36

Anita
Ich weiß noch nicht 🙄 #30 14:36

Johann
Achso... dann schubs ich dich nächstes mal zurück, damit er sich keine Gedanken machen muss 🙄 #31 14:37

Johann
Oh, doch ernster? 🙄 #32 14:38

Anita
Nicht deswegen #33 14:38

Johann
Sondern? #34 14:38

Anita
Eher so wegen der mutter #35 14:38

Johann
Weil du nicht gut mit Kerstin kannst? #36 14:38

afbeelding Screenshot einer Chatunterhaltung zwischen Anita und Marcel, in der er sich bei ihr entschuldigen will. #37 14:39

Anita
Nur weil die sich immer überall einmischt #38 14:39

Anita
Traue mich gar nicht jetzt nach unten zu gehen 🙄 #39 14:40

Johann
Ach deswegen sollte ich dich abholen kommen #40 14:40

Anita
Ja #41 14:40

Anita
Hätte mich auf dem Klo eingeschlossen 🙄 #42 14:40

Johann
Sehr erwachsen #43 14:41

Anita
Hallo ich war voll bis zur Decke #44 14:41

Johann
Anita
Traue mich gar nicht jetzt nach unten zu gehen 🙄
Du hast doch Eier in der Hose, dann entschuldige dich, falls du was schlimmes gesagt hast und gut ist #45 14:41

Johann
Anita
Hallo ich war voll bis zur Decke
Ok ja 🙄 #46 14:41

Anita
Eigentlich hab ich nichts gemacht außer gekotzt 🤢 #48 14:42

Anita
Marcel hat ne Vase kaputt gemacht #49 14:42

Anita
Ja #52 14:42

Anita
Aja weil er zu mir wollte #53 14:43

Anita
Ja #55 14:43

Anita
Ich glaub er kriegt nen einlauf #56 14:43

Anita
Warum müssen die sich denn auch immer überall einmischen #57 14:44

Johann
Wo haben die sich denn konkret eingemischt? Also kam Kerstin vor der Arbeit nochmal vorbei oder was? #58 14:50

Anita
Genau #59 15:18

Anita
Ja dass ich halt dezent abgestürzt bin #60 15:18

Anita
Bist du zuhause? #62 20:39

Anita
Brauche Fahrdienst 🚑 #64 20:50

Anita
Okay 😊 #66 20:55

Anita
Okay 😊 #66 20:55

Anita
Tina #68 21:08

Anita
Klar wozu sonst 🤔 #71 23:37

Anita
Ja! #72 23:37

Anita
Hast du dich gestern Abend gemerkt 🤔 #74 23:45

Johann
Dann wird alles wieder gut 🤞 #47 14:42

Johann
Anita
Eigentlich hab ich nichts gemacht außer gekotzt 🤢
Hat man gerochen, wenn man runter kam 🤔 #50 14:42

Johann
Wtf? #51 14:42

Johann
Und die liegt jetzt gerade oben und er ist unten oder was? #54 14:43

Johann
Ja, passiert halt mal #61 10:23

Johann
Ne bei meiner Oma 🤔 ist was los? #63 20:49

Johann
Ne keine Zeit 🤔 #65 20:55

Johann
Wohin geht's denn? #67 21:13

Johann
Ne keine Zeit 🤔 #68 20:55

Johann
Wohin geht's denn? #67 21:13

Johann
Du brauchst mich nur zum fahren, ist klar 🤔 #69 23:17

Johann
Ist mit marcel alles wieder gut? #70 23:17

Johann
Weil du mich vlt auch so gern hast? 🤔 Ok sehr gut :D #73 23:41

Die quasi-synchrone Kommunikation findet nicht zwangsläufig zu Beginn eines Dialogs statt, sondern kann auch erst im Dialogverlauf eintreten, wenn die Interaktantinnen die Zeitabstände zwischen ihren Beiträgen verkürzen. Diese Eigenschaft wird anhand von Beispiel 4, einem Ausschnitt aus einem WhatsApp-Dialog in MoCoDa 2, näher erläutert.

In diesem Beispieldialog verläuft die Kommunikation zwischen Anita und Johann nicht durchgehend quasi-synchron. Wenn eine Person nicht erreichbar ist, hinterlässt die andere eine Nachricht, wobei der zeitliche Abstand bis zur Antwort mehrere Stunden betragen kann. Zum Beispiel initiiert Anita den Dialog am frühen Morgen, doch Johann antwortet Anita ungefähr fünf Stunden später im selben Dialog. Zwischen den Nachrichten #25 und #57 sind die beiden Personen „ko-präsent“; sie schreiben einander sehr schnell und reagieren unmittelbar auf die kommunikativen Handlungen ihres Gegenübers. Äußerungen der Schreiberinnen kreuzen sich ebenfalls. Nachricht #45 wird mithilfe der Zitatfunktion als Antwort auf Nachricht #39 geschickt, jedoch zielen die zwei zuvor von Johann geschickten Nachrichten #40 und #43 nicht auf #39 ab. Nachricht #40 verweist auf #38 und #39, während Nachricht #43 als Reaktion auf Nachricht #42 versendet wird. Dies illustriert eindrucksvoll die Charakteristika der Quasi-Synchronität. Ab Nachricht #58 vergrößert sich die zeitliche Verzögerung zwischen den Nachrichten von Anita und Johann, und der Dialog mit dem ursprünglichen Thema endet mit Nachricht #61. Es ist plausibel, dass ein Dialog allmählich zum Schluss kommt, wenn der Zeitabstand zwischen den Nachrichten der beteiligten Schreiberinnen zunehmend länger wird.

Im quasi-synchronen Messenger-Schreiben kommen Überschneidungen nicht selten vor, da aufeinanderfolgende Beiträge nicht immer direkt aufeinander reagieren. Ein Beitrag könnte beispielsweise auf den vorletzten Beitrag des Gegenübers antworten oder ein anderes Thema ansprechen. Einerseits hängt die Nachrichtenreihenfolge im zügigen Schreiben von dem momentanen Gedankengang der Schreiberinnen ab. Die schriftlichen Reaktionen auf Nachrichten des Gegenübers sind von Schreiberin subjektiv je nach den Kommunikationssituationen gewählt. Andererseits erfolgt die Zustellung der Beiträge im WeChat- und WhatsApp-Dialog „nach der Reihenfolge ihres Eintreffens“ (Beißwenger 2002: 12). Daher meint Storrer (2001: 452), die „Beiträge erscheinen in der Reihenfolge am Bildschirm, in der sie

beim Chat-Server eintreffen, die Sequenzierung erfolgt [...] nach dem ‚Mühlen-Prinzip: wer zuerst kommt, mahlt zuerst‘“.

(3) Kommunikationskontinuität

Wie in Beispiel 4 gezeigt, gliedert sich der Dialog in zwei thematisch unterschiedliche Abschnitte. Bis zur Nachricht #61 behandelt der Dialog zwischen Anita und Johann die Probleme und den Streit mit Marcel. Der Dialog pausiert für einige Stunden ohne explizite verbale Markierung. In Nachricht #62 bringt Anita den Dialog wieder in Gang, indem sie Johann fragt, ob er sie fahren kann. Dieses Mal endet der Dialog nach einigen Turns ohne Verabschiedung und klare Signalisierung der Teilnehmerinnen. Dies ähnelt der Initiierung der Kommunikation nach der fünfstündigen Unterbrechung, bei der Anita direkt zum Thema übergeht und Begrüßungsformeln unterlässt. Solche „mehr oder weniger willkürlichen Bruchstücke und Dialog-Auszüge“ (Imo 2015a: 30) sowie die Fortsetzung der Kommunikation nach einer längeren Pause (wie die fünf Stunden in Beispiel 4) belegen Imo zufolge eine Tendenz „zum endlosen Dialog“ (Imo 2015a: 25). Insbesondere zwischen den Messenger-Schreiberinnen mit sozialer Nähe könnte der Dialog dauerhaft offenstehen, weswegen er zu einer Art fortwährender Dialogsituation tendiert. Imo/Lanwer (2019: 288) erkennen solche „Dauergesprächssituation“ auch im alltäglichen Face-to-Face-Gespräch, wenn etwa zwei Personen gemeinsam in einem Fahrzeug unterwegs sind, nach der Begrüßung für einige Zeit schweigen und danach wieder unvermittelt miteinander reden. Dennoch endet die stetige Kommunikationslage in solchen mündlichen Interaktionen letztendlich, meist mit einer deutlichen Markierung wie einer Verabschiedung. Demgegenüber signalisieren Chatterinnen im Messenger-Schreiben nicht eindeutig, dass sie ihre Kommunikation beenden wollen, und es werden keine Verabschiedungsfloskeln als Indikator für das Ende des Dialogs ausgetauscht. Wenngleich die stetige Kommunikation einem „endlose[n] Band“ (Imo/Lanwer 2019: 286) gleicht, können Segmente in ihr unterschieden werden, und in der schriftlichen Kommunikation können diese Segmente weitaus länger ausfallen als im Gespräch.

Beispiel 5:



So sad....

你们中午吃啥呢！？

2020年5月20日 12:18

鸡腿！

我去买了 migros 的烤鸡腿 xi 还有沙拉！



2020年5月20日 12:25

哇你看她又吃烤鸡腿！！

migros 还有炸鸡

2020年5月20日 14:35

我睡醒了

哈哈哈哈哈我也刚好

学习！！

@ 学习！！



这么快就又要3点了

2020年5月20日 14:42

对🐼🐼🐼🐼

迅速爬了起来

2020年5月20日 21:29

我不敢相信

已经20号了

我这个月要写那篇论文还没开始写

上个月那篇还没投出去

我觉得我的5月

是废狗的5月

2020年5月20日 21:43

但是我的四月好像也。。

三月也。。

二月也。。

这么一想

我也

草

2020年5月20日 22:02

不行不行，我感觉这个学习方法

不可行

操

30来年了

竟然没找到一个适合我的学习方法

操

草

啊！你头像换回来了！

操那个头像，我那天在个外卖群说话，好几个不认识的加我，我也不好意思当照骗

就给换回来了

男人啊

操

人不能总拿照片骗自己，都是扯淡的，只有论文才有用

我今天东西就磨磨唧唧也没弄多少，咖啡倒是没少喝

2020年5月20日 23:32

唉又要洗澡睡觉了

然后每天睡觉前还要跟自己说

明天我一定好好做人

2020年5月20日 23:46

一起好好做人！

：明天我一定好好做人

哎

哎

明天再尝试一下吧

太难了

哎

Übersetzung

An 20.05.2020 12:11

- Sticker (#1)
- Was esst ihr zum Mittag? (#2)

Fei 20.05.2020 12:18

- Hähnchenschenkel (#3)
- Ich habe bei Migros gegrillte Hähnchenschenkel gekauft und noch Salat! (#4)
- Sticker (#5)

An 20.05.2020 12:25

- Wow! Schau mal, sie isst wieder gegrillte Hähnchenschenkel!!! (#6)

Shu

- Im Migros gibt es noch Brathähnchen (#7)

Shu 20.05.2020 14:35

- Ich bin aufgewacht (#8)

An

- Hahahaha ich bin ebenfalls gerade wach (#9)
- Gehen wir lernen!!! (#10)

Fei

- Sticker (#11)

- So schnell ist es fast wieder drei Uhr (#12)

An 20.05.2020 14:42

- Ja 🍷🍷🍷🍷 (#13)
- Bin blitzartig aus dem Bett gesprungen (#14)

Fei 20.05.2020 21:39

- Ich kann nicht glauben (#15)
- Heute ist schon der 20. (#16)

Shu

- Mit der Arbeit, die ich vorher geplant habe, in diesem Monat zu schreiben, fange ich noch nicht an (#17)
- Die Arbeit, die ich im letzten Monat geschrieben habe, habe ich noch nicht eingeschickt (#18)

Fei

- Ich glaube, dass mein Mai (#19)
- ist ein Monat mit einer Null (#20)

Shu 20.05.2020 21:43

- Aber mein April scheint auch so... (#21)
- März auch... (#22)
- Februar auch... (#23)

Fei

- Daran denke ich mal... (#24)
- Für mich ist auch (#25)
- Fuck (#26)

Shu 20-05.2020 22:02

- Nein, nein, ich glaube, die Lernmethode (#27)
- Geht nicht so gut (#28)
- Fuck (#29)
- Über 30 Jahre alt (#30)
- Ich habe nicht einmal eine für mich geeignete Lernmethode (#31)
- Fuck (#32)

Fei

- Fuck (#33)

- ah! Du hast dein Anzeigebild gewechselt! (#34)

Shu

- Fuck, das andere Anzeigebild... Ich habe eines Tages in der Gruppe der Essen-Lieferservice geredet, nachher wollten einige Unbekannte mich als Freund hinzufügen. Ich möchte also nicht als „Foto-Betrügerin“ (#35)
- Deswegen habe ich das Anzeigebild wieder gewechselt (#36)
- Solche Männer... (#37)
- Fuck (#38)
- Man soll sich selbst nicht durch die eigenen Fotos betrügen, macht alles keinen Sinn, nur (akademische) Artikel sind nützlich (#39)
- War heute nicht effizient, kaum Fortschritte gemacht, aber schon viel Kaffee getrunken! (#40)

Shu 20.05.2020 23:32

- Ach, muss wieder duschen und schlafen gehen (#41)
- und muss ich täglich noch mir selbst sagen vor dem Schlafen (#42)
- Morgen werde ich sicher ein fleißiger Typ werden! (#43)

An 20.05.2020 23:46

- Ich werde mit dir zusammen fleißig arbeiten (die Nachricht #43 von Shu zitiert) (#44)

Fei

- Ach (#45)

An

- Ach (#46)

Fei

- Morgen probieren wir! (#47)
- So schwer (#48)
- Au! (#49)

Das Beispiel 5 stammt aus einem Gruppenchat, in dem sich drei miteinander gut vertraute Doktorandinnen in der Schweiz über ihr Alltagsleben in der Lockdown-Zeit austauschen und täglich miteinander plaudern. Die zitierte Passage erstreckt sich über einen kontinuierlichen Dialogteil vom Mittag bis in die Nacht. Anders als bei WhatsApp, das den genauen Zeitpunkt jeder Nachricht anzeigt, steht in

WeChat keine Zeitangabe nach einer Nachricht, wenn Nachrichten innerhalb kürzester Zeit versendet werden. In diesem Dialog gelten alle aufeinander folgenden Nachrichten ohne automatische Zeitangabe von WeChat als quasi-synchron. Nachfolgend werden zwei Eigenschaften dieses Dialogs erläutert.

Erstens dauert die Kommunikation zwischen den drei Freundinnen von Mittag bis fast zwölf Uhr in der Nacht. In der laufenden Kommunikation liegen viele Dialogstücke ohne Einstiegs- und Beendigungsformeln vor, wobei der Zeitabstand zwischen einzelnen Nachrichten bis zu einigen Stunden betragen kann. Zum Beispiel verstreichen zwischen den Nachrichten #7 und #8 über zwei Stunden, während zwischen den Nachrichten #14 und #15 fast sechs Stunden liegen. Ein neues Thema wird häufig mit einer Nachricht eingeleitet, die nach einer längeren Zeit versendet wird. Die Interaktion in diesem Gruppenchat erscheint als eine endlose Fortsetzung, da er ständig offenbleibt und die Gruppenmitglieder jederzeit Nachrichten ohne neue Einstiegsformeln schicken und den Dialog so fortführen können. Die andauernde Gruppenkommunikation setzt sich aus verschiedenen „Dialog-Auszügen“ (Imo 2015a: 30) zusammen, die die Spontaneität und das Ausmaß der sozialen Nähe der Interaktantinnen sowie die Aufgeschlossenheit der Messenger-Kommunikation widerspiegeln.

Zweitens ist die Entwicklung der Interaktion in einem offenstehenden Dialog auf die Spontaneität der Kommunizierenden angewiesen. Die Kommunikation wird nicht nur durch ihre Eigendynamik beeinflusst, sondern auch durch das, was die Rezipientinnen gerade tun oder wahrnehmen. Zum Beispiel hinterfragt Shu ihre Lernmethode in Frage (#27 – #32), nachdem sie und zwei andere Gruppenmitglieder sich über die schnell verstrichene Zeit beklagt haben. Nachricht #33 handelt von Shus Nachrichten (#27 – #32), und in der kurz darauf folgenden Nachricht (#34) richtet Fei ihre Aufmerksamkeit auf das erneut gewechselte Anzeigebild von Shu, womit sie ein neues Thema in die Interaktion einbringt. Nicht jede Nachricht erhält eine Antwort, wie zum Beispiel Nachricht #7. In den Nachrichten #35 bis #40 erzählt Shu den Grund, wieso sie das Anzeigebild von WeChat gewechselt hatte, aber die anderen beiden Dialogpartnerinnen reagieren nicht darauf. Shu schickte in diesem Zeitraum acht Nachrichten (#35 – #43) und An reagiert nur auf eine Nachricht (#43), die durch die Zitieren-Funktion in Nachricht #44 gekennzeichnet ist.

(4) Digital-Interpunktion

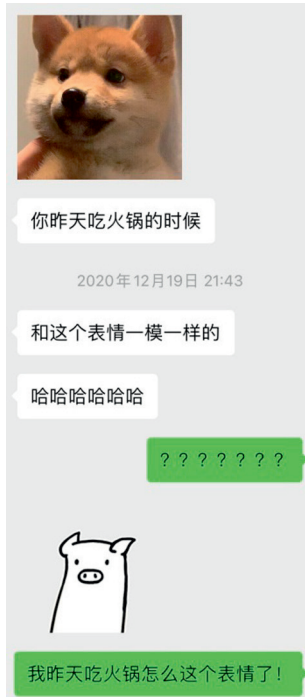
Nach Baudusch (2013: 243–244) folgt die tatsächlich praktizierte Zeichensetzung oder Interpunktion der Lehre von der Satzzeichenverwendung, die in „einem mehr oder weniger verbindlichen Regelapparat“ bestehe und die sich jeder in der Schule aneignen müsse. Interpunktionszeichen fallen unter das „Standardrepertoire des deutschen Schriftsystems; sie kommen über alle Textsorten hinweg vor“ (Dürscheid 2020b: 39). Androutsopoulos (2018) verwendet den Begriff der „digitale[n] Interpunktion“, die primär im interpersonalen digitalen Schreiben „zwischen zwei oder mehreren Partner[inne]n über vernetzte Endgeräte“ (Androutsopoulos 2018: 723) genutzt werde.¹²⁰ In Anlehnung an diese Bezeichnung erfolgt eine pragmatische Interpretation der Satzzeichensetzung im informellen chinesischen und deutschen Messenger-Schreiben anhand von vier Aspekten der Beispieldialoge:

(a) Klassische Interpunktionszeichen weisen eine starke „Affinität zur Emotionalität“ (Rinas/Uhrová 2016: 146) auf, was in vielen Fällen mit der Iteration von Satzzeichen zusammenhängt. In Beispiel 6 wurde insbesondere die pragmatisch variierte Bedeutung der Interpunktionszeichen in den Beiträgen #5 und #7 erläutert. In Nachricht #5 besteht die textuelle Äußerung aus sieben wiederholten Fragezeichen, mit denen Y ihre (möglicherweise gespielte) Verwirrung gegenüber der von X behaupteten Ähnlichkeit der Mimik des abgebildeten Hundes mit ihrer eigenen Mimik vermittelt. Die Wiederholung der Fragezeichen verweist hierbei nicht auf eine einfache Frage, sondern auf den „Ausdruck von Emotionalität“ (Rinas/Uhrová 2016: 146). Zusätzlich könnte die Variation durch die Iteration der Fragezeichen darauf hinweisen, dass sie auf eine ökonomische Dialogführung abzielt, indem verbale Rückkopplungen in dieser Nachricht unterbleiben. Das Ausrufezeichen in #7 nach einer Frage verdeutlicht

120 Der von Androutsopoulos (2018) vorgeschlagene Begriff der „digitale[n] Interpunktion“ bezieht sich in erster Linie auf den Interpunktionsgebrauch von Jugendlichen. Die pragmatisierte und umfunktionierte Interpunktion in der KSK-Kommunikation beschränkt sich jedoch nicht auf Jugendliche, sondern wird auch von jüngeren erwachsenen Interaktantinnen eingesetzt. Deswegen besteht die Verwendungsgruppe in der vorliegenden Arbeit aus Dialogschreiberinnen mit größerer Altersspanne. Beispielsweise benutzen auch Messenger-Nutzerinnen über 30 Jahren, die die rasante Entwicklung der digitalen Kommunikation in ihrer Schulzeit erfahren haben, die umfunktionierte Interpunktion in ihrer digitalen Interaktion.

deren Nachdruck und impliziert scherzhafte Missbilligung gegenüber der Äußerung von X.

Beispiel 6: XISU # E-SS-Plaudern-016



Übersetzung

X:

- Sticker (#1)
- Als du gestern Feuertopf gegessen hast, (#2)
- War deine Mimik ganz wie dieser Sticker (#3)
- Hahahahahaha (#4)

Y:

- ??????? (#5)

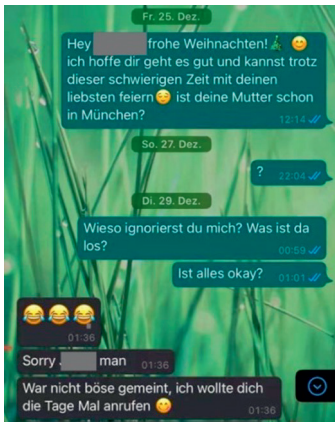
X:

- Animierter Sticker (nickendes Schwein) (#6)

Y:

- Wieso war meine Mimik so (wie der Hund-Sticker), als ich Feuertopf gegessen habe! (#7)

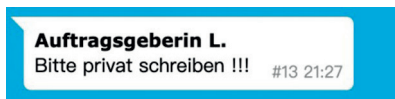
Beispiel 7:



Der linksstehende Dialog ist ein Weihnachtsgruß. Die Dialoginitiatorin sendet einen Weihnachtsgruß an ihre gute Freundin am 25.12.2020, die aber – anders als gewünscht und üblich – nicht reagiert. Fragezeichen besitzen an sich eine pragmatische Bedeutung. Sie stehen traditionell am Ende verbaler Fragen und signalisieren die Erwartung einer Antwort oder Klärung. Im gegebenen Dialog sendet die Verfasserin jedoch lediglich ein einzelnes Fra-

gezeichen ohne sprachliche Botschaften, was Verwirrung oder Verwunderung signalisiert. Dieses einzelne Fragezeichen fragt nicht nur nach dem Grund für das Ausbleiben einer Reaktion seitens der Bekannten, sondern vermittelt zugleich Emotionen und die Hoffnung, eine Rückmeldung von ihr zu erhalten.

Die Interpretation pragmatisierter Interpunktionszeichen ist kontextabhängig. Gleiche Interpunktationen in Beiträgen mit unterschiedlichem Kontext implizieren nicht dieselbe (insbesondere emotionale) Bedeutung. So kann „der Interpunktionsgebrauch einer Person nach situationsspezifischen Aspekten (u.a. Adressat[in], Thema oder Medium der Kommunikation) variieren“ (Androutsopoulos 2018: 732). Dies zeigt sich in den folgenden zwei deutschen Beispielen mit Ausrufezeichen und zwei chinesischen Beispielen mit Auslassungspunkten:



Beispiel 8: MoCoDa 2 #MIYrX

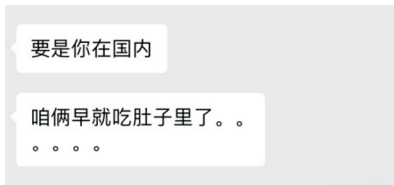


Beispiel 9: MoCoDa 2 #7YVuf

In Beispiel 8 pointieren die Ausrufezeichen die Aufforderung, die Ausrufezeichen selbst und ihre Mehrfachsetzung sind das „dominante Moment“ (Rinas/Uhrová 2016: 147). Im Gegensatz dazu fungieren die Ausrufezeichen zusammen mit Emojis am Nachrichtende in Bei-

spiel #9 als eine Vermittlung von Begeisterung und Vorfreude nach der Abmachung.

Beispiel 10: XISU #E-SS-Plaudern-007



Übersetzung

- Wenn du jetzt in China wärst (#1)
- hätten wir es schon gegessen。 (#2)
- 。 。 。 。 。 (#2)

Beispiel 11: XISU #E-SS-Klagen-007



Übersetzung

- W:**
- Hab so schlecht geschlafen (#1)
 - Vier Uhr in der Nacht ein lautes Donnern (#2)
 - Diese Person kommt zurück (#3)
- X:** - War etwas heruntergefallen? (#4)
- W:** Vom Torschließen (#5)
- X:** 。 。 。 。 。

Die Beispiele 10 und 11 zeigen die Verwendung aufeinanderfolgender chinesischer Punkte (。), die jedoch in diesem Kontext nicht zur Strukturierung der Textformulierung dienen. Chinesische Punkte schreibt man als kleine ungefüllte Kreise („。“), aber ein chinesisches Auslassungszeichen ist eine Reihe von sechs vollen kleinen Punkten („……“). Das Punktzeichen „。“ liegt auf dem digitalen Smartphone-Keyboard an der ersten Stelle. Dann kommt es in der informellen KSC-Kommunikation auch vor, dass eine Reihe solcher kleinen ungefüllten Kreise die üblichen Auslassungspunkte ersetzt und zusätzliche Botschaften erzeugt. Jannis Androutsopoulos bemerkt zu Auslassungspunkten im digitalen Schreiben, sie vermittelten den Eindruck von Bedachtsamkeit, Überlegtheit und Unsicherheit, als ob es einen

„Klärungsbedarf“ gäbe (vgl. Bovermann 2019). Die sechs chinesischen Punkte in Beispiel 10 zeigen vor allem ein weiteres Nachdenken und ein Bedauern an, darüber, dass es derzeit kein gemeinsames Essen der beiden Schreiberinnen gibt. Die Punktereihe hier steht „für einen noch nicht beendeten Gedanken“ (Wolf 2019), und dieses mit den Punkten Insinuierte formuliert die Schreiberin nicht weiter aus. In Beispiel 11 werden komplexe Emotionen wie Sprachlosigkeit und Verwunderung konkretisiert. Interessant ist auch, dass in Beispiel 10 sechs Punkte, aber in Beispiel 11 nur fünf Punkte versendet werden. Androutsopoulos sagt über Auslassungspunkte im Interview mit der Süddeutschen Zeitung: „Man kann so viele verschiedene Dinge damit machen. Und man kann sie dehnen, es müssen ja nicht nur drei sein“ (Bovermann 2019). Diese Aussagen von Androutsopoulos beruhen auf der digitalen Kommunikation jüngerer deutschsprachiger Menschen im informellen Kontext, aber sie treffen im chinesischen Kontext ebenfalls zu. Obwohl es aufgrund der chinesischen Interpunktionsregeln unterschiedliche Formen dieser kommunikativen Phänomene gibt, weisen sie auch Gemeinsamkeiten auf.

In chinesischen Dialogen, wie in den Beispielen #6, #10 und #11, sowie in den deutschen Beispielen # 8 und #9, findet sich die Iteration der Interpunktionszeichen. Die Mehrfachsetzung von Satzzeichen stützt sich auf das „Analogieverhältnis zwischen der Iteration des kommunikativen Zeichens“ und „der graduellen Verstärkung seiner pragmatischen Leistung“ (Androutsopoulos 2018: 730). Zudem besteht eine positive Korrelation zwischen der Anzahl der iterierten Satzzeichen und dem Stärkungsgrad der Emotionalität, wie Androutsopoulos (2018: 730) darlegt: „Je mehr Zeichen, desto höher die emotionale Beteiligung der Schreibenden an ihrer Äußerung“.

Des Weiteren gibt es einige interessante Interpunktionszeichen, die primär pragmatische Funktionen übernehmen und nicht zur Syntaktisierung dienen. Das Ironie-Zeichen „? “ etwa ist ein umgekehrtes Fragezeichen, und das Interrobang (?!), auch Fragerufzeichen genannt (vgl. Herrmann 2013), besteht aus einem Fragezeichen und einem Ausrufezeichen. Mit ihm können Emotionen mit Nachdruck unterstrichen werden. Diese zwei Satzzeichen werden allerdings im digitalen Dialog selten benutzt.

Die Tilde „~“ ist ein typisches chinesisches Interpunktionszeichen im digitalen Schreiben, insbesondere unter jüngeren Internetnutzerinnen. Häufig wird sie am Beitragsende platziert und ersetzt

dabei das Satzschlusszeichen, meistens ein Punkt. Laut Günthner/Kriese (2012: 50) dient sie als „graphostilistisches Mittel der nähersprachlichen Modalisierung“ im digitalen Schreiben, die „sowohl zur Intensivierung als auch zur Abschwächung der vorausgehenden Aussage eingesetzt“ werden. Kriese/Schwarzl (2012: 96) fassen in ihrem Bericht über die Tagung „Sprache in den Medien“ die Funktion der Tilden zusammen, indem sie diese als „konventionalisierte graphostilistische Mittel zur Verdopplung und Intensivierung der vorausgehenden Aussage“ im chinesischen Kontext beschreiben. Allerdings habe ich Bedenken gegenüber dieser Einschätzung. Im chinesischen Kontext signalisiert die Tilde vielmehr, dass der gegenwärtige Dialog von der formellen Kommunikationssituation abweicht: Sie ist ein Zeichen der Verniedlichung in der Interaktion, konnotiert das Mitgeteilte mit einer gewissen Sanftheit und dient der Aufrechterhaltung interpersonaler Harmonie. Eine solche typische Verwendung der Tilde findet sich in der folgenden Sequenz:

Beispiel 12:

你要把翻译好的 明天上午10点
之前发给我~

Übersetzung

Du sollst mir den schon
übersetzten Teil vor 10:00 Uhr
am Vormittag schicken ~

Dieser Dialogauszug zeigt eine Unterhaltung zwischen zwei Kolleginnen einer Firma in China. Die Verfasserin setzt eine Tilde am Ende des Imperativs nach dem Modalpartikel „哦“ („oh“ auf Deutsch). Durch die Modalpartikel und diese Tilde¹²¹ wird der starke Ton eines imperativen Satz abgeschwächt und eine allzu ernsthafte formelle Arbeitskommunikation vermieden. Auf diese Weise kann die Empfängerin die Freundlichkeit und emotionale Nuance in der sanften Formulierungsweise wahrnehmen.

(b) Der zweite Aspekt betrifft das Ausbleiben von Satzschlusspunkten am Ende von Nachrichten. Die „Kennzeichnung des Schlusses von Ganzsätzen“ (Baudusch 2013: 247) ist eine der wichtigsten Funktionen der Interpunktion. In den obenstehenden Beispielen – sowohl chinesischen als auch deutschen – werden jedoch keine Punkte

121 Hinsichtlich der Tilde und der Modalverben halten Hauptstock et al. (2010: 23) zudem dafür, dass „die Tilde ‚~‘ zusammen mit Modalpartikeln wie *ne* und *le*, die vor den Zeichen angeführt werden, die Emotionen und Einstellungen der schreibenden Personen zum Sachverhalt zum Ausdruck“ bringe.

am Ende der einzelnen Nachricht gesetzt. Dies deckt sich mit der Beobachtung von Dürscheid (2020b: 43–44), dass „das Nicht-Setzen eines Satzschlusspunktes“ in der schriftlichen Messenger-Kommunikation gehäuft vorkomme. Dürscheid hält einen Punkt, um das Beitragsende anzuzeigen, für „nicht nötig“. Aus einer sprachökonomischen Sicht führt Androutsopoulos dazu aus, dass „das Weglassen von Satzzeichen schnelles Schreiben, schnelles Erzählen, alles in einem Atemzug“ (Bovermann 2019) kennzeichne. Auch kann es sein, dass Emojis das Satzzeichen am Beitragsende ersetzen, wie in Aspekt (c) erläutert wird.

(c) Dürscheid/Siever (2017: 266) sind weiters der Ansicht, dass Emojis „wie alle anderen Sonderzeichen“ im Text eingesetzt werden könnten.¹²² Emojis können in der Messenger-Kommunikation Satzzeichen ersetzen, beispielsweise den Punkt am Satzende. Ähnlich argumentiert Wolf (2019), Emojis seien „unsere neuen Satzzeichen“ und zeichneten sich durch Schnelligkeit, Direktheit und Verständlichkeit aus. Nachdem der Duden das Wort „Emoji“ als Vokabel zum ersten Mal in der 27. Auflage im August 2017 aufgenommen hat (vgl. Frey 2017), veröffentlichte der Dudenverlag im April 2018 über sein Twitter-Konto einen offiziellen Vorschlag zur Platzierung des Emojis in vollständigen Sätzen (siehe Abbildung 75). Demnach sollten Emojis nach dem Satzzeichen am Satzende platziert werden. Im Interaktionsraum insbesondere junger Menschen oder in eher informellen Kontexten wird dieser Empfehlung jedoch oftmals nicht gefolgt. Kapitel 10.1.2 erörtert Emojis und Emoticons zur Zeichensetzung als Strukturierungsmittel im Messenger-Beitrag im Detail.

122 Dürscheid und Siever (2017: 266) führen an dieser Stelle aus, dass Emojis, ähnlich wie viele Sonderzeichen, von Unicode abgeleitet sind und durch „eine Tastaturkombination oder das Anklicken einer Option im entsprechenden Menü“ in den Text eingefügt werden können. Diese Aussage, die sich hauptsächlich auf allgemeine Emojis bezieht, gilt auch für Emojis spezifischer Applikationen – wie WeChat-Emojis – innerhalb der jeweiligen Anwendungen.



Abb. 75: Screenshot des Twitter-Postings des Dudenverlags

(d) Die Verwendung von Interpunktion unterscheidet sich deutlich zwischen den informellen chinesischen und deutschen Messenger-Beiträgen. Im Chinesischen wird häufig auf den Einsatz von Kommas verzichtet; stattdessen genügt oftmals ein Leerzeichen zur Abgrenzung von Satzteilen innerhalb eines Satzes. Im Gegensatz dazu ist im Deutschen ein Leerzeichen nicht ausreichend zur „Gliederung innerhalb von Ganzsätzen“ (Baudusch 2013: 247). Dieses Phänomen ist in erster Linie auf Merkmale des chinesischen und deutschen Schriftsystems zurückzuführen (siehe Teil 3.2). Deutsch wird als alphabetische Schrift von links nach rechts geschrieben. Die horizontale Schreibkonvention betrifft sowohl das einzelne Wort als auch den vollständigen Satz. Leerzeichen dienen in diesem Fall als Abgrenzung zwischen Wörtern, nicht zwischen Teilen eines Satzes. Im Gegensatz dazu stellen sich chinesische Schriftzeichen seit langem quadratisiert dar, die Schreibrichtung innerhalb des einzelnen Hanzi verläuft auch nicht unbedingt von links und rechts. In einem Satz ist ein Leerzeichen zwischen jedem Schriftzeichen unnötig und ungewöhnlich, weswegen Leerzeichen im digitalen informellen Schreiben dazu dienen können, Sätze oder Satzteile voneinander abzugrenzen. Die Gegenüberstellung eines deutschen und eines chinesischen Satzes mit jeweils gleicher Bedeutung demonstriert diese Unterschiede deutlich. Solche Sätze können in variierender Form im Messenger-Schreiben auftauchen:

Deutsch: Das ist eine Dissertation, die Autorin ist eine chinesische Doktorandin an der Uni Zürich.

Chinesisch: 这是一篇博士论文 它的作者是一位苏黎世大学的中国博士

(5) Multimodalität

Die Multimodalität gilt als ein zentrales Merkmal der schriftbasierten Kommunikation in den heutigen Messenger-Diensten. Der interpersonale Austausch beschränkt sich nicht mehr auf den Text, sondern kann mittels vielfältiger Möglichkeiten wie Audio, Links, Bilder, Bildzeichen usw. erfolgen. Wie in Kapitel 5.1 dargelegt, schließt das Verständnis von Multimodalität in der vorliegenden Arbeit an der Definition von Siever (2015) an. Die empirische Untersuchung konzentriert sich auf das Zusammenspiel der Bildzeichen und Texte im digitalen Schreiben in WeChat und WhatsApp (siehe Kapitel 8, 9 und 10). Dialoge mit piktoralen Elementen bilden die Mehrheit der Daten. In diesem Teil lege ich deswegen den Fokus auf das Zusammenwirken zwischen Sprache und anderen Kodalitäten. Betrachten wir den folgenden chinesischen Dialog aus Text und Links zu Liedern und drei deutsche Dialoge aus Text und Rezeptlinks, Dokument und Video.

Beispiel 13:



Übersetzung (mit Liedernamen)

- Anqi 12:01:** Lied teilen: „Gunst“ (#1)
- Ich sage euch, dieses Lied ist wirklich sehr gut! (#2)
Freundin Q: Lied teilen: „Anlehnen“ (#3)
Anqi: Lied teilen: „Ich bin wirklich verletzt“ (#4)
Freundin Q: Lied teilen: „Egal“ (#5)
Anqi: Lied teilen: „Liebst du mich oder nicht“ (#6)
Freundin Q: Lied teilen: „Zu schön gedacht“ (#7)
Anqi: Lied teilen: „Ich will dich verlassen“ (#8)
Freundin Z: 12:14: Lied teilen: „Gute Reise“ (#8)
Freundin Q: Lied teilen: „Entfernung von tausend Metern“ (#9)
Anqi: 12:21: Lied teilen: „Traurige Tränen“ (#9)
- Liedteilen: „Schluss machen“ (#10)

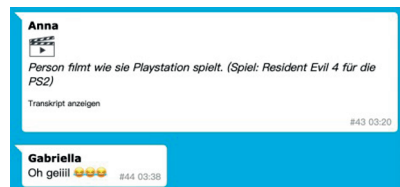
Der Dialogausschnitt stammt aus einer Dreier-WeChat-Gruppe, die sich dadurch auszeichnet, dass anstelle von textuellen Äußerungen hauptsächlich Lieder zur Kommunikation geteilt werden. Auf dem Chatinterface stehen vor allem die Namen der Lieder. Jeder geteilte Link zeigt den Liedtitel mit größeren Schriftzeichen, den Namen der Sängerin, das Cover der CD sowie einen Hör Tipp.

In dem Dialog empfiehlt Anqi ihren beiden Freundinnen ein Lied mit dem deutschen Titel „Gunst“ und teilt den Link in der Gruppe (#1). In der zweiten Nachricht fügt sie hinzu, dass dieses Lied wirklich sehr gut sei. Freundin Q setzt die Kommunikation in gleicher Form fort und teilt ebenfalls einen Link zu einem Lied (#3). Auf diese Weise drückt sie ihre Einstellung zu dem Vorschlag aus, weitere Musik zu teilen. Die Interaktion in Form des Liederteilens wird unterhaltsam fortgeführt und eine weitere Schreiberin beteiligt sich an dieser Kommunikation, indem sie die Intention von Anqi und Q aufgreift. Ab der zweiten Nachricht verliert das Weitergeben von Liedern seine ursprüngliche Funktion, ein Lied zu empfehlen. Stattdessen haben die Schreiberinnen sehr wahrscheinlich Wörter oder Aussagen in der Musiksuche eingegeben, die sie im Gruppen-Chat ausdrücken wollten, und daraufhin Lieder mit passenden Titeln ausgewählt und geteilt. Das bedeutet, dass die Liedtitel der eigentliche Kommunikationsinhalt sind.

Einerseits stellt das Liederteilen in diesem Beispiel eine große Spontaneität zwischen den einander sozial nahen Interaktantinnen dar. Andererseits präsentiert es sich als „organisierte dialogisch ausgerichtete Praktik[] sozialer Interaktion“ (Günthner 2011: 33), indem

sich alle Beiträge an „Formen (einer) wechselseitigen kommunikativen Handlung“ (Günthner 2011: 28) orientieren und sich in der sequenziellen Organisation aufeinander abstimmen. Obwohl die Initiatorin des Chats zunächst nur ein Lied, das ihr gefällt, ihren zwei Freundinnen empfehlen wollte, entwickelt sich der Dialog aus der Situation heraus zu einem scherzhaften Spiel. Die Interaktantinnen passen sich spontan aneinander an, indem sie sich an diesem Spiel beteiligen.

Beispiel 14 & Beispiel 15: MoCoDa 2 #hVeI2 & Beispiel 16: MoCoDa 2 #1TlbD



In den voranstehenden drei Dialogen werden drei verschiedene Ressourcen in der WhatsApp-Kommunikation verwendet: Links zu Kochrezepten auf einer Webseite in Beispiel 14, ein Video in Beispiel 15 und ein PPT-Dokument in Beispiel 16. Neben den textuellen oder auditiven Nachrichten bereichern weitere Elemente die Interaktion je nach den kommunikativen Bedürfnissen der Beteiligten. Durch die Verwendung von multimodalen Ressourcen könnten sich in der schriftbasierten Messenger-Kommunikation neue Möglichkeiten erschließen lassen.

Das Teilen von Liedern, Videos, Dokumenten, Bildern usw. und eine dabei zügig verlaufende Kommunikation stehen den Nutzerinnen bei anderen schriftbasierten Kommunikationsformen wie SMS-, E-Mail- oder Forums-Kommunikation nicht zur Verfügung.

8.2 Kulturspezifische Merkmale im chinesischen WeChat

(1) Netzwerkdiversität

WhatsApp-Dialoge finden vor allem zwischen Familien, Freundinnen und Teilnehmerinnen einer gemeinsamen Aktivität statt. Im Unterschied dazu besitzt WeChat einen erheblich weiteren Nutzungsbe- reich im sozialen Leben der Chinesinnen, zum Beispiel für die Kom- munikation zwischen Studentinnen und Dozentinnen, Eltern und Klassenlehrerinnen, Paketkurierinnen und Absenderinnen, Patien- tinnen und Ärztinnen, Geschäftsleuten und Kundinnen usw. Die Viel- falt der sozialen Beziehungen zwischen den Schreiberinnen in WeChat ist ein weiterer signifikanter Unterschied zu WhatsApp. Im Folgenden werden einige Dialoge zwischen Schreiberinnen, die in unterschiedlichen Beziehungen, aber stets in sozialer Distanz zuei- nander stehen, als Beispiele angeführt, um einen genauen Einblick in die Keyboard-to-Screen-Kommunikation im chinesischen WeChat zu gewähren.

Beispiel 17: XISU #E-SS-Bitten-071



Übersetzung

Li: Bruder Wang, bist du jetzt im Laden?
Hast du heute Zeit, bei mir daheim
vorbeizukommen? Ich möchte ein großes
Paket schicken 🐼🐼 (#1)

Wang: Ich bin da 🐼 In welchem
Wohngebäude bist du? (#2)

Li: [Wohnviertel, Gebäude-Nr., Haus-Nr.]
🐼 (#3)

Wang: Ok, wenn ich zu dir gehe, schreibe
ich dir in WeChat 🐼 (#4)

- Ich esse zuerst mit meiner Gattin 🐼
(#5)

Beispiel 18: XISU #E-ÄP-Fragen-009



Übersetzung

Patientin: 19.06.2019 02:41 pm

- Ärztin Tian, guten Morgen. Bist du im Krankenhaus? Ich möchte ins Krankenhaus eingewiesen werden. (#1)

Ärztin: 19.06.2019 03:10 pm

- Ich bin da. (#2)

Patientin:

Okay, ich gehe morgen früh (zu dir). (#3)

Ärztin: 19.06.2019 03:18 pm

Morgen arbeite ich in der Ambulanz, du kannst zuerst zu mir, um die Formalitäten zu erledigen. Oder du kannst zu Ärztin Gao in der Stations-Abteilung gehen, um die Formalitäten zu erledigen; du kannst ihr sagen, du bist meine Patientin. (#4)

Patientin:

Okay, danke!😊😊😊 (#5)

Beispiel 19: XISU #E-LS-Glückwunsch-004



Übersetzung

Masterstudentin: 10.09.2020 08:09

- Lehrer! Frohen Lehrertag!!! Gute Laune
jeden Tag! Gute Gesundheit! 🌞🌞🌞

(#1)

Professor: 10.09.2020 08:23

- Danke, ich wünsche dir alles Gute im
Studium, Tag Tag fröhlich! (#2)

Masterstudentin: 10.09.2020 08:34

- Danke, Lehrer! (#3)

- Sticker (#4)

Beispiel 17 handelt von der Vereinbarung einer Paketabholung zwischen einer Kundin und der zuständigen Person des Expressversands in WeChat. Im Dialog in Beispiel 18 bespricht eine Patientin mit einer Ärztin im Krankenhaus die Vorbereitung für eine jährliche stationäre Behandlung und äußert den Wunsch, am nächsten Tag die Ärztin aufzusuchen. Beispiel 19 zeigt, wie eine Masterstudentin einem Universitätsprofessor zum Lehrertag gratuliert. In deutschsprachigen Ländern würden solche Dialoge üblicherweise jeweils über die Post oder Krankenhaus-Website oder per E-Mail oder telefonisch geführt werden.

Entgegen deutschen Kommunikationsgewohnheiten duzen sich Kurier und Kundin, Ärztin und Patientin in diesen zwei Dialogen. Auch der Professor verwendet gegenüber der Masterstudentin das Du, während die Studentin die Berufsrolle „Lehrer“ als einzige Anrede benutzt und „Sie“ im Glückwunsch weglässt. Diese Satzkonstruktion verkürzt die soziale Distanz in der digitalen Kommunikationswelt. Hinsichtlich der Dialoginhalte erscheint die Grenze der interpersonellen Interaktion vager als in deutschsprachigen Kulturen. Beispielsweise gehört #5 von Beispiel 17 – der Kurier erklärt, warum er sich nicht gleich zur Kundin begibt – zum eher privaten Bereich. Wenn die Studentin dem Professor „Gute Laune jeden Tag“ wünscht (#1 in Bei-

spiel 19) und der Professor darauf mit „day day happy“ antwortet (#2), ist das eine angemessene Reaktion auf diese Glückwünsche. Der Professor hat dabei eine chinesische Redewendung wörtlich ins Englische übersetzt. Es ist jedoch schwer vorstellbar, dass ein chinesischer Professor in einer Face-to-Face-Situation auf gleiche Weise auf eine Studentin reagiert. Auf die Äußerung des Professors „ich wünsche dir alles Gute im Studium“ (#2) entgegnet die Studentin mit einem Sticker (#4), der für „toi, toi, toi“ steht. Damit wird auf anschauliche Weise vermittelt, dass diese Studentin ihr Bestes für das Studium geben werde. Dies kommt in der deutschsprachigen Kommunikation zwischen Studentinnen und Lehrerinnen ebenfalls ganz selten vor.

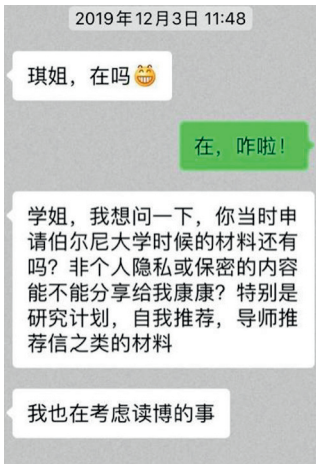
(2) Präsequenzeinsetzung

Günthner/Kriese (2012: 66) identifizieren einen Unterschied zwischen der chinesischen und der deutschen SMS-Kommunikation darin, dass in den chinesischen Daten häufig eine Präsequenz eingesetzt werde. Zum Begriff der Präsequenzen führt Schegloff (2007: 28) aus:

They are themselves sequences, and they come before sequences – they are recognizably „pre-“, that is, preliminary to something else. Often the „something else“ they are preliminary to is quite specific: it is a first pair part of a particular pair type – an invitation, an offer, a request, an announcement.

Im chinesischen Kontext werden Präsequenzen wie in den folgenden beiden WeChat-Dialogen verwendet.

Beispiel 20: XISU #E-SS-Fragen-193



Übersetzung

Zhang: 03.12.2019 11:48

- Schwester Qi, bist du da? 😊 (#1)

Qi:

- Bin da, was ist los! (#2)

Zhang:

- Ältere Studien-Schwester, ich möchte dich mal fragen, hast du noch die Unterlagen, mit denen du den Doktoratsplatz an der Uni Bern beantragt hast? Wäre es möglich, dass du mit mir die nicht-privaten und nicht-vertraulichen Unterlagen teilen kannst? Und zwar die Unterlagen wie Forschungsplan, Selbstempfehlung, Empfehlungsschreiben vom Betreuer usw. (#3)

- Ich überlege auch, ein Doktorstudium zu machen. (#4)

Die Einsetzung der Präsequenz ist „eine methodische Strategie“, mit der die Verfasserin die „situative Kommunikationsbereitschaft“ des Gegenübers abklären möchte (vgl. Günthner/Kriese 2012: 54). In Beispiel 20 wendet Zhang sich an Qi und bittet sie um Unterlagen ihrer Bewerbung um einen Doktoratsplatz. Mit der Präsequenz „Schwester Qi,¹²³ bist du da?“ möchte sich Zhang die Verfügbarkeit von Qi für eine weitere Kommunikation bestätigen lassen und damit gleichsam die Erlaubnis einholen, eine Bitte zu äußern. Nachdem Zhang eine Reaktion von der Dialogpartnerin erhalten hat, bringt sie

123 An dieser Stelle möchte ich noch die Anredebezeichnungen in diesem Dialog erläutern. In Nachricht #1 benutzt die Schreiberin „Qi-Schwester“ und in #3 „Ältere Studien-Schwester“. Beiden gehören zu den typischen chinesischen Anreden im Alltagsleben. Qi ist ein Teil des Vornamens der Adressatin. „Ältere Studien-Schwester“ bezeichnet eine Mitstudentin eines älteren Studienjahrgangs (vgl. Günthner 2018: 492). Trotz des Worts „Schwester“ sind die beiden Personen nicht miteinander verwandt. Mit solchen Verwandtschaftsbezeichnungen adressiert die Verfasserin die soziale Rolle im Beziehungsnetz mit dem Gegenüber. Einerseits deuten sie darauf hin, dass die zwei Chatterinnen eine enge Beziehung haben, und andererseits darauf, dass die Rezipientin eine höhere Position gegenüber der Verfasserin in dieser Beziehung einnimmt. Im chinesischen Kontext, in dem Interaktantinnen die soziale Beziehung bestätigen und fördern möchten, spielen die Verwandtschaftsbezeichnungen eine relevante Rolle (vgl. Gu: 2024: 38).

die eigentliche Intention des Dialogs – eine Bitte um Hilfe – zum Ausdruck.

Beispiel 21: XISU #E-LL-Fragen-007



Übersetzung

Tong:

- Was machst du jetzt? (#1)

Xin:

- Ich spiele Arena of Valor 🙄 (#2)

Tong:

Hast du Zeit, die Sachen für mich online zu kaufen? 🙄 (#3)

Xin:

- Animierter Sticker mit „okay“ (#4)

- Mache ich gleich! (#5)

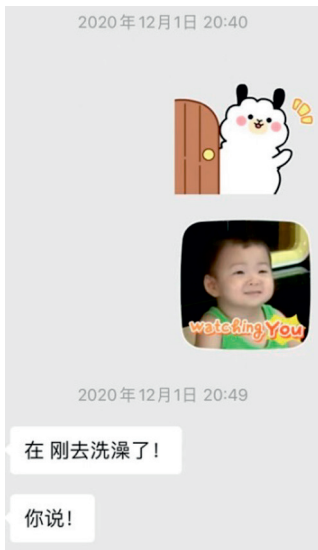
Tong:

- 🙄 (#6)

Der Beispieldialog 21 findet zwischen zwei Kolleginnen am Feierabend statt. Xin hatte Tong vorher versprochen, für Tong denselben Backofen zu bestellen, den sie selbst gekauft hat. Tong verfasst die Nachricht hauptsächlich als Erinnerung daran, dass Xin den Backofen für sie kaufen solle. Mit der Präsequenz „Was machst du jetzt?“ eröffnet Tong die Kommunikation, indem sie nach der Verfügbarkeit der Dialogpartnerin fragt. Anstatt auf Xins Antwort auf die Frage „Was machst du jetzt?“ (#2) zu reagieren, fragt die Dialoginitiatorin direkt, ob Xin Zeit habe, die Sache (den Backofen) für sie zu kaufen. Die Antwort von Xin (#2) dient der Erstschreiberin lediglich als eine Bestätigung, dass Xin erreichbar ist und für eine weitere Kommunikation in WeChat zur Verfügung steht, sodass Tong ihr Anliegen vortragen kann. Günthner (2008: 90) merkt an, dass die Entgegnung auf die Präsequenz den Ton für den „Fortgang der Sequenz und damit der kommunikativen Handlung“ angebe. Xin reagiert schnell auf die Präsequenz und zeigt der Dialoginitiatorin damit großes Interesse an einer weiteren Kommunikation, sodass Tong ihre Erinnerung direkt äußern kann.

Neben textuellen Möglichkeiten können verschiedene Sticker als Präsequenzen in der WeChat-Interaktion verwendet werden. Sticker gewinnen zunehmend an Bedeutung in der schriftbasierten Interaktion. Einige von ihnen repräsentieren kommunikative Gewohnheiten und Redensarten der Nutzerinnen, sodass sie als Ersatz der verbalen Präsequenz im Dialog fungieren. Diese Möglichkeit zeigt sich in Beispiel 22:

Beispiel 22:



Übersetzung

Qing: 01.12.2020 20:40 Uhr

- Sticker mit dem Namen „Bist du da?“
(#1)

- Sticker mit dem Text „watching you“
(#2)

Dan: 01.12.2020 20:49 Uhr

- Bin da! Ich war gerade am Duschen!
(#3)

- Sag mal was! (#4)

Wie in Beispiel 22 gezeigt, eröffnet Qing den obigen Dialog mit einem animierten Sticker, bei dem ein Cartoon-Schaf hinter einer Tür hervorschaut und freundlich winkt. Der Name des Stickers, den seine Designerin als „在吗“ (Bist du da?) angibt,¹²⁴ stellt eine Präsequenz dar. Danach schickt Qing einen weiteren animierten Sticker, bei dem ein Junge fröhlich seinen Kopf zum Text „watching you“ hebt. Durch diese beiden Sticker wird der Empfängerin kein konkreter Inhalt und

124 Wie in Kapitel 4.3.2 erwähnt, bekommt jeder Sticker seinen eigenen Namen von seiner Designerin, und dieser Name kann der Senderin und Empfängerin im Interface angezeigt werden. Durch das Tippen des Sticker-Namens kann der Sticker automatisch von WeChat vorgeschlagen werden. Aus diesem Grund trägt der Stickername ebenfalls zum multimodalen Verständnis in der WeChat-Kommunikation bei, indem er Senderin und Empfängerin dabei unterstützt, die Bedeutung und Absicht des Stickers besser zu erfassen.

kein bestimmtes Kommunikationsthema vorgegeben. Die Intention, die der Sticker-Rezipientin übermittelt wird, besteht lediglich darin, dass die Sticker-Senderin ihre Bereitschaft für einen Chat erfragt und sich darauf freut. Dan versteht diese Intention genau, reagiert mit einer Antwort darauf „在 (ich bin da)“ und liefert danach eine Erklärung, wieso sie erst nach neun Minuten geantwortet hat (#3). In Nachricht 4 schreibt Dan „Sag mal was!“, wodurch sie ihr Interesse am Chatten mit Qing bekundet. Mit der Präsequenz versichert sich die Nachrichtsenderin der „Rezeptionsbereitschaft des Interaktionspartners“ und holt sich „ein ‚Ticket‘ für eine umfassendere Darstellung“ ab (König 2015: 103).

8.3 Zwischenbilanz

Grundsätzlich basiert dieses Kapitel auf zwei Punkten: Erstens zeigen sich spezielle Merkmale in Messenger-Dialogen, die sich in anderer schriftbasierter Kommunikation (E-Mail, SMS, Foren usw.) nicht finden lassen. Zweitens könnten solche Spezifika nicht gleichermaßen im chinesischen WeChat und im deutschen WhatsApp ersichtlich sein, und daneben existieren noch kommunikative Besonderheiten, die in der Messenger-Kommunikation nur in einer der beiden Sprachen vorkommen.

Sowohl im chinesischen WeChat als auch im deutschen WhatsApp erscheinen die Beiträge oft in verkleinerten und verkürzten Einheiten. Solche sogenannten Chunks tauchen insbesondere in der konzeptionell mündlichen Kommunikation auf und werden unabsichtlich und eher spontan von den Chatterinnen aus Gewohnheit in der Interaktion gesendet. Alternativ entstehen sie gezielt als Ausdruck von Emotionen und Gefühlen der Verfasserinnen, um die geäußerten Botschaften zu verstärken. In beiden Kontexten sorgt die Aufteilung einer Nachricht in mehrere kleine Chunks für eine „Dynamik auf dem Bildschirm“ in der Messenger-Kommunikation. Gleichzeitig nimmt die Dialogizität der Interaktion zu (vgl. Dürscheid 2016b: 455). Überdies können Bildzeichen wie Sticker und Emojis in den separaten Chunks eingebettet werden, wodurch das Chunking als Kontextualisierungshinweis zur Modalisierung der informellen Kommunikation dienen kann.

Die unmittelbar aufeinander folgenden („gepushten“) Beiträge ermöglichen die Fortsetzung der „Ko-Präsenz“ der Interaktantinnen. Diese Quasi-Synchronizität ist ein charakteristisches Merkmal der

Messenger-Kommunikation und in WeChat- und WhatsApp-Dialogen keine Seltenheit. Jedoch bedeutet dies nicht, dass die Messenger-Kommunikation durchgehend quasi-synchron verläuft. Quasi-Synchronizität kann im Lauf der Kommunikation entstehen und wieder abebben. Je länger die Ko-Präsenz der Schreiberinnen im Messenger-Schreiben dauert, desto stärker ist der „Interaktionsgrad“ (Dürscheid/Frick 2014: 170) und desto „höher die Dialogizität“ (Koch/Oesterreicher 2011: 9) in der Interaktion. Der Interaktionsgrad und die Dialogizität verringern sich mit Verlängerung des Zeitabstands zwischen den aufeinanderfolgenden Nachrichten der Schreiberinnen. Ein weiteres Phänomen besteht darin, dass „Rahmungen zu Beginn oder am Ende einer Konversation“ nicht immer vorliegen (Imo/Lanwer 2019: 288). Ein uni- wie auch ein multilateraler abrupter Ein- und Ausstieg zwischen den Interaktantinnen mit sozialer Nähe ist möglich, Einstiegs- und Beendigungsformeln können gänzlich fehlen. Die Schreiberin kann in den offenstehenden Dialog spontan einsteigen und ihn ohne deutliche Beendigungssignale verlassen.

Die Zeichensetzung in der digitalen Welt weicht von den Empfehlungen des Dudens und oftmals auch von den in der Schule gelehrtten Regeln ab. Dennoch sind solche Eigenheiten bestimmter digitaler Kommunikation „ein kreatives Feld der Sprache“ (Wolf 2019). Im Gegensatz dazu nehmen ihre pragmatischen Leistungen in digitalen Interaktionen zu. Die „Umfunktionalisierung und Variation der Interpunktion“ (Siebenhaar 2020: 81) wurde in diesem Passus anhand von vier Aspekten von deutschen WhatsApp- und chinesischen WeChat-Dialogen diskutiert: (1) Die Emotionalisierung der Interpunktionen; (2) das Ausbleiben der Satzzeichen am Satzende; (3) Emojis als neue Satzzeichen und (4) Leerzeichen im chinesischen und deutschen Messenger-Schreiben. Des Weiteren gilt Multimodalität als ein weiteres zentrales Merkmal der Messenger-Kommunikation. Eine innovative multimodale Interaktion ist der Gruppenchat in Beispiel 13, in dem anhand der Titel darin geteilter Lieder kommuniziert wird.

Darüber hinaus werden noch zwei Phänomene erörtert, in denen sich der Gebrauch von WeChat und WhatsApp unterscheidet. Erstens betrifft dies die Vielfältigkeit des WeChat-Gebrauchs hinsichtlich sozialer Beziehungen. WeChat durchdringt das Alltags- und Arbeitsleben der chinesischen Nutzerinnen. Mit der rasanten Verbreitung der Messenger-Dienste zeichnet sich derzeit ebenfalls eine Tendenz ab,

dass die WhatsApp-Verwendung in deutschsprachigen Gebieten nicht mehr nur auf Bekannte, Familie und Freundinnen beschränkt ist. Die Einführung von offiziellen Unternehmens-Accounts in WhatsApp ermöglicht geschäftliche Verbindungen zwischen Firmen und Kundinnen (vgl. Schanze 2018). Ein weiteres Beispiel ist der WhatsApp-Service der ETH Zürich-Bibliothek seit Februar 2019, der Nutzerinnen bei Fragen und Anliegen zur Verfügung steht.¹²⁵ Zwar bleibt es bislang die Ausnahme, Professorinnen, Dozentinnen und Angestellte im Laden oder in der Bank direkt über WhatsApp zu kontaktieren. In der deutschsprachigen Gesellschaft hat sich bisher noch kein Messenger-Netzwerk etabliert, das die Erreichbarkeit zwischen den Nutzerinnen in nahezu jedem Bereich nach der Bestätigung einer Hinzufügung wie bei WeChat ermöglicht. Das zweite Phänomen ist die Verwendung der Präsequenz als Einstieg in den Dialog. Die verbale Präsequenz mit Schriftzeichen oder Sticker dient vor allem zur Bestätigung der Verfügbarkeit der Gegenseite. Mit Rücksicht auf die kulturellen Hintergründe ist der Gebrauch der Präsequenz im WeChat-Dialog vermutlich auf die zurückhaltende Verhaltensweise der Nutzerinnen zurückzuführen.

125 Die einschlägigen Nachrichten finden sich unter <https://ethz.ch/studierende/de/news/studierenden-news/2019/12/fragen-senden-sie-uns-eine-whatsapp-nachricht.html> (letzter Zugriff am 26.04.2023).

Bildzeichen im chinesischen WeChat und deutschen WhatsApp

9.1 Semiotische Qualitäten der Bildzeichen

Zeichen finden sich überall. Unser Leben könnte beinahe als „zeichen-impregniert“ bezeichnet werden. „Wir sind umgeben von Zeichen, wir umgeben uns mit Zeichen, und meist ist uns dies gar nicht bewusst“ (Keller 2018: 19). Dieser Passus schließt sich der Definition von Peirce an, gemäß der Zeichen als eine „semiotische Qualität“ bezeichnet werden, die „im Bewusstsein einer Person für etwas steht (ein Objekt, einen Sachverhalt, eine Erkenntnis) und damit für diese Person eine Bedeutung hat“ (Meer/Pick 2019: 58).

Peirce unterscheidet drei Arten von Zeichen: Ikon, Index und Symbol. Ein Zeichen wird „Ikon“ genannt, wenn die Beziehung zwischen diesem Zeichen und diesem Gegenstand in der Ähnlichkeit besteht, wobei das Zeichen optisch, aber auch onomatopoetisch sein kann (vgl. Gross/Fischer 1998: 26). Peirce ordnet ikonischen Zeichen drei Untertypen zu, nämlich Bilder, Diagramme und Metaphern, die sich durch „drei Grade abnehmender Ikonizität“ auszeichneten. Die Ikonizität der Bilder sei am höchstens und Metaphern verfügten über das niedrigste Maß an Ikonizität (vgl. Nöth 2000b: 196). Ein indexikalisches Zeichen ist dadurch gekennzeichnet, dass „eine verweisende Relation“ zwischen dem Bezeichneten und dem Bezeichnenden vorliegt. Zentrale Bedeutungen von Indizes sind das „Grund-Folge-Verhältnis“, die „Zweck-Mittel-Relation“ oder die „Teil-Ganzes-Beziehung“ (Meer/Pick 2019: 57). Um solche Relationen zu erkennen, bedarf es eines „Erfahrungswissen[s] von der Welt“, das „ziemlich stabil und einigermaßen zeitüberdauernd“ ist (Linke et al. 2004: 20). Nöth (2016: 197) betont, dass „ein Index anzeigt, aber er nichts darstellt“. Die Verbindung des symbolischen Zeichens mit dem von ihm bezeichneten Sachverhalt ist eine „historische oder konventionelle Motivierung“ (Volli 2002: 39). Im Unterschied zum Index und Ikon ist die Relation zwischen dem Bezeichneten und Bezeichnenden beim

Symbol arbiträr (vgl. Keller 2018: 173–174; Volli 2002: 40). Allerdings sind nicht Konvention und Arbitrarität, sondern „Gesetzmäßigkeit und Gewohnheit“ zentrale Kriterien der Kategorisierung von Symbol (vgl. Nöth 2000b: 179).

Bemerkenswert ist, dass die drei grundsätzlichen Zeichentypen nicht zwangsläufig isoliert fungieren, sondern in vielen Fällen aufeinander angewiesen sein können. Meer/Pick (2019: 58) führen diesbezüglich aus, dass „Zeichen je nach Lesart mehrere Qualitäten gleichzeitig aufweisen können, auch wenn in manchen Fällen eine Funktion dominiert“.¹²⁶ In der Mehrheit der Fälle präsentieren sich visuelle Zeichen als „hybride Art“, in der „symbolische und indexikalische und ikonische Elemente miteinander vermischt“ sind (Nöth 2016: 199).¹²⁷ Die dominante Rolle der Zeichen variiert jedoch je nach Gestaltung der Kommunikationshandlung und dem bestimmten Gebrauchskontext. Der Wandel von Ikon zu Index und von Ikon zu Symbol ist ein häufig auftretendes Phänomen:

Ein Ikon kann in der Verwendung einen indexikalischen Verweis haben. Ein solcher Wandel von Ikon zu Index geschieht, wenn das Zeichen die „thematische, situative oder soziale Ebene der Interaktion“ manifestiert und „durch Kontextualisierungshinweise [...] realisiert und wechselseitig ausgehandelt“ wird (Beißwenger/Pappert 2019b: 49). Im Gegensatz zum ikonischen Verfahren, dem „assoziativen Schluss“ basierend auf der Ähnlichkeitsrelation, ist das symbolische Verfahren als ein „regelbasierter Schluss“ (Keller 2018: 226)

126 In diesem Zusammenhang sehen Linke et al. (2004: 23–24) eine klare Einordnung des einzelnen Zeichentyps als ein „Zuordnungsproblem“ an, das kaum gelöst werden könne. In Übereinstimmung damit argumentieren Gross/Fischer (1998: 27), dass es mitunter schwierig sei, die drei Zeichenklassen klar voneinander zu unterscheiden. Darüber hinaus könnten die Funktionen der Zeichen ebenfalls „übergreifend“ sein; beispielsweise enthielten Verkehrszeichen häufig ikonische Elemente, obwohl sie den indexikalischen Zeichen zugeordnet würden, da sie auf ein „Gebot“ oder „Verbot“ zurückzuführen seien.

127 Nöth (2016: 200) führt aus, dass ein symbolisches Zeichen ein Ikon und einen Index aufnehmen und ein Ikon von einem indexikalischen Zeichen einbezogen werden könne. Umgekehrt sei ein Ikon aber selbst der Index und beziehe das Symbol nicht ein. Jedoch vereinigt etwa das ikonische <😍>-Emoji ein symbolisches Herzzeichen und ein ikonisches Gesicht, und auch Text (Symbol) und indexikalische Elemente können im ikonischen Sticker integriert werden. In diesem Sinne erscheint die Argumentation von Nöth zu pauschal.

anzusehen.¹²⁸ Die Symbolisierung der Bildzeichen in der schriftlichen Kommunikation erfolgt durch kulturelle Regelmäßigkeit, Verallgemeinerung des Verständnisses, verbreitete Akzeptanz und gewöhnliche Verwendung. Manche Zeichen besitzen „ein inhärentes Bedeutungspotenzial“ und werden „konventionalisiert“ (Imo 2015b: 155) als symbolischer Verweis eingesetzt.

Abgesehen vom Kontext sind Emoticons ursprünglich Ikone, worauf auch die Bezeichnung „Emoticon“ (Zusammensetzung aus „Emotion“ und „Ikon“) hindeutet. Dürscheid (2020b: 36) differenziert zwei Arten von Emojis, nämlich „symbolische Zeichen (z.B. die Währungszeichen-Emojis)“ sowie Ikone, die eine Ähnlichkeit mit dem bezeichneten Gegenstand aufweisen. Die semiotische Beurteilung von Stickern gestaltet sich etwas komplizierter: Reine Text-Sticker sind Symbole; Sticker aus (animierten oder statischen) bildlichen Elementen werden in der Regel als Ikone betrachtet, aufgrund ihrer Ähnlichkeit mit dem, worauf sie verweisen, wie z.B. Personen, Cartoonfiguren oder Tiere. Sticker, die aus bildlichen und textuellen Elementen bestehen, sind eine Kombination von Ikon und Symbol.

Bildzeichen in der Messenger-Interaktion können daher in bestimmten Verwendungskontexten aus unterschiedlicher Perspektive „pragmatisiert“ (Beißwenger/Pappert 2020: 98) werden. Die verschiedenen semiotischen Ressourcen von Emojis in der WhatsApp-Kommunikation wurden in Beißwenger/Pappert (2019b) ausführlich behandelt, und ihre Vorgehensweise lässt sich auf die Untersuchung der Emojis-Verwendung im chinesischen WeChat übertragen. In Anlehnung daran werde ich die semiotischen Eigenschaften der Emojis anhand der Beispiele 23 und 24 kurz erläutern, bevor ich den Schwerpunkt auf die Sticker in der WeChat- und WhatsApp-Kommunikation lege.

128 Diese Perspektive findet sich in Keller (2018: 228), wobei die Kategorien „Ikonizität“ und „Symbolhaftigkeit“ unterschieden werden, indem Ikonizität auf „Assoziativität“ und Symbolhaftigkeit auf „Regelhaftigkeit“ beruht.

Beispiel 23:



Übersetzung

A: Ich habe 66 Yuan bei der Lotterie gewonnen haha (#1)

B: - 🍋 (#2)

- bin sauer deswegen (#3)

In diesem Dialog teilt die erste Schreiberin dem Gegenüber mit, dass sie im Lotto 66 Yuan¹²⁹ gewonnen habe. Ihre Dialogpartnerin schickt zuerst ein Zitronen-Emoji und danach eine textuelle Nachricht, deren wörtliche Übersetzung „bin sauer darüber“ lautet. Das Emoji <🍋> wird in diesem Kontext nicht aufgrund einer Ähnlichkeit zum Sachverhalt Zitrone ikonisch verwendet, sondern verweist indexikalisch auf deren sauren Geschmack, der eines der zentralen Merkmale von Zitronen ist. Der saure Geschmack steht hier für die „saure“ Gemütslage, wodurch die textuelle Bedeutung „ich beneide dich um den Gewinn im Lotto“ angedeutet wird.

In der heutigen digitalen Kommunikation ist die Verwendung vom <🍋>-Emoji, insbesondere unter jungen chinesischen Internetnutzerinnen, weit verbreitet. Der Wandel in der Nutzung dieses Emojis vom „assoziativen Schluss zum regelbasierten Schluss“ (Keller 2018: 226) kann als Symbolhaftigkeit in der kommunikativen Konvention interpretiert werden.¹³⁰ In bestimmten Kontexten dient das Emoji <🍋> als übertreibender, verstärkender, auch ironischer Ausdruck einer Emotion. Im vorliegenden Beispiel ist die Schreiberin nicht wirklich ‚sauer‘, sondern ihre verbale Äußerung und die Verwendung des Zitronen-Emojis übermitteln auf spaßige Weise die

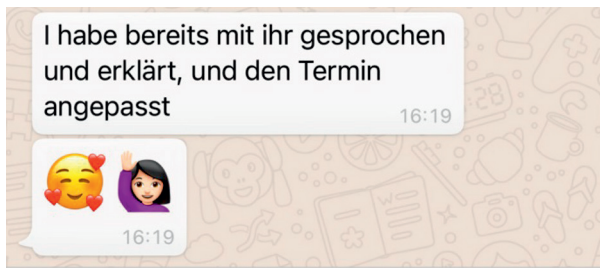
129 Renminbi Yuan ist die Währung der Volksrepublik China. Im Jahr 2023 schwankte der Wechselkurs zwischen der chinesischen Währung (RMB oder CNY) und dem Euro (EUR) laut Google-Umrechnung im Bereich von 1:7,27 bis 1:8,10 (Stand 27.10.2023).

130 Der Wandel vom Ikon zum Symbol finde dann statt, wenn die Relation zwischen dem Zeichen und dem verweisenden Objekt von der Assoziation zum „kollektiven Wissen“ geworden und dadurch eine „Gebrauchsregel“ entstanden sei (vgl. Keller 2018: 228). Wie groß die kollektive Interaktionsgruppe ist, in der eine solche „Gebrauchsregel“ für Sticker und Emojis gewohnheitsmäßig etabliert ist, ist eine andere Frage. In der Messenger-Kommunikation verfügen Schreiberinnen über unterschiedliches Hintergrundwissen, möglicherweise verstehen Ältere das <🍋>-Emoji als Symbol für Beneiden im WeChat-Schreiben nicht.

pragmatische Bedeutung „Das ist so prima, dass ich dich darum fast beneide“. Jüngeren Generationen genügt der Ausdruck „酸了 (bin sauer darüber; Pinyin: suān le)“ oder sogar nur ein Zitrone-Emoji, um scherzhaftes Beneiden zu vermitteln.

Ein weiterer Wechsel vom ikonischen zum indexikalischen und symbolischen Zeichen im deutschen WhatsApp ist in Beispiel 24 ersichtlich, das aus einem Dialog zweier Kolleginnen bei der Arbeitsübergabe stammt:

Beispiel 24:



Nachdem diese Schreiberin ihre Kollegin über die erledigte Arbeit informiert hat, fügt sie in der folgenden separaten Nachricht zwei Emojis hinzu. Das erste Emoji <😍> besteht aus einem ikonischen lächelnden Gesicht mit drei symbolischen roten Herzen, was mit Freude oder Liebe assoziiert wird. Die Absenderin schickt dieses Emoji als Zeichen ihrer positiven Einstellung und Umgänglichkeit. Für die Rezipientin symbolisiert es Freundlichkeit und Wertschätzung bzw. soziale Nähe im Berufsleben. Das Emoji <👋> bildet eine Frau ab, die ihre rechte Hand hebt; es steht für Eigenschaften oder Handlungen der Kommunizierenden, z.B. die bildliche Geste und das Geschlecht. Je nach Kontext ist dieses Emoji unterschiedlich zu assoziieren: mit einer Schülerin im Unterricht, einer Angestellten in einem Firmenmeeting oder einer Teilnehmerin an einer akademischen Tagung, die sich zu Wort meldet oder sich anderweitig bemerkbar machen möchte. In dieser Kommunikationssituation handelt es sich nicht um eine Wortmeldung, sondern das Emoji verweist anadeiktisch darauf, dass die Schreiberin ihre Arbeit erledigt hat, und übermittelt indexikalisch Bereitschaft und Initiative bei der Arbeit.

Anders als Emojis beschränken sich Sticker nicht auf Gestik, Gesichtsausdruck oder Objekt, sondern beinhalten etwa eine handelnde

Figur und mitunter auch Text. Es ist nicht ungewöhnlich, dass ein Sticker eine Situation durch eine Kombination von Handlungen, Mimik, Gesten, Text sowie einem gestalteten Bildhintergrund darstellt. Wie Sticker als vor- und rückverweisende Äußerungen in eine Erzählung eingebettet werden und welche semiotische Rolle sie im Dialog spielen, wird jedoch nicht allein durch die Sticker selbst bestimmt. Auch das Zusammenspiel von Bild und Text (falls vorhanden) in einem Sticker ist zu berücksichtigen, da ein Sticker in diesem Fall eine Ganzheit aus Verbalem und Bildlichem ist. Wenn wir die semiotischen Qualitäten von Stickern mit Text in einem Dialog erörtern, müssen wir ergründen, mit welcher Intention ein Sticker gesendet wurde. Ersetzt dieser Sticker textuelle Äußerungen oder liegt der Fokus der Schreiberin auf dem Bildlichen? Letztendlich müssten wir die Schreiberin selbst befragen, um ihre Absicht beim Verwenden eines Stickers zu verstehen, was jedoch schwer umsetzbar ist. Im Folgenden analysiere ich Sticker in Messenger-Dialogen anhand der multimodalen Kommunikation, der Kontextbeschreibung.

In Messenger-Interaktionen beider Sprachen wählen Schreibenden häufig Sticker aus Bild und Text zum Ausdruck der persönlichen Einstellung. Zwei Beispiele hierfür zeigen die Kommunizierenden in den Beispielen 25 und 26 jeweils als Reaktion auf eine Mitteilung.

Beispiel 25: XISU #G-SS-Freundinnen-Klagen-003



Übersetzung

- Kanton Tessin (#1)
- Hat am Montag Testergebnis falsch übermittelt. 10 Personen mit positivem Testergebnis wurden als negativ mitgeteilt. (#2)
- 10 Personen, deren Testergebnis negativ ist, wurden als positiv angegeben. (#3)
- Sticker (#4)

Der Sticker folgt der Nachricht als Emotionsausdruck. Dieser animierte Sticker zeigt einen Hasen, der Wasser ausspuckt. Das Schriftzeichen darunter stellt eine lautliche Nachbildung des Ausspuckens von Wasser dar. Eine mögliche Assoziation zu diesem Sticker ist Überraschung oder Erschrecken: Der Hase spuckt Wasser aus, das er gerade trinken wollte, als Reaktion auf eine unerwartete Nachricht. Der Text in diesem Sticker ist zwar nebensächlich, fördert aber durch seine onomatopoetische Qualität ein klares Verständnis der animierten Szene. Dieser Sticker bildet ikonisch durch eine anthropomorphe Darstellung eine menschliche Handlung und das damit verbundene Geräusch ab. Als einzelner Beitrag und Kommentar zu vorherigen Äußerungen steht dieser Sticker in indexikalischer Beziehung zu der persönlichen innerlichen Einstellung – einem Zustand des Erschreckens oder der Überraschung.



Beispiel 26:

Dieser Dialog findet zwischen einem Angestellten (P) einer Zürcher Firma aus St. Gallen und seiner Kollegin (Y) in Zürich statt. Auf die Nachricht von P, er sei um 18:31 Uhr noch in Zürich, reagiert Y zuerst mit einem GIF-Sticker. Dieser zeigt Samuel L. Jackson in einer Filmszene, in der er mit einer charakteristisch verwirrten Mimik das Wort „WHAT?!“ ausspricht. Im Sticker wird das Wort „WHAT?!“ in Großbuchstaben dargestellt, ergänzt durch zwei markante Satzzeichen, die zu-

sammen den Tonfall der Nachricht betonen. Die weitere Antwort „Nock keinen Feierabend?“¹³¹ steht in Verbindung mit dem eingangs gesendeten Sticker und vermittelt die Verblüffung und das Interesse von Y. Die semiotische Rolle dieses Stickers hängt von zwei Möglichkeiten ab. Falls Y mit diesem Sticker das Wort „WHAT?!“ ersetzt hat,

¹³¹ Im Originaldialog kommt ein Tippfehler vor, wobei „noch“ als „nock“ getippt wurde.

dann fungiert er als eine symbolische Sequenz im Dialog. Falls die Schreiberin selbst den Text „WHAT?!“ eingefügt hat, vergrößert sich diese Wahrscheinlichkeit noch. Sollte die Schreiberin den Sticker mit diesem Text selbst erstellt haben, um ihre Formulierungen zu modulieren, dann fungiert dieser Sticker als Kontextualisierungshinweis zur Modalitätsmarkierung ihrer nächsten verbalen Formulierung. Die Mimik und Gestik der Figur im Sticker sind in diesem Dialog der situativen Reaktion der Senderin gleichzusetzen und der Sticker selbst verfügt über eine weiterführende Bedeutung, die über den gegebenen Kontext hinaus Anwendung findet. In diesem Sinne ist hinsichtlich der semiotischen Rolle des Stickers von einer Bewegung zwischen Ikon und Index zu sprechen.

In manchen Fällen limitiert der Text im Sticker die Interpretation des Bildes im Sticker, Texte präzisieren die Bedeutung des Stickers bei dessen Verwendung. Das trifft etwa auf diesen Sticker in der Kommunikation von Glückwünschen zu:

Beispiel 27:

	Übersetzung -Baby! Herzlichen Glückwunsch zum Geburtstag!! Gesundheit! Fröhlichkeit! Reichwerden! Alles Gute!! (#1) - Sticker (#2)
--	--

Der Sticker in Beispiel 27 ist eine rückwirkende Ergänzung des Geburtstagwunschs. Die Hauptfigur im Sticker ist ein nach vorne springendes Mädchen mit einer Krone aus pinken Herzen auf ihrem Kopf, umgeben von Herzwolken. Die Schriftzeichen in der Mitte bedeuten „Geht vorwärts ins neue Lebensalter“. Mit diesem Sticker beglückwünscht die Nutzerin die Rezipientin und wünscht ihr ein schönes, liebevolles und erfolgreiches Lebensjahr. Die ursprüngliche Version von diesem Sticker ist vermutlich ein Screenshot von einem Video dieses Mädchens, Herzelemente sowie Text sind nachträglich manuell hinzugefügt. Wie das Wasserzeichen rechts unten im Bild vermuten

lässt, hat die Schreiberin das Foto von Xiaohongshu¹³² heruntergeladen und daraus selbst den Sticker in WeChat erstellt. Eine Recherche des Satzes „Geht vorwärts ins neue Lebensalter“ in der Suchbox von Xiaohongshu ergab einige Postings zum Thema ‚Glückwunsch zum Geburtstag an sich selbst¹³³ oder an andere‘ mit diesem Bild.

Abgesehen vom Text passen diese unspezifischen, emotional positiv konnotierten bildlichen Elemente in diesem Sticker zu diversen Kontexten und Kommunikationsthemen. Erst mit dem Text „ins neue Lebensalter“ wird dieser Sticker auf das Thema Geburtstag (oder auch, wenngleich weniger wahrscheinlich: Neujahr) hin konkretisiert. Dieser Sticker fungiert hierbei als ein Symbol sowohl dadurch, dass er eine gleichartige verbale Wunschausschüttung ersetzt, als auch wegen der Gebrauchsgewohnheit der Nutzerinnen, dass sie diesen Sticker im Kontext des Beglückwünschens zum Geburtstag verwenden.

Beispiel 28:



Der Sticker in Beispiel 28 umfasst eine ikonische Sonne und den Worten „Have a nice day“. Er wird als Ersatz der textuellen Abschiedsformel nach dem Informationsaustausch gesendet, woraufhin die Adressatin „Danke, ebenfalls!“ antwortet. Der Sticker steht symbolisch für einen Teil der Paarsequenz in der routinierten Kommunikation. Seine Bedeutung ist durch sein textuelles Element weitgehend vorgegeben. Mit der textuellen Äußerung „Have a nice day“ ruft dieser Sticker

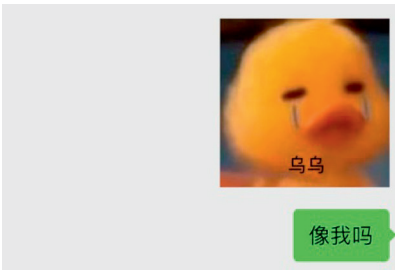
132 Xiaohongshu ist eine beliebte Plattform für soziale Medien und E-Commerce, auf der Kundinnen ihre Kauferfahrungen und Bilder zu unterschiedlichen Themen wie Reisen, Lernen, Astrologie, Liebe, Prüfungen usw. teilen und posten.

133 Es ist nicht selten im chinesischen Kontext, dass das Geburtstagskind sich selbst zum Geburtstag in den sozialen Medien beglückwünscht.

kollektive Kenntnisse über Glückwünsche im Alltag auf. Die bildliche Sonne im Sticker ist durch die Augen und den lächelnden Mund personifiziert, wodurch die Emotionalität der Senderin betont und die Freundlichkeit der Nachricht sowie ihr Sinn als Ermunterung am Tagesbeginn übermittelt wird. Daher erstreckt sich dieser Sticker im Dialog ebenfalls in den indexikalischen Raum, in dem er eine kontextualisierte und sozial gestaltende Rolle spielt.

Bei eigenen Stickern ist die semiotische Qualität in der Kommunikation eher klar; beispielsweise fungiert das ikonische Bildzeichen im Dialog weiterhin als Ikon zur Abbildung des Gesichtsausdrucks der Schreiberin in Beispiel 29.

Beispiel 29:



Übersetzung

- Sticker (#1)

- Ist es mir ähnlich? (#2)

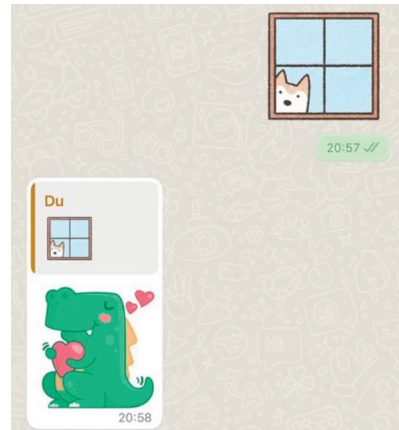
Im Dialogauszug von Beispiel 29 sendet eine WeChat-Nutzerin einen Sticker, nachdem sie sich in einer Einzelkommunikation über etwas beklagt hatte. Unter der weinenden Ente in diesem Sticker steht ein lautmalerisches Wort aus zwei chinesischen Schriftzeichen „呜呜“ (wū wū), die ein Ächzen imitieren und als ein spezieller Typ der ikonischen onomatopoetischen Zeichen betrachtet werden. Mittels einer anschaulichen Personifizierung wird die weinende Ente mit einer weinenden Person assoziiert, um die gegenwärtigen Emotionen der Sticker-Senderin mitzuteilen. In diesem Kontext verkörpert sich die Schreiberin selbst in diesem visuellen Sticker und präsentiert ihre eigene Gemütsverfassung und Emotionen durch die ikonische Ressource.

Nach der Analyse von Stickern, die Text und Bild enthalten, werde ich auf rein bildliche Sticker mit zwei Beispielen eingehen und die Semiotisierung der Sticker in diversen Kontexten analysieren.

Beispiel 30:



Beispiel 31:



Die Beispieldialoge 30 und 31 finden zwischen zwei Personen in einer Beziehung statt. Der Mann initiiert diese Kommunikation mit der Mitteilung, dass er jetzt zu Hause angekommen sei. Zwischen den zwei sprachlichen Nachrichten „Ich schreibe [dir] so sobald ich im“ und „bin“ steht ein Sticker, der zusammen mit diesen zwei sprachlichen Nachrichten die vollständige Botschaft bildet: „Ich schreibe dir, sobald ich im Bett bin“. Der Sticker veranschaulicht durch Personifizierung die Situation, die der Verfasser in den drei Nachrichten schildert. In diesem Kontext steht der Sticker vor allem symbolisch für das Substantiv „Bett“, das grammatisch als Teil der adverbialen Bestimmung fungiert.

Beispiel 31 zeigt einen Dialogabschnitt, der aus zwei Stickern besteht. Die Initiatorin auf der rechten Seite sendet dem Adressaten links einen Hunde-Sticker, in dem ein Hund durch ein Fenster blickt. Dadurch wird der Dialog ohne Text angefangen und der Turn an den Adressaten weitergegeben, was als die Frage „Was machst du jetzt?“ oder als der Ausdruck „Ich möchte von dir wahrgenommen werden“ interpretiert werden könnte. In diesem Fall ist der Sticker ein Symbol der Eröffnung der Kommunikation. Als Antwort schickt der Adressat die Zeichnung eines Dinosauriers mit pinken Herzen. Die drei pinken Herzen in den Armen und hinter dem Dinosaurierkopf sind symbolisch. Wie beim ersten Sticker besteht eine symbolische Beziehung

zwischen dem zweiten Sticker und dem Bezeichneten, insofern der Adressat wahrscheinlich Botschaften wie „ich bin da“ oder „ich schicke dir meine Liebe“ usw. vermittelt. Aus der Perspektive der Initiatorin wird die Bestätigung der Herzlichkeit sowie sozialen Vertrautheit und Zuneigung durch den zweiten Sticker rezipiert. In diesem Sinne ist dieser Sticker vom Sender als ein Symbol und von der Initiatorin (rechts) als Index zur Übermittlung der Liebe zu verstehen.

9.2 Text-Bildzeichen-Relation

9.2.1 Vorbemerkung

In Passus 5.2.2 wurde die Text-Bild-Relation aus der semantischen, syntaktischen und pragmatischen Perspektive in aktuellen linguistischen Diskussionen erläutert. Bei der Betrachtung von textuellen Äußerungen und Bildzeichen in der Messenger-Kommunikation sollte jedoch auch stets bedacht werden, dass die Emojis, Sticker oder Emoticons nicht mit dem klassischen Bild gleichzusetzen sind.

Klassische Bilder wie ein Gemälde, eine Werbegraphik, eine visuell gestaltete Verpackung oder ein Schaubild in einem Anleitungstext werden den Rezipientinnen direkt präsentiert. Treten solche Bilder zusammen mit Text auf, nehmen die Nutzerinnen sie als eine Bild-Text-Einheit wahr. Die Interaktionen, die durch solche Einheiten ausgelöst werden, sind asynchron mit relativ niedrigem Interaktionsgrad. Demgegenüber erscheinen Bildzeichen wie etwa Emoticons, Emojis und Sticker im Nachrichtenwechsel verschiedener Schreibenden und bilden in den meisten Fällen mit Text wechselseitige Interaktionen. Bildzeichen werden im Verlauf der gegenseitigen Kommunikation sehr wahrscheinlich von beiden Seiten versendet und stehen in einem Nachrichtaustausch mit geringer Zeitverzögerung in der Kommunikation.

Bildzeichen können der Kategorie ‚Bild‘ zugeordnet werden. Über allgemeine Merkmale von Bildern verfügen sie ebenfalls: Sie sind wahrnehmungsnah, besitzen einen Bedeutungsüberschuss, sind schneller mentaler Verarbeitung zugänglich und stark motiviert (siehe Teil 5.2.1). Jedoch unterscheiden sich Bildzeichen im Messenger-Schreiben aufgrund ihrer starken Spontaneität, Interaktivität, Dialogizität und Variabilität von traditionellen Bildern in der Werbung, Zeitung oder Verwendungsanleitung usw. Daher stellt sich die Frage, ob die Text-Bildzeichen-Relation gut mit der Text-Bild-Relation be-

schrieben werden kann, die auf der syntaktischen, pragmatischen und semantischen Ebene (vgl. Nöth 2000a; Stöckl 2011a) ausgeführt wird (siehe Teil 5.2.2). Im Folgenden werde ich zuerst erörtern, inwiefern die Text-Bildzeichen-Relation in Messenger-Interaktionen durch die Kategorisierung auf den drei Ebenen erklärt werden kann.

In der quasi-synchronen Kommunikation kommen Emojis und Emoticons entweder innerhalb einer schriftlichen Nachricht oder als individuelle Nachricht vor. Sie werden im sequenziellen Verlauf von der Rezipientin wahrgenommen und interpretiert; sodann kann die Rezipientin weiter darauf reagieren. Sticker stehen stets als separate Beiträge vor oder nach den textuellen Äußerungen. Auf syntaktischer Ebene sind Texte und Bildzeichen immer in einer linearen Anordnung von links nach rechts oder von oben nach unten. Sie treten nacheinander auf und können nicht ineinander in einem Beitrag integriert werden.¹³⁴ Falls Bildzeichen sprachliche Ausdrücke ersetzen, ist es notwendig, die Analyse der syntaktischen Relation spezifisch in Bezug auf die betroffenen Satzglieder durchzuführen. In der Messenger-Kommunikation können Bildzeichen das Subjekt, Prädikat, Adjektiv oder sogar den gesamten Satz ersetzen. Anders als textuelle grammatische Bestandteile sind Bildzeichen jedoch nicht dekliniert, wie in Beispiel 30 gezeigt. Die pragmatische Beziehung zwischen Text und Bildzeichen weist ebenfalls bestimmte Module auf, die hauptsächlich auf den gegenseitigen indexikalischen Verweis der Bildzeichen zurückgreifen (vgl. Nöth 2000a: 494).

Die semantischen Bedeutungen einer Zeichenmodalität bilden die Grundlage ihrer Verwendung und ihres Verständnisses. In vielfältigen konkreten Kommunikationssituationen können diese Zeichen aber unterschiedlich interpretiert werden, und ihre pragmatischen Bedeutungen weichen häufig von den Grundbedeutungen ab. Pragmatische Relationen zwischen textuellen und bildlichen Elementen unterscheiden sich in interaktiven Kontexten von semantischen Be-

134 Sticker aus piktoralen und schriftlichen Elementen sind Bild-Makros im Sinne von Arens (2019). Solche Bild-Makros betrachtet Stöckl (2011a: 56) hinsichtlich ihrer „räumlichen Positionierung“ als „simultane Muster“. Diese syntaktischen Muster sind Teil „eine[r] visuell-grafische[n] Gesamtheit“, bei der verbale und nonverbale Ressourcen „simultan-ganzheitlich“ wahrgenommen werden. Diese Betrachtungsweise geht davon aus, dass Bildliches und Sprachliches als Bestandteile einer Ganzheit fungieren und vor allem als eine Ganzheit analysiert werden. In diesem Sinne unterscheiden sie sich von Bildzeichen im sequenziellen schriftlichen Dialog.

ziehungen, insbesondere in Bezug auf Redundanz und Diskrepanz, die nicht zwangsläufig die Interaktion beeinträchtigen. Ein Beispiel für eine semantisch diskrepante Relation zwischen verbalen und nonverbalen Ressourcen ist das folgende.

Beispiel 32: XISU #E-SS-Plaudern-019



Übersetzung

X: Ich habe es in Instagram gefunden, so herzig! (#1)

Y: Falls du dich daran anlehnt (#2)

- Putze es zuerst mit einem Alkoholtuch (#3)

- Sticker (#4)

- Es ist so herzig, hahahahahahaha ich bin vom Thema abgewichen. (#5)

- Aber putze es mal. (#6)

X: Hahahahahhahahahahhahahha (#7)

- Hahahahahhahahahahhahahaha (#8)

- Papa liebt mich. (#9)

Y: Ja stimmt. (#10)

X: Sticker (#11)

- Sticker (#12)

- Sticker (#13)

Y: GIF-Sticker (#14)

X: Hahahahahahahahaha (#15)

Der Hintergrund besteht darin, dass X einen Park besuchen und sich dort vor einer bekannten Statue fotografieren lassen möchte. Zuerst sendet sie einige Fotos über Instagram, auf denen andere Personen sich an der Statue anlehnen. Als Reaktion auf #1 wird X angefordert,

die Statue mit einem Desinfektionstuch – der Dialog stammt aus der Corona-Zeit – zu reinigen, bevor sie sich daran anlehnt (#2, #3). Der nicht animierte Sticker in #4 zeigt einen springenden oder rennenden Hund, darunter steht „Es gibt keine schwierige Arbeit, nur mutige Hunde“. Dadurch entsteht eine Verbindung zwischen dem ‚mutig‘ nach vorn springenden Hund und der Sticker-Rezipientin, die dazu ermuntert wird, ihr Vorhaben umzusetzen.

Wichtig für diesen Teil sind die drei animierten Sticker in #11, #12 und #13, deren Bedeutungen nicht auf den textuellen Inhalt zurückzuführen sind. Der Sticker in #11 zeigt eine Ratte, die interviewt wird und ihre Reue sehr aufgeregt ausdrückt. Das Schriftzeichen auf dem Sticker bedeutet Reue. Auf Sticker #12 ist eine Ratte mit buntem Mundschutz und Sonnenbrille zu sehen, die zwei Pistolen in die rechte Bildhälfte richtet; auf Deutsch lautet der Sticker-Name „(ich) töte dich“. Der Sticker in #13 stellt eine Ratte dar, die eine Mini-Kanone auf der Schulter trägt und ein Projektil abfeuert. Diese drei Sticker besitzen eine eher negative Bedeutung und scheinen keine Verbindung mit den Textbeiträgen zu haben. Eine Gemeinsamkeit dieser drei Sticker liegt jedoch in der Aufgeregtheit, die sie vermitteln; die Ratte bewegt sich in jedem Sticker ganz heftig. Schreiberin Y wollte mit den drei Stickern sicherlich keinen Kampf mit ihrer Freundin entfachen oder Negatives übermitteln. In dieser Interaktion verlieren diese drei Sticker ihre ursprüngliche, von der Designerin intendierte Bedeutung.¹³⁵ Sie werden aus der Lust der Senderin eher aus der aktuellen Kommunikationssituation heraus gesendet und übermitteln dadurch vor allen Dingen freudige Emotionen und Spaß an der Kommunikation. Aus linguistischer Perspektive zeichnet sich diese Verwendung durch starke Interaktivität und Spontaneität aus, die vor allem in Interaktionen sozialer Nähe auftreten.

In einigen Kommunikationssituation unterscheiden sich die von der Designerin vorgegebene Bedeutung des Stickers und die Einsetzungsintention der Dialogbeteiligten. Eine diskrepante intermodale Relation kann in gewissem Maße als oberflächlich gelten, ist aber nicht einfach einer negativen Beziehung in der multimodalen Kommunikation zuzuordnen. Wie im oben genannten Beispiel ergänzen die drei Bildzeichen den Text, indem sie periphere Botschaften zur Gestaltung der Kommunikation oder Stimmung übermitteln, die nicht

135 Die Sticker-Serie mit der Ratte hat zwar gewalttätige, aggressive Elemente, wird aber vor allem scherzhaft eingesetzt.

ohne Weiteres durch reinen Text zu formulieren sind. Die Sticker-Empfängerin muss solche Bildzeichen (Sticker) ebenfalls nicht nach deren ursprünglichen Bedeutung und dem von der Designerin gegebenen Namen verstehen. Wichtiger ist, dass die Rezipientin diese Sticker im interaktiven Kontext multimodal versteht. Scholz (2016: 19) erkennt unterschiedliche Grade des Verstehens. Er sieht das Verstehen an als „eine graduelle Angelegenheit, mit anderen Worten: Es handelt sich nicht um eine Entweder-Oder-Angelegenheit, sondern um eine Sache des Mehr oder Minder“. Der graduelle Vorgang der Rezeption von Bildzeichen findet nicht isoliert statt, sondern innerhalb der sequenziellen Organisation und des wechselseitigen Austauschs zwischen den Schreiberinnen auf dem Bildschirm. Das folgende Beispiel veranschaulicht den redundanten Gebrauch von Bildzeichen und Texten in einem WhatsApp-Dialogauszug.

Beispiel 33:



In diesem Ausschnitt einer Einzelkommunikation schickt eine Schreiberin eine Reihe Nachrichten aus Stickern, Emojis und textuellen Äußerungen, wobei sie weiß, dass das Gegenüber erkältet ist. Nach dem verbalen Vorschlag „Tee trinken“ sendet sie das Emoji <🍵> und

den Sticker, auf dem ein Frosch Tee trinkt. Inhaltlich gesehen vermitteln die drei aufeinanderfolgenden Nachrichten die gleiche Bedeutung. Auch die Inhalte der fünften Nachricht und des letzten Stickers überlappen sich. Aber sind die Bildzeichen und die textuellen Nachrichten deswegen schon redundant? Meines Erachtens liegt keine völlige Redundanz zwischen verschiedenen Zeichenmodalitäten in dieser schriftlichen Interaktion vor, obwohl ein gleicher Inhalt durch unterschiedliche Zeichensysteme geäußert wird. Diese Auffassung findet sich auch in Siever (2015: 276): „Dass Text und Bild zu 100 % redundant sein können, würde wahrscheinlich nie jemand behaupten. [...] Wenn von Redundanz die Rede ist, so ist damit gemeint, dass ein bestimmter Informationsgehalt sowohl im Bild als auch im Text vorhanden und somit redundant ist“. Als unterschiedliche Zeichenmodalitäten übermitteln Bildzeichen und Text unterschiedliche Aspekte der Gesamtbedeutung, und sie übernehmen eigene Funktionen in einer Kommunikation, obwohl Bildzeichen und Text in manchen Fällen auf die gleiche Sache verweisen oder etwas wiederholen. Auch im Beispiel 33 ist die absichtliche Wiederholung durch Bildzeichen und Text gleichen oder ähnlichen Inhalts nicht überflüssig, sondern sie erfüllen jeweils ihre pragmatischen Funktionen, etwa der Artikulation durch textuelle Äußerungen einerseits und der Übermittlung von Emotionen auf eine wahrnehmungsnahe und visuelle Weise andererseits.

Luginbühl (2011: 258) kritisiert, dass die bestehenden Ansätze zur Untersuchung der semantischen Relation zwischen Text und Bild nicht ausreichend sind, um den Einfluss der einzelnen Text-Bild-Relationen auf die Bedeutungskonstitution zu erfassen. Dieser Nachteil trifft aber auch auf die Ansätze der syntaktischen und pragmatischen Ebene zu, insbesondere wenn sie zur Untersuchung der Text-Bildzeichen-Relation in der Messenger-Kommunikation verwendet werden. In der Tat werden der konkrete Kontext und die Interaktionskonstruktion durch textuelle Äußerungen und Bildzeichen in wechselseitigen Beiträgen in diesen Ansätzen oft vernachlässigt. Daher werde ich die syntaktischen, pragmatischen und semantischen Kategorisierungen verlassen und die intermodale Relation der Texte und Bildzeichen basierend auf den konkreten Kommunikationssituationen sowie der Wechselwirkung zwischen den zwei Zeichenressourcen, Sprache und Bildzeichen, ausführen. Ich werde die intermodale Relation aus zweierlei Perspektiven darlegen und erörtern, in

In diesem Gruppenchat informiert Wang die drei Gruppenmitglieder darüber, dass ein Online-Bekannter sie am 20. dieses Monats in Bern besuchen möchte. Das erste Emoji < 🎤 > in Nachricht #8 erscheint nach der Frage bezüglich persönlicher Informationen zu diesem Besucher. Nach der textuellen Frage fungiert das Emoji als ein Zeichen dafür, dass diese Schreiberin ihr Interesse an der Geschichte bekundet: Mit dem Emoji < 🎤 > übergibt sie den Turn an die angesprochene Kommunikationspartnerin und wartet auf deren Antwort. In der neunten Nachricht beteiligt sich ein weiteres Gruppenmitglied an der Kommunikation und fragt, ob der Besucher hübsch ist. In Nachricht #10 schickt Ge das zweite Emoji, ebenfalls ein Mikrofon < 🎤 >, um der Frage von Yang Nachdruck zu verleihen. Sie übergibt damit das Rede-recht an Wang, die Initiatorin des Chats, und erinnert sie mit diesen beiden Emojis daran, mehr über den Besucher zu erzählen. Ge signalisiert damit großes Interesse an weiteren Informationen von Wang, wobei sie und zwei andere Mitglieder (Li und Yang) einen Mini-Bund geschlossen haben und sich auf weitere Botschaften von Wang freuen. Nach den zwei Emojis sowie der Nachfrage der anderen drei Gruppenmitglieder beginnt die Dialoginitiatorin den Besucher vorzustellen.

Nicht selten werden Bildzeichen anstelle von Text zur Übermittlung von Botschaften mit spezifischer Emotionalität und großem Unterhaltungswert eingesetzt, wie Beispieldialog 35 zeigt:

Beispiel 35: XISU #E-SS-Plaudern-018



Übersetzung

X: 20.10.2020 09:54

- Sticker (#1)

Y:

- Wow! Hast geschissen! (#2)

X: 20.10.2020 09:59

- Das zweite Mal! (#3)

Y:

- Mega gut!! (#4)

- Herzlichen Glückwunsch,
Kaiserin! (#5)

- Glückwunsch, Kaiserin! (#6)

Der einzelne Sticker in diesem Dialog zeigt im Hintergrund eine Verdiensturkunde, die eine begeisterte und fröhliche Stimmung durch rote und gelbe Hintergrundfarben, eine Trommel sowie den roten Titel „喜报“ (deutsch: Gute Nachricht) transportiert. Die zentrale verbale Botschaft besteht in den weißen Schriftzeichen darunter, die auf Deutsch „ich habe defäkiert / groß gemacht!“ bedeuten. Mit diesem Sticker wird die Botschaft in einem sozusagen jubelnden Tonfall verkündet, als gehe es um die Verleihung einer Verdiensturkunde.

Eine Verbindung zwischen der Tatsache, dass die Sticker-Senderin defäkiert hat, und ihrer fröhlichen Emotion wird durch das Auszeichnungsmuster ausgedrückt. Auf diesem Sticker bilden die Inhalte der textuellen und bildlichen Elemente seine „Gesamtaussagen“ (Stöckl 2011a: 58). Das Verbale und Nonverbale im Sticker passen eigentlich nicht zusammen, da der menschliche Stuhlgang normalerweise weniger mit einer aufregenden Auszeichnung in Zusammenhang steht. Eben deshalb stellt die Konstruktion dieser Verbindung eine übertriebene und scherzhafte Ausdrucksweise zwischen den

Interaktantinnen mit sozialer Nähe in der digitalen Kommunikation dar. Bildzeichen werden von jeder Senderin im Dialog „intentional gesetzt“ (Imo 2015b: 136). Sie werden von allen Interaktantinnen wahrgenommen, und diese können kooperativ auf sie eingehen (vgl. Arens 2019: 65). So bemerkt die Rezipientin in diesem Dialog, dass die Senderin durch ihr auffallendes Kommunikationsverhalten eine spaßige Kommunikationsstimmung erzeugen möchte, und reagiert entsprechend mit den Äußerungen „Herzlichen Glückwunsch, Kaiserin!“ (#5) und „Glückwunsch, Kaiserin!“ (#6). Die Dramatik der Interaktion entsteht in der Wechselwirkung zwischen dem Sticker und der textuellen Reaktion von beiden Personen darauf. Daher kann festgestellt werden, dass die semantische Diskrepanz im realen Dialog ebenfalls Kommunikationszwecke erfüllen kann. Der Kontrast zwischen den textuellen und bildlichen Bestandteilen im Sticker offeriert eine schelmische Unterhaltung, und durch die kooperative Antwort darauf gelingt diese humorige Kommunikation.

Im Beispiel 36 wünschen sich eine Studentin und eine Professorin gegenseitig Glück zum chinesischen Neujahr, wobei Text und Emojis in einer Nachricht nebeneinanderstehen und gemeinsam die vollständige Wunschhandlung bilden.

Beispiel 36: XISU #E-LS-Glückwunsch-005



Übersetzung

Studentin: 04.02.2019 10:05
 Lehrerin Nachname Nachname!
 Frohes Neujahr!!! Ich wünsche
 Ihnen viel Glück zum Jahr des
 (Schweins)! Gesundes Neujahr!
 Immer viel Freude mit der
 Familie! Alles Gute!
 (several red diamond stickers) (#1)

Professorin:
 Vielen Dank an die große schöne
 Frau. Ich wünsche dir auch ein
 glückliches Neujahr. Alles Gute!
 (several red diamond stickers) (#2)

Studentin:
 Danke Lehrerin (several smiley face emojis) (#3)

In der ersten Nachricht sendet die Studentin der Professorin zuerst einen verbalen Glückwunsch, in den sie einige Emojis einbettet. Zunächst ist das Schweinekopf-Emoji sehr interessant, es dient als Schriftzeichen in dieser chinesischen sprichwörtlichen Redensart. In China wird das Jahr 2019 als das Jahr des Schweins¹³⁶ bezeichnet. Eine vollständige sprachliche Formulierung sollte 诸事大吉 (Deutsch: alles Gute; pinyin: **zhū** shì dà jí) lauten. Das erste Schriftzeichen wird wie das chinesische Wort für Schwein (zhū) ausgesprochen. Das erste Emoji <🐷> hat somit eine doppelte Bedeutung. Einerseits wird der Neujahrswunsch durch die Formulierung übermittelt, andererseits wird das genaue Tierzeichen dieses Jahres bildlich präsentiert. Am Ende der Nachricht stehen insgesamt sieben <🍀>-Emojis (Schriftzeichen 福), die im Chinesischen „Glück“ bedeuten und fú ausgesprochen werden. Bemerkenswert ist daran, dass das Schriftzeichen 福 bei diesem Emoji um 180 Grad gedreht ist. In China gibt es die bekannte Redewendung 福到了 (Deutsch: das Glück ist gekommen; pinyin: fú dào le). „Um 180 Grad gedreht“ heißt auf Chinesisch 倒 (dào), die Aussprache gleicht der des Schriftzeichens 到 (dào), das „kommen“, „ankommen“ bedeutet. Somit verbirgt sich eine schöne Hoffnung hinter diesem Emoji, weil das um „180 Grad gedrehte Glück“ bedeutet: „das Glück ist gekommen“.¹³⁷ In der zweiten Nachricht versendet die Professorin die drei Emojis <💎> <🏠> <🧧>. Darin stammt das <🏠>-Emoji aus dem Mah-Jongg-Spiel¹³⁸ und bedeutet „Reichtum erwerben“, ein typischer chinesischer Segenswunsch. Zudem spielen Freunde und Familien sehr gerne Mah-Jongg zum chinesischen Neujahr.

136 Die chinesischen Tierkreiszeichen oder chinesischen Sternzeichen (chinesisch: 生肖; pinyin: shēng xiāo) beziehen sich auf zwölf Tiere, die jeweils ein Jahr repräsentieren. Diese zwölf Jahre mit einer axiomatischen Zuordnung von Tieren wiederholen sich in einem Zyklus. Die Reihenfolge der zwölf Tiere lautet: Maus, Ochse, Tiger, Hase, Drachen, Schlange, Pferd, Ziege, Affe, Hahn, Hund und Schwein. (vgl. Artikel in China Rundreisen. Siehe <https://www.chinarundreisen.com/chinesisches-horoskop/>, letzter Zugriff am 26.04.2023).

137 Die besondere Verbindung zwischen der Aussprache von Schriftzeichen und der Verwendung von Emojis ist auf die Besonderheit des Chinesischen, die sogenannte „Homophonie“ (Dürscheid 2016a: 74), zurückzuführen. Auf diese Charakteristika werde ich im Beispiel 66 (der Funktionsanalyse in Kapitel 10.1) näher eingehen.

138 Mah-Jongg (chinesisch: 麻将, Pinyin: májiàng) ist ein altes chinesisches Brettspiel, das vier Personen mit 136 oder 144 Spielsteinen spielen.

Alle im Glückwunsch-Dialog vorkommenden Emojis <🏮>, <🎉>, <🍀>, <🐱> haben den „Frame“¹³⁹ (vgl. Siever 2015: 296) chinesisches Neujahr. Solche Frames entstehen durch die Evokation der „kognitive[n] Struktur[en]“ und konventionellen Assoziation im menschlichen Gedächtnis beim Sprachverstehen (Ziem 2008: 2). Die Integration der Emojis in den textuellen Nachrichten aktiviert diesen Frame, damit die Adressatinnen ihre „konzeptuelle[n] Wissenseinheiten“ (Ziem 2008: 2) bezüglich des chinesischen Neujahrs schnell abrufen. Die Emojis dienen in diesem Dialog nicht nur als Veranschaulichung der verbalen Wunschaussagen, sondern betonen und ergänzen den Text. Durch Emojis werden Wünsche und Emotionen, die die Schreiberinnen nicht verbalisiert haben, übermittelt. Dies trifft typischerweise für das <💎>-Emoji, das den Wunsch „das Glück ist gekommen“ symbolisiert, sowie für Emojis wie <🎉> und <😊>, die die feierliche und fröhliche Atmosphäre zum Neujahr widerspiegeln. Umgekehrt determinieren Texte ebenfalls den grundlegenden Geltungsbereich der Emojis. Die soziale Beziehung der beiden Schreiberinnen wird anhand der Anrede deutlich, und die Wunschaussage „Frohes Neujahr“ konkretisiert, dass die Emojis Teil der Interaktion zu einem Festtag und in dessen semantischen Rahmen zueinander relationiert sind.

Die von Bildzeichen vermittelten Botschaften können durch Text expliziert werden, wie an diesem deutschen WhatsApp-Dialog zwischen zwei Freundinnen vor dem Einschlafen ersichtlich wird:

139 Alexander Ziem zufolge sind Frames „sowohl als kognitives Format zur Wissensrepräsentation wie auch als semantisches Instrument zur Analyse von verstehensrelevantem Wissen besser zur Untersuchung von Diskursen geeignet als jedes andere linguistische Werkzeug“. Diese Einschätzung stammt aus seiner Präsentation „Online-Diskurse: Multimodalität – Hypertextualität – Transmedialität“ an der TU Chemnitz im Jahr 2011. Die Präsentation ist verfügbar unter https://www.tu-chemnitz.de/phil/imf/mk/online-diskurse/pdf/Ziem_Praesentation.pdf (letzter Zugriff am 14.04.2023).

Beispiel 37:



Die Teilnehmerin auf der rechten Seite initiiert den Dialog mit einem Hund-Sticker. Darauf reagiert die andere Schreiberin mit einem Sticker vom schlafenden Komo. Die einzelne sprachliche Nachricht in diesem Plausch beinhaltet lediglich das Wort „fast“ und ein <😴>-Emoji als Ergänzung von Botschaften, die durch die Sticker nicht ganz übermittelt wurden. Dies impliziert, dass die Teilnehmerin auf der linken Seite noch nicht wirklich eingeschlafen sei, aber in Kürze schlafen werde. In diesem Kontext ergänzt die textbasierte Nachricht die Bedeutung

des vorherigen Stickers innerhalb des durch diesen Aufkleber abgegrenzten semantischen Bereichs und präzisiert die Situation der Verfasserin. Interessant ist, dass der Sticker in Nachricht #4 zeigt, wie sich ein Hund in seine Hundehütte begibt. Diesen Gebrauch betrachtet Stöckl (2011a: 62) als eine „metaphorische Übertragung“, wenn auf einem Sticker beschriebene Vorgänge „auf in Kontext und Situation relevante Konzepte (präsent oder implizit) projiziert“ werden. In einer ähnlichen Situation – das Ende des Tagewerks, die Heimkehr und die anschließende Erholung – befindet sich die zweite Verfasserin. Diese aktuelle persönliche Situation veranschaulicht sie in diesem Sticker. Die Antworten (Nachrichten #2 bis #4) mit ihren verbalen und nonverbalen Elementen stehen untereinander und übermitteln ihre Botschaften schrittweise in einer linearisierten Reihenfolge auf hybride Weise. Stöckl (2011a: 57) beschreibt das Zusammenwirken von verbalen und piktoralen Zeichen so, dass „die Reihenfolge der Wahrnehmung von Botschaften aus Sprache und Bild letztlich das Zustandekommen einer Gesamttextaussage mitbestimmt“. Die Person, deren Nachrichten auf der rechten Seite des Bildschirms erscheinen, kann die von ihrem Gegenüber intendierte Bedeutung rezipieren und darauf schließen, dass diese Person bald ins Bett gehen und schlafen werde.

Einstellungen, die nicht explizit im Text ausgedrückt werden sollen, können mithilfe nonverbaler Bildzeichen chiffriert werden, wie es sich im folgenden Beispiel zeigt. Darin unterhalten sich Marleen und Ivana, die beide Japanisch lernen, und Sara, die kein Japanisch versteht.

Beispiel 38: MoCoDa 2 #eve62

Sarah



Bild von einem Cartoon-Vogel, der grimmig guckt, mit dem Schriftzug "I heard u think ur not fucking gorgeous"

#1 22:13

Sarah

Dein bruder ist ja auch alt und manchmal scheiße zu dir lei

#2 22:13

Marleen

16?

#3 22:13

Sarah

Meine schwester ist mein engel

#4 22:13

Marleen

Sarah

Dein bruder ist ja auch alt und manchmal scheiße zu dir lei

Ist halt n Bruder

#5 22:13

Ivana

Ich liebe es alleine zu sein idc wie nett und engelhaft jemand ist

#6 22:13

Marleen

Ivana

Ich liebe es alleine zu sein idc wie nett und engelhaft jemand ist

Preach

#7 22:14

Ivana

Ich meine deine Schwester ist sweet

#8 22:14

Ivana

Aber du bist halt nett

#9 22:14

Marleen

Ivana

Aber du bist halt nett

お茶

#10 22:14

Ivana



#11 22:15

Diesen Dialog initiiert Sarah mit einem Bild mit dem Schriftzug „I heard u think ur not fucking gorgeous“ und sie ergänzt, Ivanas Bruder sei alt und gehe manchmal nicht gut mit Ivana um. Marleen fragt daraufhin, ob Ivanas Bruder 16 Jahre alt sei. Sarah bleibt bei ihrem Gedanken und fügt hinzu, ihre Schwester sei süß wie ein Engel. Anschließend schaltet sich Ivana in die Kommunikation ein und schreibt, dass sie es bevorzuge, allein zu bleiben, und es ihr egal sei, wie nett oder engelhaft eine andere Person sei. In Nachricht #6 drückt Ivana ihre Unzufriedenheit gegenüber Sarah aus. In Nachrichten #8 und #9 äußert Ivana weitere Unfreundlichkeiten gegenüber Sarah: Ivana meint, Sarahs Schwester sei „sweet“, Sarah selbst aber (nur) nett. Hinter dieser scheinbar positiven Bemerkung verbirgt sich eine Beleidigung: Sarah wird im Vergleich mit ihrer Schwester abgewertet. Marleen bemerkt dies und möchte einen weiteren Disput vermeiden, weshalb sie Ivana auf Japanisch schreibt. Laut der Kontextbeschreibung unter diesem Dialog in MoCoDa 2 bedeutet der japanische Ausdruck お茶, „dass jemand gerade

211

heiße beziehungsweise kontroverse Informationen preisgibt“. Damit dürfte die Aufforderung angedeutet werden, Ivana möge den Streit mit Sarah beenden. Zum Schluss schickt Ivana ein Frosch- und ein Grüntee-Emoji, wodurch sie ihre Einstellungen eher indirekt ausdrückt. Die Kombination der beiden Emojis <🐸> und <🍵> geht auf ein Kermit-Meme zurück. Dieses gehört zu einer Reihe von Memes, die als „But that’s none of my business“ betitelt werden (Frogger 2015). Aggeler (2017) liefert eine detaillierte Erklärung zu diesem Meme: Ein Frosch nippt an einer heißen Tasse Tee, während er auf die Heuchelei oder Dummheit einer Person oder Gruppe hinweist. In diesem Kontext können die zwei Emojis aus zwei möglichen Perspektiven verstanden werden: Erstens bezieht sich Ivana mit dieser Kombination auf die Meme-Konnotation „Aber das geht mich nichts an“. Diese Emojis-Kombination ist sehr wahrscheinlich so zu verstehen, dass Sarah sich nicht einmischen soll. Zweitens postet Ivana diese Emojis-Kombination als einen Kommentar zu sich selbst. Sie signalisiert damit, dass sie nicht weiter auf das Thema eingehen werde, weil sie ohnehin nach der Beleidigung gegenüber Sarah überlegen ist. In diesem Fall fungiert diese Kombination als eine eher zustimmende Reaktion auf Marleens Aufforderung.¹⁴⁰

In Nachricht #10 sendet Marleen Ivana zwei japanische Schriftzeichen, die für Sarah nicht nachvollziehbar sind. Offensichtlich möchte Marleen Ivana dazu auffordern, weitere unhöfliche Kommentare gegenüber Sarah zu unterlassen. Entsprechend dieser textuellen Form wählt Ivana ebenfalls eine chiffrierte Formulierung, nämlich die beiden Emojis, womit sie sich anscheinend absichtlich an die vorherige Schreiberin anpasst. Ivana nutzt diese Emojis, um ihre negativen Emotionen wie Unzufriedenheit, Ärger und Vorwürfe gegenüber Sarah eher implizit mitzuteilen und damit selbst weniger Angriffsfläche zu bieten. Das Verstehen der Bedeutung dieser zwei Emojis erfordert Hintergrundwissen, ohne das die genannte Konnotation in diesem Kontext nicht rezipiert werden kann. Das Verständnis über ein Bildzeichen ist nicht nur von seiner ursprünglichen Bedeutung determiniert, sondern auch von der „subjektiv-emotionalen und assoziativen“ Interpretation der Adressatinnen (vgl. Große 2011: 97). Im Messenger-

140 Weniger wahrscheinlich ist, dass diese zwei Emojis ein Vorwurf gegenüber Marleen sind. Aber Ivana zitiert die vorgängige Nachricht von Marleen nicht; mit Rücksicht auf den Kontext ist es wahrscheinlicher, dass sich diese zwei Emojis auf Sarah beziehen.

Schreiben ist die Wahrnehmung der „andere[n] sinnlich wahrnehmbare[n] Eindrücke“ (ebd.) der Bildzeichen neben dem kulturellen Hintergrundwissen noch auf die multimodale Kompetenz der Schreiberinnen zurückzuführen.

9.2.3 Einschränkungen

Auf die allgemeinen Nachteile der Bildverwendung im Internet weist Kielholz (2008: 20) hin: „(1) Bildbeschaffung verursacht Kosten; (2) Je nach Kommunikationsaufgabe machen Bilder die Informationsübermittlung unnötig kompliziert; (3) Suchmaschinen können rein bildbasierte Informationen – zumindest bisher – nur schwer auffinden.“ Der erste und dritte Nachteil können auch auf die Bildzeichen-Verwendung in der Messenger-Kommunikation zutreffen, berührt jedoch kaum die interaktive Ebene zwischen den Schreiberinnen. Alle Emojis und Emoticons sind in WhatsApp und WeChat gratis verfügbar, während Sticker nur teilweise kostenfrei sind. Einige kostenpflichtige Sticker werden für WhatsApp-Nutzerinnen von externen Diensten angeboten, während Schreiberinnen in WeChat direkt in der Sticker-Galerie beim Herunterladen bezahlen können. Was den dritten Punkt betrifft, so sind Emojis¹⁴¹ und Emoticons in der Suchzeile des Chatverlaufs durchsuchbar, Sticker hingegen nicht. Um einen bestimmten Sticker in früheren Chats zu finden, müssen Nutzerinnen den Chatverlauf auf dem Bildschirm manuell durchscrollen. Der von Kielholz genannte zweite Nachteil kommt ebenfalls in der Messenger-Kommunikation vor: Bildzeichen können in bestimmten Situationen zu einer unnötig komplizierten Kommunikation führen, insbesondere wenn die Adressatin das multimodale Verstehen nur unzureichend beherrscht. Messenger-Interaktion dient jedoch nicht ausschließlich der reinen Informationsübermittlung, sondern ebenfalls dem Aufbau von Beziehungen, der Unterhaltung, dem alltäglichen Small Talk etc. (siehe Kapitel 10), wobei Bildzeichen von großem Belang sind.

In der vorliegenden Arbeit baue ich die Untersuchung der Einschränkungen beim Text-Bildzeichen-Zusammenspiel vor allem im Hinblick auf die Senderin und Empfängerin von Bildzeichen in der Interaktion auf. Dabei geht die Untersuchung von drei Aspekten aus:

141 Um Unicode-Emojis zu finden, lässt sich das gewünschte Emoji in der Suchzeile eingeben. Einige der von WeChat angebotenen Emojis sind in Unicode-Standard dokumentiert (vgl. Kap. 4). Um solche Emojis zu durchsuchen, können Nutzerinnen das WeChat-Emoji kopieren und in die Suchleiste einfügen.

gescheitertes multimodales Verstehen; unangebrachte Bildzeichen-Verwendung in der Interaktion; individuelle Antipathie der Chatterin. Im chinesischen sozialen Netzwerk Douban¹⁴² findet ein reger Austausch zum Thema „Missverständnis, wenn wir Eltern Bildzeichen schicken“¹⁴³ statt. Teilnehmerinnen posten dabei Screenshots von WeChat-Dialogen mit ihren Eltern, in denen Sticker missverstanden wurden oder anderweitig interessant darauf reagiert wurde. Insgesamt wurden hierzu 2.598 Diskussionen geführt, die 120 Millionen Mal gelesen wurden (Stand: 30.03.2023). Im Folgenden werden drei WeChat-Dialoge aus dieser Diskussion auf Douban ausgewählt, um das erfolglose multimodale Verstehen in einer Kommunikation zu erörtern.

Beispiel 39:



Übersetzung

Tochter: (#1)

Morgen komme ich nicht nach Hause. Am Sonntag gibt es wahrscheinlich eine „Name der sozialen Handlung“, es ist nicht sicher, vielleicht komme ich auch nicht.

(#1)

Mutter: Plane einfach selbst gut. (#2)

Tochter: (#3)

- Okay, ich komme erst im November nach Hause. (#3)

- Sticker (#4)

Mutter: Zwei Personen? (#5)

Tochter: Ich (#6)

Mutter: 😊😂😂 (#7)

Tochter: Sticker (#8)

Mutter: In dem Bild gibt es keine zwei Personen? (#9)

142 Die Web-2.0-Plattform Douban wurde 2005 gestartet und ist eine berühmte chinesische Website, die als Online-Datenbank und soziales Netzwerk dient. Auf dieser Plattform können registrierte Benutzerinnen in verschiedenen Themengruppen online diskutieren, Bücher, Filme und Musik rezensieren, Fotos, Bilder und Artikel posten und aktuelle Live-Aktivitäten in Städten organisieren.

143 Siehe https://www.douban.com/gallery/topic/165829/?dt_dapp=1&dt_platform=com.douban.activity.wechat_friends (letzter Zugriff am 30.04.2023).

Dieser Dialog¹⁴⁴ findet zwischen Mutter und Tochter statt. In Nachricht #4 sendet die Tochter einen animierten Sticker, auf dem Laa-Laa und Po¹⁴⁵ Hand in Hand fröhlich vorwärts gehen. Durch das Aufbauen der Assoziation zwischen dem Gehen, der fröhlichen Emotion und den beiden Figuren möchte die Sticker-Senderin ihrer Mutter mitteilen, dass sie sich auf ihre Heimkehr freut. Ihre Mutter aber konzentriert sich auf die Zahl der Figuren im Sticker und fragt ihre Tochter, ob sie zu zweit kommen werde. Die Tochter interpretiert dies als eine Frage, ob sie mit ihrem Freund anzureisen gedenkt. Nachdem sie ein „ich“ in #6 versendet hat, fügt sie in #8 noch einen Hund-Sticker hinzu. Darauf weist dieses Bildzeichen in #8 hin: Er spielt auf den chinesischen Jugendslang „Single Dog“ für eine alleinstehende Person an.¹⁴⁶ Die Mutter versteht diesen Sticker allerdings nicht vollständig und bleibt auf den Sticker mit den zwei Teletubbies fixiert.

Das Verstehen einer Kommunikationsaufgabe präsentiert sich für Bildzeichen-Senderin und -Empfängerin unterschiedlich. Daher argumentiert Kielholz (2008: 44), dass die Komplexität einer Kommunikationsaufgabe stets sowohl aus der Perspektive der Absenderin als auch der Rezipientin betrachtet werden solle. Es sei durchaus möglich, dass die Senderin ihre Botschaft als „unproblematisch“ erachte und sie bedenkenlos übermittle, während die Adressatin hingegen unterschiedliche Aspekte wahrnehme und infolgedessen mit Unmut und Ablehnung reagiere. Beim Einsatz der Bildzeichen hat die Senderin in der Regel eigene Intentionen bezüglich der Bedeutung und der gewünschten Wirkung, was bei der Rezipientin nicht zwangsläufig der Fall ist. Die Rezipientin interpretiert die Bildzeichen einerseits basierend auf dem Kontext des Chats und andererseits auf ihrem relevanten Wissensvorrat und ihrer Fähigkeit, multimodale Kommunikation zu verstehen. Das einschlägige Hintergrundwissen ist dynamisch und schafft die notwendige Voraussetzung für die Rezeption

144 Dieser Dialog stammt von der Douban-Nutzerin 元气野生嗷呜呜 (Yuan Qi Ye Sheng Ao Wu Wu), hochgeladen am 10.12.2020 in der Diskussion.

145 Zwei Figuren aus der Kinder-Fernsehserie „Teletubbies“.

146 Viele junge Chinesinnen nennen sich selbst Fach + Hund, Zustand + Hund, Arbeit + Hund usw. Einerseits sind Hunde im Chinesischen positiv konnotiert, andererseits drückt die Bezeichnung „Hund“ aber auch Unzufriedenheit oder Ironie aus. Beispiele hierfür sind Überstunden-Hund (Personen, die gegenwärtig oder häufig länger arbeiten als vorgesehen) und Deutsch-Hund (Individuen, deren Tätigkeit mit der deutschen Sprache in Verbindung steht, oder Studentinnen, die Germanistik studieren).

und Reaktion der Adressatin in der Interaktion. So argumentiert Dudzik (2017: 4):

„Zum einen ist dieses Wissen veränderlich, weil es zahlreichen Modifikationen unterliegt, d. h. es wird ständig aktualisiert und erweitert. Zum anderen ist es verstehensrelevant, man benötigt das Wissen, um einen Ausdruck korrekt zu verstehen und zu gebrauchen“.

Ferner vollzieht sich Messenger-Kommunikation oft quasi-synchron, und ihr Fortgang wird von Chatterinnen in der wechselseitigen Interaktion bestimmt. Ein falsches oder ungeeignetes multimodales Verstehen führt nicht unbedingt zum Scheitern des Dialogs, sondern kann die thematische Kommunikationsrichtung ändern. Ein Gesichtsverlust oder eine anderweitige negative Auswirkung auf die soziale Nähe der Interaktantinnen geht damit nicht zwangsläufig einher. Das stellt einen großen Unterschied zur monologischen Kommunikation dar: Scheitert das multimodale Verstehen etwa von Werbungen oder Anleitungen, können daraus gravierendere negative Folgen hervorgehen.

Beispiel 40:

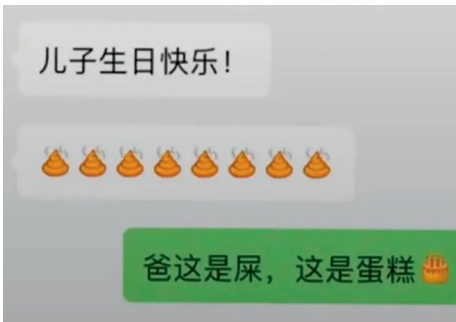


In diesem Dialog¹⁴⁷ sendet die Tochter ihrer Mutter einen Sticker, auf dem eine ausdruckslose Person in einer Tränenpfütze liegend weint. Die Einleitung der Kommunikation mit diesem Sticker sollte eine Emotion übermitteln und die Stimmung der Kommunikation andeuten.

Aber die Mutter als Dialogpartnerin hat diesen Sticker missverstanden und fragt daraufhin: „Schätzchen, schläfst du so früh?“. Ein derart fehlerhaftes multimodales Verstehen lenkt den Dialog in eine Richtung, die von der ursprünglichen Intention der Dialoginitiatorin abweicht.

147 Dieser Dialog wurde von der Douban-Nutzerin 好cì的不得鸟儿 (Pinyin: hǎo cì de bù dé niǎo er) am 13.11.2020 in der Diskussionsgruppe hochgeladen.

Beispiel 41:



Der Dialog¹⁴⁸ handelt von einem Geburtstagsgruß eines Vaters an seinen Sohn. In der ersten Nachricht schreibt Letzterer: „Sohn, herzlichen Glückwunsch zum Geburtstag!“. Anschließend folgen acht <💩>-Emojis als Ergänzung zum textuellen Inhalt. In der dritten Nachricht ant-

wortet der Sohn darauf: „Papa, das ist ein Haufen Scheiße, das ist Torte <🍰>“. Aus dieser peinlichen falschen Verwendung der Bildzeichen seitens des Vaters ist zu schließen, dass dieser nicht sehr vertraut mit der digitalen schriftbasierten Kommunikation ist und wahrscheinlich nur geringe Kenntnisse über piktorale Elemente im Internet hat. In diesem Dialog besteht eine Diskrepanz zwischen dem textuellen Inhalt und den Bildzeichen, die der Vater verwendet, wodurch eine negative Wirkung in der Interaktion entsteht. Solche fehlende multimodale Kompetenz kann zu Mehrdeutigkeit, scheiternder Kommunikation oder sogar einer Verschlechterung des interpersonellen sozialen Lebens beitragen.

Neben mangelnder multimodaler Kompetenz vermögen auch persönliche Verwendungsgewohnheiten oder Präferenzen eine unharmonische Beziehung zwischen Text und Bildzeichen zu verursachen. Das chinesische Beispiel 42 und das deutsche Beispiel 43 illustrieren dies im Folgenden.

148 Dieser Dialog wurde von der Douban-Nutzerin 果宾 (Pinyin: guǒ bīn) am 02.11.2020 in der Diskussionsgruppe hochgeladen.

Beispiel 42:

宝贝，我想跟你说.....其实我去上海睡了

????

对 我上次没说 但是我今天想说了.....

我还是挺喜欢他的...

What? ? ?

就是我觉得他全程真的很尊重女生的感受!


WOW~!

22:19

呜呜呜呜呜 怎么办 其实他并不喜欢我，我知道

没关系啊 你也不在乎他喜欢不喜欢你

可我还是希望他喜欢我的....

emmm...





我下周还想去上海找他

啊.....

别说了，拿去吧



你能不能再发表情了!

我想让你说话!! okay??


来了

22:25

别生气!! 我打字!

Übersetzung

Y: Baby, ich möchte dir sagen..... Tatsächlich habe ich mit *Name eines Mannes* in Shanghai geschlafen (#1)

W: ??? (#2)

Y: Ja, ich habe dir das letztes Mal nicht gesagt, aber heute möchte ich mich mit dir aussprechen 🗨️ (#3)

- Ich mag ihn eigentlich..... (#4)

W: 🐱 (#5)

- Sticker (#6)

Y: Ich finde, dass er vor dem Gefühl der Frau im ganzen Vorgang Respekt hat! (#7)

W: Sticker (#8)

Y: wuwuwuwu (chinesische Onomatopoesie für Weinen) was soll ich machen? Eigentlich mag er mich nicht, ich weiß 🗨️ (#9)

W: Mach nichts. Es ist dir egal, ob er dich mag oder nicht (#10)

Y: Aber ich hoffe, dass er mich mag... (#11)

W: Sticker (#12)

Sticker (#13)

Y: Nächste Woche möchte ich ihn wieder in Shanghai besuchen (#14)

W: Ah... (#15)

- Sticker (#16)

Y: Kannst du die Bildzeichen nicht mehr schicken! (#17)

- Ich möchte, dass du mit mir schreibst! Okay?? (#18)

W: Sticker mit dem Schriftzeichen „Ich komme, ich komme“ (#19)

W: 22:25

- Sei nicht sauer!! Ich tippe! (#20)

Dieser Dialog, der sich mit einer Dating-Geschichte und dem Kummer der Erzählerin (Y) befasst, findet zwischen zwei engen Freundinnen statt. Y teilt ihrer Freundin W intime Gedanken mit und offenbart ihr in mehreren Textnachrichten ihre Gefühle und ihren Kummer. Im Unterschied dazu bestehen die Reaktionen der Freundin vor allem aus verschiedenen piktoralen Elementen, woraufhin Y am Ende des Dialogs verärgert wird. Beachtenswert ist, dass dieser Dialog in einem recht kurzen Zeitraum und mit einem lediglich fünfminutigen Abstand zwischen den beiden letzten Beiträgen verläuft.

Die Beiträge der rechten Schreiberin auf dem Screenshot stellen sich in chronologischer Reihenfolge wie folgt dar: Vier Fragezeichen (#2) markieren den Einstieg in den Dialog und zeigen ihre Überraschung über den Nachrichteninhalte. In Nachricht #5 wird zuerst ein Emoji < 🐱 > und im Anschluss ein Sticker (#6) geschickt, der eine Katze mit missmutiger Mimik zeigt. Aus dem Kontext geht hervor, dass das Emoji in Bezug auf Nachricht #3 („aber heute möchte ich mich

mit dir aussprechen“) steht, während der Katzen-Sticker mit dem Text „What???“ zur Rückmeldung auf Nachricht #4 dient. Mit dem Sticker eines Jungen, der „Wow“ (#8) sagt, gibt die Rezipientin einen positiven Kommentar zur Erzählung über einen Vorzug des besagten Mannes ab (#7). Der Hunde-Sticker mit dem Text „emmm“ steht potenziell für eine zurückhaltende Reaktion, während der darauf folgende Sticker mit bedauerndem Gesichtsausdruck normalerweise Sympathie und Mitleid ausdrückt. Interessant ist der Sticker in Nachricht 16, der sich aus einem Emoji mit erleichtertem Gesicht und einem Durex-Kondom zusammensetzt. Dieser Sticker stellt eine Handlung dar, bei der W der Geschichtenerzählerin ein Kondom gibt und die Schriftzeichen auf dem Sticker die Botschaft „sag nichts, nimm es einfach“ vermitteln. Nachfolgend äußert die Erzählerin ihre Unzufriedenheit darüber, dass ihre Dialogpartnerin hauptsächlich mit Stickern kommuniziert und fordert sie auf, stattdessen textuell zu antworten. In Nachricht #19 schickt W erneut einen Sticker mit einer auf die Betrachterin zulaufenden Katze sowie den Schriftzeichen „ich komme, ich komme“. Nach fünf Minuten ohne Antwort von Y vermutet W, Y sei sauer auf sie. Obwohl sie in Nachricht #20 versprochen hatte, dass sie im weiteren Dialog schreiben würde, bekommt sie an diesem Tag keine weitere Antwort mehr von der Erzählerin.

Der Gebrauch verschiedener Sticker als Reaktionen ist eng an den Kontext gebunden und orientiert sich stets an den vorherigen Beiträgen. Jeder einzelne Beitrag ist als eine aktive Teilnahme an der Kommunikation zu betrachten. Dennoch können fast alle ausschließlich stickerbasierten Reaktionen anstelle textueller Rückmeldungen wahrscheinlich als negative und halbherzige Beteiligung an dem Dialog und sogar als Vertröstung auf die Äußerungen der anderen Schreiberin angesehen werden. Im Allgemeinen liegt der Nachteil „rein textbasierter Kommunikation“ in fehlenden „emotionalen Aspekten[n]“, während der Nachteil rein bildlicher Kommunikation in der unzureichenden Beschreibung komplexer Sachverhalte besteht (vgl. Kielholz 2008: 20). In quasi-synchroner Kommunikation kann jedoch eine rein bildbasierte Kommunikation ebenfalls ihren Sinn erhalten, sofern sie einen Konsens zwischen den beiden Dialogbeteiligten herzustellen vermag (siehe „Duell mit Bildzeichen“ im Teil 9.4). Das vorliegende Beispiel zeigt eine andere kommunikative Situation, in der eine Chatterin ernsthafte textuelle Erklärungen eintippt, während der Botschaften-Output der anderen Schreiberin in Stickern besteht. Eine

derartige Bildzeichenverwendung in dieser Situation hat vor allen Dingen negative Auswirkungen: Zum einen wird der Dialog plötzlich von der Initiatorin beendet, und aufgrund der stetigen Bildzeichen besteht eine Lücke in der Informationsübermittlung, sodass die Botschaften nicht wie gewünscht rezipiert werden. Zum anderen kann digitale Interaktion zwar zur Beziehungspflege beitragen, aber in diesem Kontext ist es offensichtlich, dass dieser Dialog an dieser Aufgabe gescheitert ist.

Beispiel 43: MoCoDa 2 #lbLgN

So. 20. Okt. 2019

Lilly
Ja 🍷 #1 12:12

Lilly
Spielt ihr auf der Asche oder da auf dem großen Feld? #2 12:16

Tom
Glaub asche #3 12:16

Lilly
Okay 🍷 #4 12:17

Lilly
Was ist los? #5 12:20

Lilly
👍👍 #6 12:22

Tom
Ich fand die Antwort darauf mit dem Daumen scheisse #7 12:23

Lilly
Das war nicht mal so gemeint #8 12:24

Lilly
Einfach nach dem Motto ja okay #9 12:24

Lilly
Ich meine ich muss auch nich was für die Uni machen deshalb verstehe ich das ja auch #10 12:25

Lilly
*noch #11 12:25

Tom
Ja aber ich hasse diese daumen Antwort #12 12:25

Lilly
Ja Entschuldung #13 12:25

Lilly
🍷 #14 12:25

Lilly
War wirklich nicht so gemeint #15 12:26

Tom
Ich mein man kann das ja bei anderen machen, aber ich würde das nie bei dir machen, weil ich das herabstufend finde und ich dich nicht herabstufen will #16 12:26

Individuelle Zuneigung und Abneigung gegenüber einem bestimmten Emoji-Gebrauch können auch deutlich von konventionell erwartbaren Einstellungen abweichen. Daran zeigt sich, wie sehr das Verständnis und die Akzeptanz von Emojis von solchen Einstellungen abhängen. In diesem Beispiel antwortet Lilly auf die Planänderung von Tom mit dem Daumen-hoch-Emoji <👍>. Daraufhin zeigt sich Tom verärgert und unzufrieden. Anhand der weiteren Diskussion geht hervor, dass das persönliche Verständnis für das <👍>-Emoji ganz unterschiedlich ausfällt. Tom empfindet es als herablassend, obwohl Lilly dies nicht in dieser Weise gemeint hat. Obzwar sich die persönlichen Interpretationen und Verwendungsweisen bestimmter Bildzeichen oftmals stark gleichen, können verbale und non-verbale Handlungen von Interaktantinnen unterschiedlich aufgefasst werden, was potenziell sozial nachteilig sein kann.

9.3 Bildzeichen im Einzel- und Gruppendialog

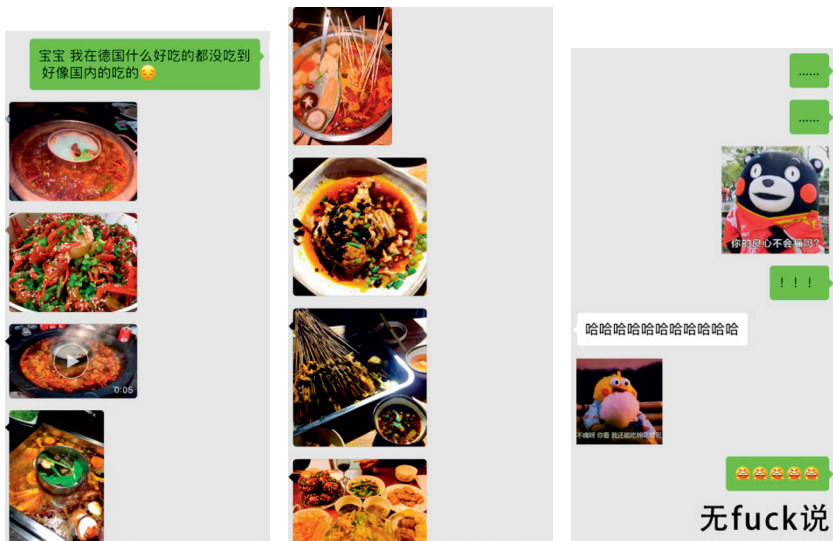
Die untersuchten Dialoge sind Komplexe aus Text- und Bildelementen. Die Verwendung von Bildzeichen divergiert je nach sozialen Beziehungen der Interaktantinnen und den unterschiedlich zugänglichen kommunikativen Räumen. Die Untersuchung von Bildzeichen in Messenger-Diensten sollte nicht auf die Bildzeichen selbst beschränkt werden, sondern auch auf Basis der kulturellen und kommunikativen Besonderheiten erfolgen, die durch verbale und nonverbale Inhalte zum Ausdruck kommen. Daneben kann der Bildzeichengebrauch nicht ohne Rücksicht auf seinen Kontext untersucht werden. In Einzel- und Mehrparteien-Dialogen in WeChat und WhatsApp führe ich die Bildzeichen-Verwendungen detailliert aus. Der Schwerpunkt liegt auf kulturellen und kommunikativen Phänomenen, wie beispielsweise den Graden von Formalität und Informalität, den Kommunikationsthemen sowie der Selbstpositionierung und Identitätsstiftung der Schreiberinnen in den beiden Kulturen.

9.3.1 Einzel- und Gruppendialog in WeChat

Aus den verfügbaren Daten werden fünf WeChat-Dialoge ausgewählt, um in bilateraler Kommunikation die Bildzeichen-Verwendung zwischen Chatterinnen mit verschiedenen sozialen Beziehungen zu untersuchen. Dazu zählen drei informelle Dialoge zwischen engen Freundinnen oder Bekannten und zwei relativ formelle Dialoge zwischen Studentinnen und Professorinnen. Im Mehrparteien-Dialog werden fünf Dialoge mit unterschiedlichem Öffentlichkeitsgrad ausgewählt: vier Chats in einer Gruppe von über 400 Personen und ein eher formeller Arbeitsgruppenchat mit ungefähr 20 Mitgliedern.

Im chinesischen digitalen Schreiben ist das Phänomen weit verbreitet, dass ein Sticker reichhaltige sprachliche Zeichen enthält und zusammen mit anderen textuellen Postings eine multimodale oder bimodale Kommunikation bildet. Die folgenden Beispiele 44 und 45 zeigen dies mit unterschiedlichen Kulturspezifika.

Beispiel 44:



Übersetzung:

A: Baby, ich habe noch nichts Leckerer in Deutschland gegessen. Ich vermisse das Essen in China so sehr 😊 (#1)

B: Sieben Bilder und ein Video (#2-#9)

A: (#10)

A: (#11)

A: Sticker (#12)

A: !!!! (#13)

B: hahahahahahahahaha (#14)

B: Sticker (#15)

A: 😂😂😂😂😂 (#16)

A: Schriftlicher Sticker (#17)

In diesem Dialog schreibt eine Austauschstudentin in Deutschland an ihre Freundin über ihre Sehnsucht nach chinesischem Essen. Am Ende der Nachricht wird ein freudloses Emoji <😞> mitgeschickt, das für das Bedrücktsein der Schreiberin steht. Nachdem ihre Freundin sieben Bilder und ein Video von chinesischem

Essen geschickt hat, reagiert die Dialoginitiatorin darauf zweimal mit einer Reihe von Auslassungspunkten in #10 und #11, einem Sticker sowie drei Ausrufezeichen, was ihre Überraschung, Unzufriedenheit und Sprachlosigkeit zum Ausdruck bringt. Bei dem ersten Sticker in #12 handelt es sich um ein Kumamon mit chinesischen Schriftzeichen. Dieses bedeutet „Hast du keine Gewissensbisse deswegen?“, was als scherzhafter Vorwurf zu verstehen ist. Der zweite Sticker in #15 ist die Reaktion auf den Sticker ihrer Freundin und zeigt einen

Papagei mit Schriftzeichen: „Nein, schau mal, ich esse noch Zuckerwatte.“ Danach schickt die Bildrezipientin den letzten Sticker in diesem Dialog, der nur aus Text (Hanzi und ein englisches Wort) besteht. Der Inhalt „无fuck说“ (wú **fuck** shuō) ist eine Internet-Variante der chinesischen Redensart „无话可说“ (wú **huà kě** shuō), deren ursprüngliche Bedeutung „Ich habe nichts zu sagen“ ist. Die Aussprache des zweiten und dritten Schriftzeichens ähnelt der des englischen Wortes „fuck“. Die erste Schreiberin ersetzt das zweite und dritte Zeichen mit „fuck“. Einerseits wird dadurch die Bedeutung „Ich habe nichts zu sagen“ ausgedrückt, andererseits spielt „fuck“ in diesem Kontext eine wichtige Rolle, denn es steht auf eine spaßige Weise für Unzufriedenheit und Ärger.

Im digitalen Schreiben ist das Phänomen weit verbreitet, ein englisches Wort oder lateinische Buchstaben in chinesische Redensarten einzubetten, um chinesische Zeichen mit ähnlicher Aussprache zu ersetzen und damit eine neue Form dieser chinesischen Formulierung zu bilden. Solche sprachlichen Phänomene wie 无fuck说 werden von Li und Zhu als „transcribing“ (sic) bezeichnet:

„We use the term transcribing to refer to the linguistic practice of creating a script with elements from different writing systems, such as Chinese and English, or by mixing conventional language scripts with other symbols and signs including emoji. As in translanguaging, the trans-part of the term is about transcending, i.e. going beyond, the conventional scriptal systems, and -ing emphasises the temporal nature, the instantaneity, of the practice.“ (Li/Zhu 2019: 151)

Wie Li und Zhu erläutern, findet sich diese Praxis nicht nur in der Kombination zwischen verschiedenen Schriftsystemen, sondern auch von verschiedenen Zeichentypen, wie Schriftsprache und Emojis. Ähnliche, als Sticker in der digitalen Kommunikation verbreitete Formulierungen sind z.B. 关你 peace (guān nǐ **peace**) = 关你屁事 (guān nǐ **pì shì**, Es hat nichts mit dir zu tun.) oder 哈哈怎么都 coach 不清 (hā hā zěn me dōu **coach** bù qīng) = 哈哈怎么都口齿不清 (hā hā zěn me dōu **kǒu chǐ** bù qīng, Haha wieso stotterst du?) (vgl. Li/Zhu 2019: 152–153). In diesem Zusammenhang entfalten sich Emojis ebenfalls im Transkription-Phänomen. So ähnelt in der häufig verwendeten Formulierung 你在想 <🍑> (nǐ zài xiǎng <🍑>) die englische Aussprache „peach“ der chinesischen Aussprache von 屁事 (pì shì), wörtlich „Furz-Sache“. Dabei wird dieser vulgärsprachliche Ausdruck

durch <🍑> ersetzt und die Formulierung „Was für einen Dreck denkst du“ auf eine relativ „zivilisierte“ Weise im digitalen Schreiben zum Ausdruck gebracht.

In Beispiel 45 bestehen zwei Sticker nur aus Schriftzeichen, aber sie werden wie piktorale Sticker im Dialog verwendet und bilden zusammen mit anderen verbalen Äußerungen eine bimodale Kommunikation.

Beispiel 45:

我们十二级台风!!

没事儿, 你胖 😊

友谊的小船说翻就翻

我对你的疼爱
已经到了尽头

Übersetzung

A: Unser Taifun hat schon Stärke 12!! (#1)

B: Keine Sorge, du bist fett 😊 (#2)

A: Schriftlicher Sticker (#3)

Schriftlicher Sticker (#4)

Die Dialoginitiatorin nennt die Stärke des Taifuns, den sie gerade erlebt, und beschreibt damit eine Tatsache. Die andere Schreiberin weiß, dass A ihr lediglich berichten möchte, was gerade passiert. Dennoch reagiert sie mit dem Satz „Keine Sorge, du bist fett“ mit einem lächelnden Smiley <😊>,¹⁴⁹ der die Ironie der Aussage impliziert. Damit drückt diese Schreiberin aus, dass A aufgrund ihrer fülligen Figur unmöglich von dem Taifun weggeblasen werden kann. Die Reaktion von A in #3 ist nur ein schriftlicher Sticker mit neun chinesischen Schriftzeichen und bedeutet „Das kleine Schiff der Freundschaft kentert leicht“.¹⁵⁰ Daraufgehend schickt A einen weiteren

149 Das <😊>-Emoji spielt im chinesischen WeChat-Kontext eine besondere Rolle. Als das erste Emoji auf dem Emoji-Interface auf der virtuellen Tatstatur wird es häufig benutzt, um eine professionelle und zugleich freundschaftliche Beziehung zu pflegen. Seit 2015 wird dieses Emoji als ein gezieltes Lächeln und ein Zeichen für oberflächliche Höflichkeit, gar als Bedrohung von der jüngeren Generation angesehen. Zu diesem Emoji merkt Zhang (2018) an: „DO NOT use this with friends (unless you are over 40), otherwise your friend will think you are trying to end the friendship by treating them like a stranger.“

150 Diese Formulierung stammt aus Comics von einem chinesischen Karikaturisten und verbreitete sich über sein offizielles Konto in WeChat seit 2016. Der voll-

schriftlichen Sticker, der bedeutet, dass die Liebe von ihr zu der Dialogpartnerin schon zu Ende geht. Damit zeigt sie ihre Unzufriedenheit mit der scherzhaften Beleidigung.

Ein sehr interessantes Phänomen in diesem Dialog ist die „mock impoliteness“. Dieser Begriff wurde von Geoffrey Leech¹⁵¹ für Fälle geprägt, in denen eine Person etwas sagt, was offensichtlich unwahr oder unhöflich ist, und dabei vorgibt, es sei wahr und höflich (vgl. Haugh/Bousfield 2012: 1100–1101).¹⁵² In deutschsprachigen Untersuchungen bezeichnet Bonacchi (2014a; b) diesen Sachverhalt als „Scheinbeleidigungen“, ein „freundliches, scherzhaftes Beschimpfen“, das durch eine „beleidigende Äußerung“ von der Interaktantin vermittelt wird (Bonacchi/Andreeva 2017: 345). Im chinesischen Kontext manifestiert sich die Scheinbeleidigung, wie in Beispiel 45 dargestellt, in Form von humorvollen Drohungen, Warnungen, Spöttereien, unhöflichem Geplänkel usw. Dabei zielt die illokutionäre Funktion auf Scherz und Unterhaltung ab. Die Scheinbeleidigung als solche zu erkennen setzt drei Aspekte voraus: ausreichende soziale Nähe zwischen den Interaktantinnen, Kenntnisnahme über „den äußeren und inneren Kontext“ (Bonacchi 2014b: 347) und erfolgreiches multimodales Verstehen. Das Hauptkriterium dafür, ob die Adressatin eine solche Äußerung als wirklich unhöflich auffasst und sich beleidigt fühlt, ist die soziale Beziehung zwischen den Schreiberinnen. Je enger die Beziehung zwischen den Schreiberinnen, desto weniger beleidigend wirken solche Äußerungen. Es kommt ebenfalls vor, dass Scheinbeleidigungen in der Interaktion wechselseitig vorkommen (vgl. Culpeper 2011: 215),¹⁵³ und zwar in lokal organisierten Turn-für-Turn-Dialogen. Im chinesischen Kontext wird dies als „Hu Dui“

ständige Ausdruck ist „Das kleine Schiff der Freundschaft kentert leicht, das große Dampfschiff sinkt leicht“.

151 Leech (1999: 144) sieht einen engen Zusammenhang zwischen dem Ironie-Prinzip und *mock impoliteness* und stellt ebenfalls den Paarbegriff „mock politeness“ und „mock impoliteness“ auf: „[W]hile irony is an apparently friendly way of being offensive (mock politeness), the type of verbal behavior known as banter is an offensive way of being friendly (mock impoliteness)“.

152 Zu weiteren Auseinandersetzungen mit *mock impoliteness* siehe auch Culpeper (2011), Bousfield (2008), Bonacchi/Andreeva (2015).

153 Culpeper (2011: 215) identifiziert drei Funktionen der Scheinbeleidigung: (1) „mock impoliteness for solidarity reinforcement takes place between equals, typically friends, and is reciprocal“; (2) „cloaked coercion seems to relate more to power relations“; (3) „exploitative entertainment involves pain for the target but pleasure for other participants“.

(Deutsch: gegenseitige Beleidigung; Chinesisch: 互怼) bezeichnet. Äußert eine Schreiberin Beleidigungen, antwortet die Adressatin mit einem Gegenangriff, wobei dieses Hin-und-Her-Format häufig lokal mit dem vorhergehenden Beitrag verbunden ist (vgl. Zhao 2020: 52). Mit dem folgenden Beispiel wird dieses kommunikative Phänomen weiter erläutert.

Beispiel 46: XISU #E-SS-Verhöhnern-002



Übersetzung

X: -Sticker (#1)

- Sieh dir dieses Kind an (#2)
- Ein Haar auf dem Kopf (#3)
- Ähnlich wie du? (#4)

Y: - ??? (#5)

- Sticker (#6)

- Ich bin schon sauer (#7)

- Sticker (#8)

X: Jetzt verärgere ich dich häufig (#9)

- Aber du bist wie alte Eltern (#10)
- Schaffen eine Reaktion beim besten Willen nicht (#11)

Y: ? Du bist giftig. (#12)

X: Du schaffst es nicht (#13)

Y: Schlage ich dich tot! (#14)

X: -Hahahahahahahahaha (#15)

- Ich ärgere dich zu Tode! (#16)

Dieser Dialog findet zwischen zwei Mitbewohnerinnen statt, die seit vielen Jahren zusammenwohnen und eine enge Beziehung miteinander pflegen. X initiiert den Dialog mit einem Sticker. Auf diesem ist ein Cartoon-Tier mit einem einzelnen Haar auf dem Kopf und drei Fragezeichen darüber abgebildet. Die von der Designerin angegebene Bedeutung ist „Frage“ oder „Zweifel“. Im gegebenen Kontext dient er jedoch dazu, eine Ähnlichkeit zwischen der Dialogbeteiligten und der Sticker-Figur zu behaupten: Y habe so wenige Haare wie die Sticker-Figur (Nachricht #1–4). Animierte Sticker in den Nachrichten #4 und #8 verweisen auf Schlägereien, mit denen Y auf die Provozierung und Verspottung reagiert. Die Beiträge beider Parteien sind scheinunhöfliche Interaktionen: vom Sticker mit der einhaarigen Ente über die Reaktionen der animierten Sticker, die gewalttätige Handlungen darstellen, bis hin zu Beiträgen, in denen eine Person droht, die andere zu erschlagen, während die andere ankündigt, ihre Dialogpartnerin zu Tode zu ärgern. „Hu Dui“ – diese Interaktion mit scheinbar unhöflicher Oberfläche – gilt als eine Art von interaktiver Ritualpraxis im chinesischen Kulturkreis, bei der zwei Dialogbeteiligte sich wiederholt scherzhaft reziprok „beleidigen“ (vgl. Zhao 2020: 49).

Einerseits dient Hu Dui in der interpersonalen Interaktion als phatisches Signal zwischen Interaktantinnen mit sozialer Nähe, das dazu beiträgt, die soziale Distanz zu verringern und die zwischenmenschliche Beziehung zu verstärken. Andererseits soll Hu Dui amüsieren, da die beiden Schreiberinnen sich gut unterhalten und eine humoristische und beziehungsstärkende Interaktionsweise genießen. Daher verleiht das Ritual des Hu Dui dem Diskurs eine gespielte oder spielerische Qualität (vgl. Zhao 2020: 57). Die letzten drei Einzelkommunikationen fanden zwischen Freundinnen mit symmetrischer Beziehung in einer informellen Kommunikationssituation statt. Im Folgenden werde ich mit den Beispieldialogen 47 und 48 von einer Absolventin und einem Professor erörtern, wie die Einzelkommunikation in der chinesischen asymmetrischen Beziehung konstruiert wird.

Beispiel 47: XISU #E-LS-Glückwunsch-006



Übersetzung

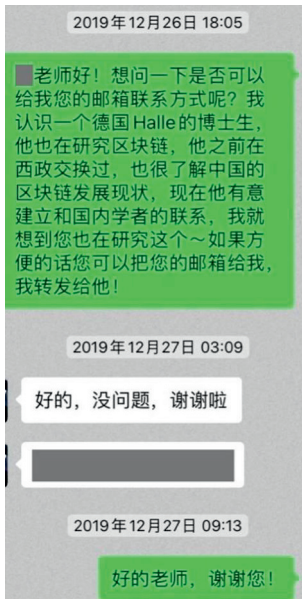
Absolventin W: Nachname(L)-Lehrer, frohes Neues Jahr! 🌸🌸🌸 Ich wünsche L-Lehrer im Neuen Jahr viel Erfolg in der Arbeit und Gesundheit! Ich werde weiter von L-Lehrer lernen! ❤️ (#1)

Professor L: Danke W-Studentin, ich wünsche dir ein frohes neues Jahr. Wie die Wellen des Jangtse stromaufwärts seine Wellen stromabwärts schieben! (#2)

Absolventin W: Hahaha, seien wir gemeinsam froh, L-Lehrer! 🌸🌸🌸 (#3)

Professor L: 🌸🌸🌸 (#4)

Beispiel 48: XISU #E-LS-Fragen-020



Übersetzung

Absolventin W: 26.12.2019 18:05
- Guten Tag, L-Lehrer! Ich möchte Sie fragen, ob Sie mir ihre E-Mail geben könnten. Ich kenne einen Doktoranden in Halle, er erforscht auch Blockchain. Vorher hat er ein Austauschstudium an der Name-Universität absolviert und kennt den Stand der Entwicklung der chinesischen Blockchain gut. Er möchte sehr gerne Kontakt mit chinesischen Forschern aufbauen. Ich denke, dass Sie zurzeit auch diesen Bereich untersuchen ~ Falls es möglich wäre, können Sie mir Ihre E-Mail geben und ich leite sie an ihn weiter! (#1)

Professor L: 27.12.2019 03:09
- Okay, kein Problem, vielen Dank. (#2)
- E-Mail-Adresse (#3)

Absolventin W: 27.12.2019 09:13
Okay Lehrer, ich danke Ihnen! (#4)

Diese zwei vollständigen Dialoge mit unterschiedlichem Kommunikationsziel und -thema stammen von den gleichen Personen, einer Universität-Absolventin und einem Professor. Im sozialen Beziehungsgeflecht sind die beiden Interaktantinnen „nicht gleichberechtigt“ (Radtke 2011: 11). Zwischen Lehrerinnen und Studentinnen besteht primär eine „soziokulturelle und fachlich bedingte“ asymmetrische Beziehung¹⁵⁴ (Kiesendahl 2011: 53).

Im ersten Dialog (Beispiel 47) werden Glückwünsche zum chinesischen Neujahr ausgetauscht. Dabei verwendet die Absolventin Hug-Emojis und ein Herz-Emoji, während der Professor Händeschütteln-Emojis einsetzt. Im zweiten Dialog (Beispiel 48), der die Vermittlung einer dritten Person zum Thema hat, kommen keine Bildzeichen vor. Das Dialogthema „Glückwunsch“ dient vorrangig dem Beglückwünschen und der Beziehungspflege. Sein formeller Grad ist niedriger als in einem Dialog, der mit einem konkreten und deutlichen Inhalt beginnt. In diesem Sinne ist der Dialog über die Vermittlung des deutschen Bekannten an den Professor formeller als der Glückwunsch-Dialog. Dies führt zu zwei Annahmen: Erstens sind Bildzeichen in einem relativ formellen Kontext weniger häufig als im alltäglichen informellen Kontext. Zweitens sind Emojis in einer asymmetrischen Kommunikation häufiger als Sticker. Jedoch ist es notwendig, mehr Daten in solchem Kontext zu sammeln und zu analysieren, um zu verstehen, inwieweit diese beiden Annahmen die tatsächlichen Situationen wirklich widerspiegeln.

Welche Rolle spielen nun Bildzeichen im Dialog zwischen Interaktantinnen mit asymmetrischer Beziehung? In der asymmetrischen Kommunikation ist „ein höherer Status“ mit „mehr Macht und Einfluss“ gleichzusetzen (Becker 1994: 102). Wenn die Schreiberin mit höherer Position Emojis benutzt, wie die drei Händeschütteln-Emojis des Professors in Nachricht #4 in Beispiel 47, kann sie „mehr Einfluss

154 Henne/Rehbock (2001: 35) fassen vier Sorten des asymmetrischen sozialen Verhältnisses der Interaktantinnen zusammen. Die anthropologische Asymmetrie bezieht sich auf das unterschiedliche Alter; die soziokulturelle Asymmetrie handelt von den „institutionell und gesellschaftlich bedingten Konstellationen und Machtverhältnissen“; die fachliche oder sachlich bedingte Beziehung verweist „auf fachlichen und ausbildungsmäßigen Informations- und Wissensvorsprung“; bei der gesprächsstrukturell bedingten Form geht es um eine Kommunikation, „die, wie Interview und Befragung, durch die beiderseitig akzeptierte Gesprächsform eine spezifische Asymmetrie der Gesprächsführung“ erhält.

auf den Verlauf und das Ergebnis der Interaktion nehmen als d[ie] andere“ (Becker 1994: 84). Die Verwendung von Bildzeichen durch die Person mit höherer Position im Dialog könnte ein Signal dafür sein, dass dieser Dialog gut verläuft; diese Person reduziert damit ihre Macht und Kontrollbefugnisse wie auch den Stress, den das Gegenüber mit niedrigerer Position in einer solchen Kommunikation empfinden kann.

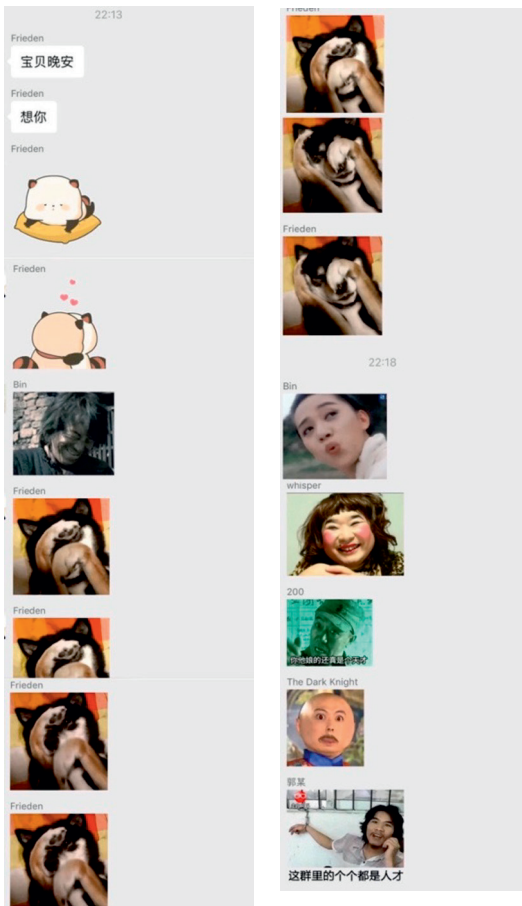
Zudem lässt sich anhand der Anrede in der asymmetrischen Kommunikation der beiden Beispiele erörtern, welche Unterschiede zu einer solchen Anrede im deutschen Kontext bestehen. Im ersten Dialog benutzt die Absolventin nach wie vor die Anredeform [Nachname + Beruf], in Nachricht #1 schreibt sie dreimal L-Lehrer und in #3 einmal, wodurch dem Respekt vor dem Professor durch die Betonung seiner sozialen beruflichen Identität mehr Nachdruck verliehen wird. Im zweiten Dialog siezt die Absolventin den Professor, wodurch Höflichkeit und Respekt gegenüber dem Höherstehenden gezeigt wird. Im Gegensatz dazu duzt der Professor die Absolventin im Glückwunsch-Dialog und verzichtet auf eine Anrede im zweiten Dialog. Mehrheitlich findet sich einseitiges Siezen in der chinesischen asymmetrischen Kommunikation in der Art und Weise, dass die Person mit niedrigerer Position diejenige mit höherer Position siezt, die jene wiederum duzt, wie die Anrede in Beispiel 47 und 48 zeigt. Im Gegensatz dazu wird in der deutschsprachigen Kultur von beiden Seiten entweder gesiezt oder geduzt, auch in der Kommunikation zwischen Studentin und Lehrerin. Einseitiges Siezen vonseiten der Studentin tritt selten auf. Im Vergleich mit der westlichen Kultur sind die „Hierarchien“ für die Regelung der chinesischen Gesellschaft¹⁵⁵ und zwischenmenschlicher Beziehungen von großer Bedeutung. Der Respekt vor „dem Älteren und Höhergestellten“ wird als eine „übertragende Tugend“ verstanden (Liang/Kamhuber 2007: 175). Einsei-

155 Die „Hierarchie“ im chinesischen Kulturkreis folgt den konfuzianischen fünf Kardinalbeziehungen (五伦, wǔ lún): (1) Herrscher – Untertan, (2) Vater – Sohn, (3) Älterer Bruder – Jüngerer Bruder, (4) Mann – Frau, (5) Freund – Freund. Vier der fünf traditionellen Kardinalbeziehungen (mit Ausnahme der symmetrischen freundschaftlichen Beziehung) sind hierarchisch. Sie basieren auf „Strenge und Fürsorge“ und sind dem „Respekt und der Loyalität“ verpflichtet (Liang/Kamhuber 2007: 174). Die in verschiedenen Beziehungen festgelegte Hierarchie unterscheidet Individuen nicht nach ihrem Wert, sondern zielt darauf ab, jedem eine formale Zuordnung des anständigen Platzes im Ganzen zu gewährleisten (vgl. Thomas et al. 2015: 44).

tiges Siezen und die Betonung der Anrede mit der Berufsbezeichnung in der asymmetrischen Kommunikation spiegeln ebenfalls die Befolgung dieser sozialen Hierarchie wider.

Nach der Betrachtung der chinesischen Eins-zu-eins-Kommunikation werde ich anschließend den Blick auf Gruppenchats im chinesischen WeChat wenden und die Kommunikation mit Bildzeichen im halböffentlichen Kreis (vgl. Dürscheid 2007a) (siehe Kapitel 6.2) analysieren. In Beispiel 49 verschickt ein Schreiber mit dem WeChat-Namen Frieden private Liebesnachrichten aus Versehen in einer Gruppe mit 495 Mitgliedern, was lustige Interaktionen mit umfangreichem Sticker-Austausch auslöst.

Beispiel 49:



Übersetzung

Frieden:

- Schätzchen, schlaf gut. (#1)

- Vermiss dich. (#2)

- GIF-Sticker (#3)

- GIF-Sticker (#4)

Bin: GIF-Sticker (#5)

Frieden:

- GIF-Sticker (#6)

- GIF-Sticker (#7)

- GIF-Sticker (#8)

- GIF-Sticker (#9)

- GIF-Sticker (#10)

- GIF-Sticker (#11)

- GIF-Sticker (#12)

Bin: GIF-Sticker (#13)

Whisper: GIF-Sticker (#14)

200: GIF-Sticker (#15)

The Dark Knight: GIF-Sticker (#16)

Guo: Sticker (#17)

Der WeChat-Nutzer Frieden¹⁵⁶ sandte fälschlicherweise seine privaten Nachrichten in der „Second-Hand-Gruppe von Freiburg“. Insgesamt zählt diese Gruppe 495 Mitglieder.¹⁵⁷ Die Nachrichten #1 bis #4 sind alle an sein „Schätzchen“ gerichtet und völlig privater Natur, inklusive zweier Küssen-Sticker. Dann schickt ein Mitglied namens Bin in Nachricht #5 ein GIF aus einem Film, bei dem ein Mann kichert – ein Hinweis, aber vor allem ein spöttischer Kommentar. Damit bemerkt Frieden, dass er sein privates ‚Liebesgeflüster‘ in einen halböffentlich Interaktionsraum gesendet hat. In den Nachrichten #6 bis #12 versendet die nun im Zentrum des Klatschs stehende Person einen animierten Sticker, bei dem ein Hund sich panisch mit seinen Vorderbeinen das Gesicht reibt. Die sechsmalige Wiederholung desselben Stickers vermittelt Scham und Verlegenheit des Senders für seinen Fauxpas. Nach einem weiteren spöttischen Sticker von Bin beteiligen sich weitere Gruppenmitglieder an diesem spaßigen Dialog, indem sie ebenfalls animierte Sticker aus bekannten Fernsehserien, Filmen oder Social News schicken. Hiermit entsteht eine Assoziation zwischen der verbreiteten Szene und momentanen Einstellungen. Zum Beispiel sendet Whisper in Nachricht #14 einen Sticker einer lachenden Person, die sich als Frau verkleidet; in #15 zeigt 200 einen Mann, der mit dem Finger auf die Betrachterin deutet und den chinesischen Untertitel „Du bist so ein verdammtes Genie“ trägt; in #16 schickt The Dark Knight einen Sticker des Qianlong-Kaisers,¹⁵⁸ dessen Gesicht vor Überraschung und Verwunderung stark aufgeblasen aussieht; schließlich sendet Guo einen Sticker in Nachricht #17, auf dem ein Mann im Gefängnis sitzt, mit dem Untertitel „In dieser Gruppe ist jeder ein verdammtes Genie“, was als Kommentar zu allen vorhergehenden Beiträgen angesehen werden kann. Dieser Mehrparteiendialog findet innerhalb von fünf Minuten statt. Der kurze Zeitraum und die vielen Beiträge zeugen von der starken Interaktivität dieser Gruppenkommunikation.

156 In der chinesischen Internet-Nutzung ist der Anmelde-name oftmals kein echter Name, sondern von der Nutzerin selbst für die bestimmte Applikation gewählt. In diesem Dialog sind alle diese WeChat-Namen der Dialogbeteiligten keine echten Namen. Das ist ebenfalls ein Unterschied zwischen den chinesischen und deutschen Messenger-Diensten.

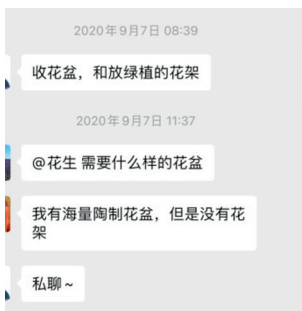
157 Wie in Teil 3.2.2 ausgeführt, kann ein Chat in einer WeChat-Gruppe von 500 Personen als halböffentlich gelten.

158 Qianlong (1711–1799) war der sechste Kaiser der Qing-Dynastie.

Wie in Teil 6.2 ausgeführt, kann Kommunikation als privat bezeichnet werden, wenn eine strenge Zugangsbeschränkung vorliegt und das Kommunikationsthema ganz persönlich ist (vgl. Dürscheid 2007a: 30; Landert/Jucker 2011: 1424). In diesem Sinne schlagen Heise/Schmidt (2014: 528) zwei Kategorien zur Abgrenzung von Privatheit und Öffentlichkeit vor, nämlich „Zugänglichkeit“ und „Sensibilität“. In diesem Dialog wurden den anderen, fremden Gruppenmitgliedern private Nachrichten zugänglich gemacht, deren Thema persönlich und sensibel ist, womit ein unbeabsichtigter Kontextwechsel von der Privatheit zur Halböffentlichkeit vonstattengeht. Dadurch fühlt sich Frieden peinlich berührt und beschämt, was durch eine Reihe von wiederholten Stickern (Nachrichten #6–#12) visualisiert wird, die nicht nur an Bin, sondern auch an die anderen Gruppenmitglieder, gleich ob Fremde oder Bekannte, gesendet werden. Die anderen Schaulustigen schicken Sticker als Rückmeldung an den verlegenen Frieden und nehmen so aktiv an dieser Interaktion teil. Die Sticker mit ähnlichem Stil und das konsequent scherzhafte Verhalten in diesem Gruppen-Dialog tragen ebenfalls zur gemeinschaftlichen Gruppenidentität bei.

Abschließend führe ich zwei Beispiele im Gruppenchat ohne Bildzeichen an, um die Kommunikation zum Scherzen (Beispiel 49) und zum Botschaftsaustausch (Beispiele 50 und 51) miteinander zu vergleichen. Ist im Verlauf einer Gruppenkommunikation deren Offenheit nicht mehr gewünscht, wird in manchen Fällen zur Einzelkommunikation übergegangen (siehe Beispiel 50). Überdies werde ich noch einen formellen Gruppenchat im Arbeitsbereich als Beispiel 51 diskutieren.

Beispiel 50:



Übersetzung

A: 07.09.2020 08:39

- Brauche Blumentopf und Blumenregal, auf das man eine Grünpflanze stellen kann. (#1)

B: 07.09.2020 11:37

- @A Was für einen Blumentopf? (#2)

C:

- Ich habe zahlreiche Blumentöpfe aus Keramik, aber Blumenregale habe ich keine. (#3)

A: - Privater Chat ~ (#4)

In diesem Dialog aus der Chatgruppe „Zürich Second Hand“ mit 500 Mitgliedern liegen keine Emojis vor. Er soll zeigen, dass die Schreiberinnen ihre halböffentliche Kommunikation in den privaten Bereich überführen können.

Nachdem A in der Gruppe eine Suche nach Second-Hand-Waren veröffentlicht hat, bekommt sie Rückmeldungen von zwei Gruppenmitgliedern. Danach signalisiert A, dass sie gerne direkt mit beiden Verkäuferinnen in Kontakt treten wolle. Im privaten Einzelchat kann sie sich mit den beiden Personen jeweils direkt austauschen und sich über die Waren informieren, ohne die anderen 498 Gruppenmitglieder einzubeziehen und womöglich zu stören.

Auffällig ist, dass die Kommunikationsweise der drei Personen darauf hindeutet, dass sie einander nicht kennen. Sie senden und beantworten Nachrichten immerhin in einer 500-Personen-Gruppe. In allen Nachrichten fehlen Personalpronomen, Begrüßung und Punkte am Satzende, und alle Sätze sind grammatisch unvollständig. Weiterhin benutzt A am Ende der vierten Nachricht eine Tilde (~), die das Punktzeichen ersetzt und zur Verniedlichung des Dialogtons nach dem Imperativsatz dient. Zudem setzen sie keine piktoralen Elemente in diesem kurzen Dialog ein. Die Interaktion zwischen Fremden – Chatterinnen mit großer sozialer Distanz – in einem halb-öffentlichen Kommunikationsraum ist in manchen Fällen formeller als bilaterale Kommunikation, wobei Schreiberinnen keine starken Bedürfnisse nach Beziehungsgestaltung haben. In diesem Fall ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie Bildzeichen verwenden, geringer. Jedoch müssen sie ihren Sprachstil nicht strikt beachten und nicht sehr formell formulieren. Dürscheid (2007a: 37) betrachtet solch eine „saloppe Ausdrucksweise“ als ein Merkmal der heutigen digitalen Kommunikation: Individuelle Kommunikation greift in einem Bereich, der weder ganz privat noch ganz öffentlich ist, eher auf „informellen Sprachgebrauch“ zurück, was zur „Verniedlichung“ (Dürscheid 2007a: 37) und zur verstärkten „Informalität in der interpersonalen Kommunikation“ (Dürscheid 2007a: 38) tendiert.

Beispiel 51:



Übersetzung

Flugdienstleiterin:

- @ Stewardess A @ Stewardess B @ Stewardess C
@ Stewardess D morgen fliegen wir 1607, folgen (dem Linienflug) 8911. @ Stewardess E fliegst du auch mit mir? (#1)

Stewardess B: Alles klar. (#2)

Stewardess A: Alles klar. (#3)

Stewardess C: Alles klar. (#4)

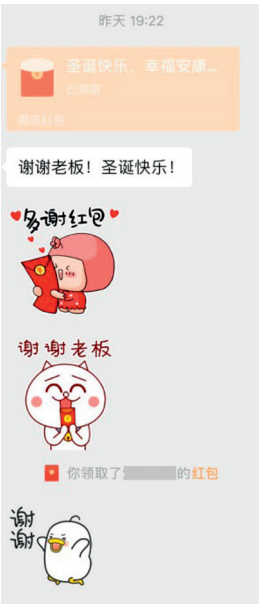
Stewardess E: Okay ältere Schwester, ich frage mal. (#5)

Stewardess D: Alles klar. (#6)

Dieser Dialog stammt aus einer Arbeitsgruppe von Angestellten einer Fluggesellschaft. Die Flugdienstleiterin teilt den aktualisierten Arbeitsplan in der WeChat-Gruppe zur Bestätigung mit und adressiert fünf Kolleginnen durch das @-Zeichen. Vier Gruppenmitglieder reagieren auf die Mitteilung mit der prägnanten Formulierung „alles klar“, was eine typische chinesische Antwort auf die Mitteilung im Gruppenchat ist. Stewardess E ist sich nicht sicher und antwortet, sie werde deswegen nachfragen. Bemerkenswert ist die Anrede „ältere Schwester“ für die Flugdienstleiterin. Darin bekundet „ältere“ Respekt vor der Vorgesetzten, und die Verwandtschaftsbezeichnung „Schwester“ im Berufsleben verkürzt die soziale Distanz zwischen ihnen. Die erste Nachricht wurde um 12:37 Uhr, die letzte Antwort um 12:47 Uhr gesendet. Die gesamte Interaktion vollzieht sich innerhalb von zehn Minuten und alle Angestellten benutzen eine kurze und prägnante Antwort. In dieser formellen beruflichen Kommunikation sind Klarheit und Effektivität von zentraler Bedeutung, während Emotionalität und zusätzliches Entertainment nachrangig sind. Daher wurden keine Bildzeichen geschickt, was einen Unterschied zwischen der formellen Arbeitsgruppe und der informellen Alltagskommunikation mit Freunden oder Familien markiert.

Das nächste Beispiel im chinesischen WeChat handelt vom Hong-Bao-Teilen zu Weihnachten, Hierin besteht ebenfalls ein großer Unterschied zum Weihnachtsfest im deutschsprachigen Kulturkreis.

Beispiel 52:



Übersetzung

Chefin: Roter Umschlag (#1)

A: Danke Chefin! Frohe Weihnachten! (#2)

B: Sticker mit Schriftzeichen „Danke für den roten Umschlag“ (#3)

C: Sticker mit Schriftzeichen „Danke Chefin“ (#4)

D: Sticker mit Schriftzeichen „Danke“ (#5)

E: Sticker mit Schriftzeichen „Frohe Weihnachten“ (#6)

F: Sticker mit Schriftzeichen „Merry Christmas“ (#7)

G: Danke Emoji (#8)

H: Danke Teigtäschchen-Schwester! Frohe Weihnachten! (#9)

I: Bild mit Text „Frohe Weihnachten (auf Chinesisch)“ „Merry Christmas“ (#10)

J: Danke Teigtaschen-Schwester (#11)

K: Sticker (#12)

L: Sticker mit Schriftzeichen „Danke“ (#13)

M: @Chefin~ Teigtaschen-Schwester danke für deinen großen roten Umschlag! Frohe Weihnachten! Möge Ihr Geschäft florieren! (#14)

Chefin: Ich wünsche allen frohe Weihnachten! Bleibt gesund. (#15)

N: Danke, Frohe Weihnachten! (#16)

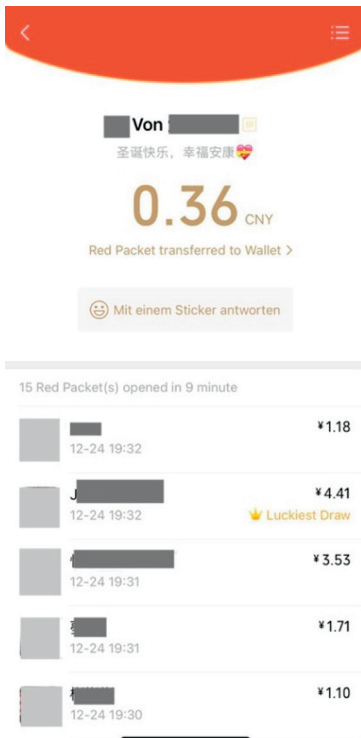


Abb. 76: Screenshot eines WeChat-Hong-Bao

Vor der Analyse dieses Gruppen-Diologs ist eine Einführung in den Brauch des Hong Bao (Roter Umschlag) erforderlich. In der chinesischen Kultur besitzt Hong Bao eine lange Tradition und ist als eine „Art des Geld-Schenkens [...] überaus populär“ (Szurawitzki 2020a: 91) im Leben der Chinesinnen.¹⁵⁹ Anfang 2014 wurde die Hong-Bao-Funktion zum ersten Mal in WeChat vorgestellt und damit der rote Papierumschlag in die Online-Zeit überführt. Auch in WeChat ist der Hong-Bao-Umschlag rot, und die Empfängerin kann den darin enthaltenen genauen Geldbetrag erst dann sehen, wenn sie ihn durch das Tippen auf „Öffnen“ (empfangen) bestätigt hat. In jedem digitalen roten Umschlag in WeChat können Geldbeträge von 0,01 bis 200 Yuan (ungefähr bis 26.64 Euro) enthalten sein.

Dieser Dialog¹⁶⁰ findet in einer Kundengruppe eines chinesischen Restaurants in Zürich zu Weihnachten¹⁶¹ 2020 statt. Der chinesische rote Umschlag ist von großer Bedeutung für die Unternehmen, wie Hellmann (2015) von der Neuen Zürcher Zeitung darlegt: „Der Hongbao ist aber auch fester Bestandteil der chinesischen Unternehmenskultur. Es ist Usus, der geschätzten Belegschaft vor dem Neujahrsfest einen Bonus in bar in die Hand zu drücken“. Zur Pflege der Beziehung

159 Beispielsweise geben die alten den jüngeren Familienmitgliedern einen roten Umschlag zum chinesischen Neujahr; bei einer Hochzeit wird das Brautpaar von den Familien, Freundinnen oder Kolleginnen ebenfalls mit einem roten Umschlag beglückwünscht.

160 Dieser Dialog entstammt einer WeChat-Gruppe von Überseechinesinnen. Weihnachten ist in China kein offizielles Fest und hat ursprünglich eine religiöse Bedeutung. Es wurde im feudalen China im 19. Jahrhundert eingeführt und erst ab Mitte bis Ende der 1990er Jahre populär. Für jüngere Generationen hat Weihnachten im Allgemeinen eine eher kommerzielle Bedeutung ohne religiösen Bezug (vgl. Hu 2018: 33). Junge Chinesinnen betrachten Weihnachten vor allem als Anlass zur Pflege von Beziehungen, zum Feiern mit Freundinnen, Kolleginnen oder Liebespaar und zum Einkaufen am Sales-Tag. Da Chinesinnen fast alle traditionellen Feste in der Familie verbringen, bietet Weihnachten eine zusätzliche Möglichkeit zum Feiern.

161 Darüber hinaus gibt es spezifische chinesische Bräuche und Traditionen im Zusammenhang mit Weihnachten. Zum Beispiel ist es üblich, dass Schülerinnen, Studentinnen, Freundinnen sowie Bekannte sich am Heiligabend gegenseitig Äpfel schenken. Die chinesische Übersetzung von Heiligabend, 平安夜 (Pinyin: píng ān yè), bedeutet wörtlich „Nacht von Gesundheit und Frieden“. Das chinesische Wort für Apfel, „píng guǒ“, wird ähnliche ausgesprochen wie das erste Schriftzeichen „píng“ in der Bezeichnung für Heiligabend. Zudem ist Rot in der chinesischen Kultur eine festliche und beliebte Farbe. Ein roter Apfel als Weihnachtsgeschenk unter jungen Chinesinnen symbolisiert den Wunsch „Bleib gesund und alles Gute“.

zu den Kundinnen sendet die Chefin des Restaurants den roten Umschlag an insgesamt 15 Gruppenmitglieder. Der Geldbeitrag ist gering – die glücklichste Empfängerin bekommt nur 4,41 Yuan (ungefähr 0,55 Euro). Nach Erhalt einer Hong-Bao-Nachricht in WeChat bedankt sich die Nutzerin oder sendet Weihnachtswünsche mittels eines Stickers oder einer textuellen Nachricht. Die meisten Reaktionen erfolgen in piktoraler Form, insbesondere durch animierte Sticker. Eine Ausnahme bildet Nachricht #10, in der ein Weihnachtsbild geschickt wurde. Die im Dialog verwendeten animierten Sticker enthalten zudem häufig textuelle Elemente, welche die Notwendigkeit schriftlicher Nachrichten reduzieren. Alle Sticker thematisieren Danksagung oder Weihnachtswünsche, sind farbenfroh gestaltet und übermitteln positive Emotionen. Die subjektive Wahl der Chatterinnen, Sticker als Rückmeldung zu schicken, wird mehr oder weniger durch den Vorschlag des WeChat-Systems beeinflusst, welches unterhalb des Geldbetrags den Hinweis „Mit einem Sticker antworten“ platziert. Wenn die Nutzerin diesen Verweis anklickt, erscheint automatisch das Interface für individuelle Sticker. Dies reflektiert die Bedeutung von Stickern in solchen interaktionalen Situationen und zeigt, dass sie sich zu einer Konvention im digitalen Interaktionsraum entwickelt haben. Diese Entwicklung basiert auf der Aufmerksamkeit, die der Kommunikationsplattform WeChat zuteilwird, und wird von ihr weiter gefördert.

Der Empfang des digitalen roten Umschlags ist selbst bereits ein interaktives Ritual zwischen den Gruppenmitgliedern, das als „Roter-Umschlag-Schlacht“ bezeichnet werden kann. Wer schnell agiert, hat die beste Chance, das Geldgeschenk zu erhalten. Im gegebenen Beispieldialog vollzieht sich die ganze Interaktionshandlung des Sendens und Empfangens zwischen den 14 Empfängerinnen und der Chefin innerhalb von acht Minuten, wobei sich dazwischen eine hohe Aktivität abzeichnet. Die Roter-Umschlag-Schlacht in der WeChat-Gruppe ist in der chinesischen Kultur ein Kollektivspiel bzw. eine Kollektivinteraktion: Die Gruppenidentität wird durch das Geldgeschenk und die Geschwindigkeit¹⁶² des Geldempfangs bestätigt und verstärkt und

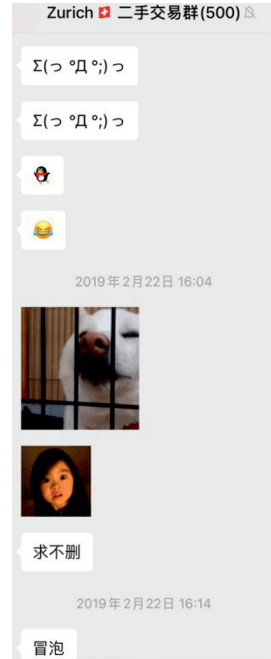
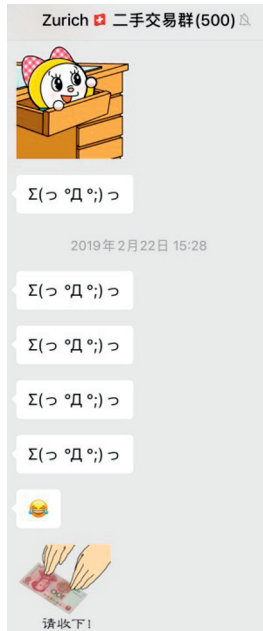
162 Häufig verschenken Senderinnen von roten Umschlägen – insbesondere in großen WeChat-Gruppen mit 500 Mitgliedern – einen bestimmten Geldbetrag, wobei nicht jede Person in dieser Gruppe einen Teil davon bekommen kann. In solchen Fällen gilt das Prinzip „Wer zuerst kommt, mahlt zuerst“ – wer den roten Umschlag als Erster antippt, erhält das darin enthaltene Geld.

trägt zur interpersonalen Beziehungspflege sowie zum Emotionsaustausch innerhalb dieser Gruppe bei.

Liu und Lu untersuchen die Faktoren, die die Verwendung des digitalen roten Umschlags beeinflussen. Ein Ergebnis zeigt eine positive Relation zwischen der Verwendung von WeChat-Hongbaos und dem Bedürfnis nach Mianzi (Gesicht),¹⁶³ hier der Identität einer Gruppe. Hongbao-Senderinnen seien darauf bedacht, ihr Ansehen zu pflegen, strebten nach harmonischen sozialen Beziehungen und einer Erweiterung ihres sozialen Netzwerks (Guanxi) und teilten deshalb Geldgeschenke im Gruppenchat (vgl. Liu/Lu 2019: 151–152). Die anderen Nutzerinnen nehmen sehr gerne an dieser Interaktion teil, da ihnen ebenfalls an der Pflege ihres Ansehens und ihrer sozialen Beziehungen gelegen ist, aber auch aus Neugier und dem Wunsch nach Unterhaltung; auch sie selbst könnten einen roten Umschlag in der Gruppe teilen.

Die Kollektivität dieses Brauchs besteht neben dem Verschenken und Empfangen von Geld auch in der einheitlichen Reaktion der Schreiberinnen, wie die Interaktion in Beispiel 53 zeigt:

163 Das chinesische Konzept von Gesicht werde ich anhand von Beispiel 59 im Vergleich zwischen chinesischem und westlichem Gesichtskonzept näher darlegen.



Übersetzung

Gruppengründerin: 22.02.2019 15:18

- @alle. Mit Rücksicht auf die begrenzte Anzahl der Gruppenmitglieder und die Begrenzung der Transaktionen werde ich einige Mitglieder aus der Gruppe entfernen. Falls jemand unerwünscht aus der Gruppe entfernt wird, bitte kontaktiert mich. Ich werde sie auf Wunsch wieder in die Gruppe einladen. Vielen Dank für das Verständnis und die Kooperation. Falls es bessere Vorschläge oder Ideen gibt, können sie gerne geäußert werden. Ich hoffe, dass wir alle fair verkaufen und kaufen und uns höflich austauschen können. Herzlichen Dank! 🙏 (#1)

A: Animierter Sticker (#2)

B: Sticker (#3)

C: Kein Problem (#4)

D: 🙏 (#5)

[...]

E: Animierter Sticker (#25)

F: Σ(↗ °Δ °;)↗ (#26)

G: 22.02.2019 15:28

- Σ(↗ °Δ °;)↗ (#27)

H: Σ(↗ °Δ °;)↗ (#28)

I: Σ(↗ °Δ °;)↗ (#29)

J: Σ(↗ °Δ °;)↗ (#30)

K: 🤔 (#31)

L: Sticker (#32)

M: Σ(↗ °Δ °;)↗ (#38)

N: Σ(↗ °Δ °;)↗ (#39)

O: 🤔 (#40)

P: 🤔 (#41)

R: 22.02.2019 16:04

- Sticker (#42)

S: Sticker (#43)

T: Bitte um Nicht-Entfernung (#44)

U: 22.02.2019 16:14

- Blubbere (#45)

Dies ist ein Dialogauszug aus einer Zürcher Second-Hand-Gruppe auf WeChat, die auf 500 Mitglieder begrenzt ist. Die Gruppengründerin teilt mit, dass sie einige inaktive Personen aus der Gruppe entfernen, um Platz für neue Mitglieder zu schaffen. Die chinesische Übersetzung nummeriert die Nachrichten gemäß der originalen Reihenfolge. Zwischen den Nachrichten wurden einige Beiträge über Kauf und

Verkauf als Nachweis dafür, dass die Senderinnen noch in dieser Gruppe bleiben möchten, ausgeblendet.

Betrachten wir nun die verschiedenen Bildzeichen im Dialog genauer. Der animierte Sticker in Nachricht #2 zeigt zwei Bären, die sich die Hände reichen und auf Chinesisch „okay“ sagen. Der Sticker in Nachricht #3 stellt einen bekannten Milliardär dar, der sich mit dem Stickertext „Ich bin so arm, ich empfehle mich allerseits“ verabschiedet. Dies drückt eine Verabschiedung auf eine ironische und humorvolle Weise aus. Der animierte Sticker in Nachricht #25 zeigt eine Cartoon-Figur, die ihren Kopf aus der Schublade herausreckt. Dies signalisiert der Gruppe, dass diese Person aktiv ist und nicht aus der Gruppe entfernt werden möchte. Die gleiche Funktion hat das Emoticon $\Sigma(\text{ㄟ}^\circ\Delta^\circ;)\text{ㄟ}$, das nach und nach von verschiedenen Mitgliedern gesendet wird. Dieses Emoticon, auch Kaomoji genannt, steht ursprünglich für Überraschung, Schock oder Bestürzung.¹⁶⁴ Weitere Schreiberinnen haben sehr wahrscheinlich, aufgrund ihrer Neigung zur Wiederholung von Bildzeichen, nach Erhalt des ersten Bildzeichens dasselbe einfach kopiert und eingefügt.

In diesem Dialog ist das Wiederholen derselben Emoticons als eine gemeinsame Reaktion auf die Mitteilung der Gruppengründerin sowie als Ausdruck von Konformität zu verstehen. Die Konformität in diesem Gruppenchat entsteht nicht durch einen „Druck der Mehrheit“ (vgl. Hewstone/Martin 2014: 286), sondern aus persönlichen Entschlüssen, eine kollektive Aktivität zu initiieren. Neben dem primären Ziel der Senderinnen, ihre Präsenz zu demonstrieren und damit ein mögliches Entfernen aus der Gruppe zu vermeiden, wird mit dem Kaomoji auf humorvolle Weise auch Erstaunen über die Mitteilung der Gruppengründerin ausgedrückt. Konformität sei angesichts der „Kollektiv-Orientiertheit“ gemeinhin von besonderem Belang, da sie zwischenmenschlich wie auch soziokulturell eine relevante Rolle spiele (vgl. Hsu 1981: 36, zitiert nach Günthner 1993: 72). Im digitalen Schreiben zeigt sich die Konformität nicht nur in gleichen Formulierungen oder in der Bejahung bestimmter Meinungen, sondern auch in der Wiederholung von Bildzeichen. Die Interaktion findet nicht nur zwischen der Gruppengründerin und der einzelnen Emoticon-Senderin statt, sondern auch zwischen den Senderinnen desselben Emoticons ($\Sigma(\text{ㄟ}^\circ\Delta^\circ;)\text{ㄟ}$), die mit dieser Wiederholung ihre Zustim-

164 Ein Online-Emoticon-Wörterbuch findet sich unter <http://educado4u.blogspot.com/2015/06/list-of-emoticons.html> (letzter Zugriff am 20.04.2023).

mung signalisieren und ihre Meinung auf dem visuellen Chat-Interface gegenseitig bekräftigen. Neben der Funktion der Meinungsäußerung hat die gemeinsame Handlung in diesem Kontext auch einen Unterhaltungswert, etwa durch ihren ästhetischen Reiz.

9.3.2 Einzel- und Gruppendialog in WhatsApp

Im Vergleich zu WeChat verfügt WhatsApp über erheblich eingeschränktere Funktionen. Hinsichtlich der Einführung und Entwicklung von Stickern hat WhatsApp gegenüber WeChat das Nachsehen. Ebenso existieren weniger WhatsApp-Dialoge mit Stickern als WeChat-Dialoge mit Stickern. Gruppenchats mit 500 Mitgliedern wie in WeChat treten in WhatsApp nicht in Erscheinung. In diesem Teil werden sechs informelle und formelle Einzeldialoge und drei Gruppenchats zwischen Freundinnen und Arbeitskolleginnen betrachtet.

Aufgrund der grammatischen und semantischen Regeln, denen verbale Formulierungen unterliegen, sei der Gefühlsausdruck durch Visuelles leichter zu begreifen und zu verarbeiten (vgl. Kappas/Müller 2006: 3). Anhand der folgenden Beispieldialoge 54 und 55 diskutiere ich diese Stärke von Bildzeichen gegenüber Texten, inwiefern Bildzeichen schriftliche Kommunikation kontextualisieren und wie sie „Emotionen visuell“ (Reimann 2019: 205) vermitteln.

Beispiel 54:



Die Dialoginitiatorin teilt der Empfängerin ihrer Nachricht die voraussichtliche Ankunftszeit mit, da sie zuvor vereinbart hatten, sich in Zürich zu treffen. Zwei Küssen-Emojis <😘😘> folgen der verbalen Verabschiedung „Bis bald“ und ein Umarmen-Sticker schließt sich der Mitteilung der genauen Zeit an. Mittels ikonischer Ähnlichkeit schildern die

beiden Arten von Bildzeichen in diesem Dialog menschliche Handlungen und signalisieren der Empfängerin familiäres Küssen und Umarmen. Neben der Visualisierung der Handlung fungieren die drei Bildzeichen ebenfalls als Ausdruck der Wertschätzung an die Rezipi-

entin und einer großen sozialen Nähe, um die Beziehung zwischen den Kommunizierenden zu bestätigen.

In diesem Dialog sendet die Dialoginitiatorin die ersten drei Beiträge unmittelbar hintereinander. Dabei werden Bildzeichen nach den textuellen Botschaften platziert, sie gestalten gemeinsam mit dem Text die aktuelle Kommunikation. In diesen drei Beiträgen vollzieht sich eine „kohäsive Verknüpfung von Text- und Bildelementen“ auf einer „Sehfläche“ (Schmitz 2011: 36). Auf dieser Sehfläche sind die Bildzeichen aufgrund ihrer Farbenpracht und Größe salienter als die verbalen Zeichen. Im Vergleich zu den textuellen Äußerungen suggerieren Bildzeichen „direktes Miterleben und steigern die emotionale Beteiligung“ (Döveling 2019: 72). Als „wahrnehmungsnahe visuelle Zeichenkonfigurationen“ übertreffen sie rein textuelle Nachrichten in Bezug auf die Fähigkeit, Objekte vor Augen zu führen und das „hohe[] emotionale[] Aktivierungspotenzial“ (vgl. Stöckl 2016b: 17). Wenn die Rezipientin die Nachrichten liest, treten die mittels Bildzeichen übermittelten Emotionen in der Wahrnehmung hervor und sie kann die Kommunikationsstimmung ohne erheblichen kognitiven Aufwand erfassen.

Beispiel 55:



In diesem Dialog gibt die Verfasserin auf der linken Seite des Bildschirms Bescheid, dass sie um 11 Uhr gehen müsse. Nach der schnellen Antwort „Easy“, die hier „Kein Problem“ bedeutet, fragt die erste Schreiberin „Wann sehen wir uns das nächste Mal?“ und schickt zusätzlich einen Sticker, auf dem Komo mit einem Auge durch eine Lupe sieht. Dies visualisiert ihr Nachdenken bzw. ihre Fragestellung. „Hmm“ drückt das Überlegen der Dialogpartnerin aus. Im Anschluss daran versendet sie die Nachfrage, ob die Gegenseite bald Prüfungen habe, und platziert am Ende des Beitrags noch das Emoji <😄>. Dadurch verhärtet sich die Kommunikationsstimmung gewissermaßen, zumal sich das Grimassen schneidende Gesicht auf die mit einer

Prüfung assoziierte Nervosität bezieht. Das Roboterkopf-Emoji <🤖> im Anschluss an „Ja! Am 18.“ assoziiert die Schreiberin damit, dass sie ihren Kopf vor der Prüfung wie eine Maschine einsetzen müsse. Diese Metapher dient der visuellen Schilderung der persönlichen Situation angesichts der Prüfung und vermittelt mehr Botschaften als ein reiner Text. Das vierblättrige Kleeblatt-Emoji <🍀> ist ein anadeiktischer Verweis auf die textuelle Äußerung „viel Glück“ und fungiert als „Abbild des kulturell eingespielten Symbols für Glück“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 61). Mit dem <😊>-Emoji nach erfolgter Einigung auf einen Zeitpunkt („ist gut“) werden die vorangeschickten Inhalte als positiv evaluiert und die soziale Beziehung affirmiert. Der letzte Sticker, ein fröhlicher Affe mit Zepter, Krone und Flügeln, markiert das Ende des Dialogs. Dieser visualisiert einerseits die Vorfreude der Dialoginitiatorin auf das nächste Treffen nach der Prüfung und andererseits den persönlichen guten Vorsatz, die Prüfungsphase erfolgreich zu überstehen.

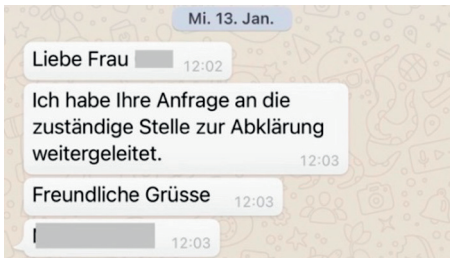
Bildzeichen sind relevante Kontextualisierungshinweise¹⁶⁵ in der schriftbasierten Messenger-Interaktion. Im Gegensatz zu gesprächsbegleitenden Phänomenen (wie Mimik, Prosodie usw.) stehen die Kontextualisierungshinweise im schriftlichen Dialog nebeneinander, überdies präsentieren sich „Kontextualisierungshinweise und Kontextualisiertes“ als gleiche Sinnesmodalitäten (vgl. Busch 2021: 397). Bildzeichen als Kontextualisierungshinweise und textuelle Äußerungen stehen in sequenziellen Beiträgen, in denen beide kontinuierlich reziprok aufeinander bezogen sind und gemeinsam die Bedeutung konstruieren und die laufende Interaktion gestalten. Sie können ikonisch als Abbildung der menschlichen Gestik und Mimik, indexikalisch zur „Markierung der Interaktionsmodalität“ (Imo 2015b: 148) oder symbolisch zur Vermittlung von Emotionen oder Konventionen zufolge eingesetzt werden. Alle diese Möglichkeiten werden im Zusammenwirken mit allgemeinen Merkmalen von Bildzeichen im schriftlichen Dialog realisiert, speziell der „Schnelligkeit und Effektivität von Verarbeitung und Behalten“ sowie der „Unmittelbarkeit der Wahrnehmungseindrücke“ (Stöckl 2016b: 16). Wie das Sprichwort

165 An diesem Punkt lehnt sich der Terminus Kontextualisierung an das Verständnis von Stahnke (2017: 36) an: „Kontextualisierung im engeren Sinn besteht aus der Verbindung eines (nicht-)sprachlichen Oberflächenmerkmals als Kontextualisierungshinweis (contextualization cue) und einer Komponente des Hintergrundwissens als relevantes (Kontext-)Schema“.

„Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ beschreibt, aktivieren Bildzeichen „assoziative und inferierende gedankliche Operationen“ (Stöckl 2016b: 13) im Verlauf der Kommunikation und erweitern das Verständnis ausmaß auf der Grundlage der textuellen Zusammenhänge erheblich. Typischerweise kontextualisieren die von den beiden Schreiberinnen verwendeten Emojis <😓> und <🤖> Ernsthaftigkeit und Angespanntheit – hier wegen der Prüfungsphase –, die in der textuellen Frage „Du hast bald Prüfung oder?“ und der Antwort „Ja, am 18.“ nicht zum Ausdruck kommen. Daher erweitern die zwei Emojis die textuellen Botschaften erheblich und ergänzen sie um emotionale Resonanz, gleichzeitig bieten die Texte ausreichend Hintergrundwissen (Prüfung) und konstituieren gemeinsam mit den beiden Bildzeichen diese Kommunikationssituation. In diesem Zusammenhang bemerkt Auer (1986: 26): „Kontextualisierung wird im allgemeinen auch nicht von einem einzigen (Typ von) Hinweis geleistet; sie ergibt sich vielmehr aus dem Zusammenspiel verschiedener Oberflächenmerkmale“.

Nachfolgend werde ich einen Dialogauszug im formellen Kontext analysieren, wobei es um Unterschiede zwischen schweizerischen und deutschen sowie zwischen deutschen und chinesischen Gewohnheiten beim Verfassen von E-Mails geht.

Beispiel 56:



Dieses Beispiel ist die Antwort der ETH-Bibliothek aus dem Dialog mit einer Studentin. Dieser Dialog findet zwischen zwei Schreiberinnen mit hoher sozialer Distanz statt und behandelt ein eher formelles Thema. Der gesamte

Dialog besteht ausschließlich aus textuellen Elementen und reflektiert das standardisierte Muster einer E-Mail. Anrede, Hauptbotschaft, Grußformel und Signatur (Vorname und Nachname) kennzeichnen diesen Dialog als formell. Anders als in offiziellen E-Mails ist die Antwort hier jedoch in vier Einzelbeiträge aufgeteilt.¹⁶⁶ Damit

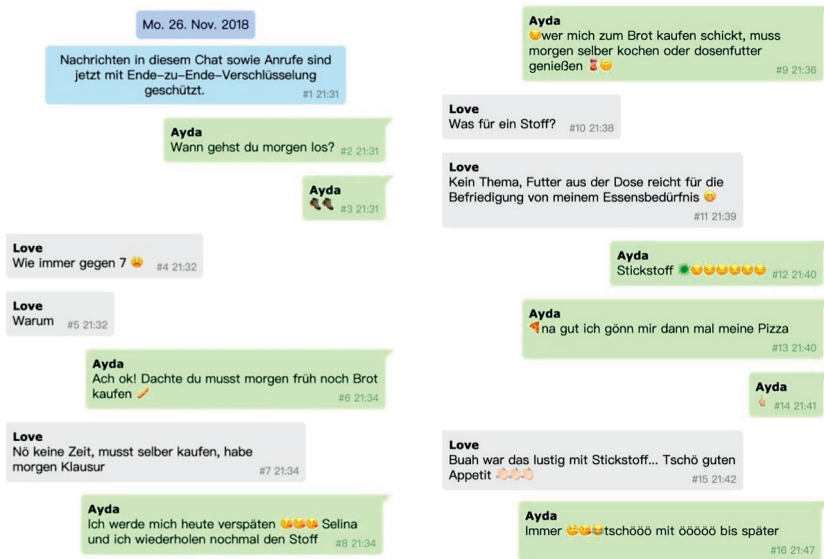
166 Gleichwohl unterscheiden sich Formalitäten von E-Mails in Deutschland und der Schweiz. So steht in Schweizer E-Mails kein Komma nach der Anrede und der

könnte die Form des Dialogs eine Anpassung der klassischen formellen Kommunikation an die neue Kommunikationsform anzeigen. Das E-Mail-Schreibformat findet im WhatsApp-Schreiben vor allem in zwei Arten von Fällen Anwendung. Zum einen sind ältere Schreibenden an die Kommunikation mittels Briefe und E-Mails gewöhnt und orientieren sich an deren Konventionen auch im heutigen Messenger-Schreiben (vgl. Gu 2024: 40). Zum anderen nutzen Schreibenden mit sozialer Distanz dieses Format im formellen Kontext. Ein solches E-Mail-Format ist ja auch eine Schreibproduktion der „Beziehungskonstellation“ je nach der „sozialen Rolle“. Die Verfasserinnen konfigurieren ihre schriftlichen Äußerungen basierend auf „Beteiligungsrollen“ und „Situationsidentität“ der Interaktionsbeteiligten durch gesellschaftlich verfestigte Handlungsmuster (vgl. Busch 2021: 93).

Kontrastiv zu diesem Beispiel werde ich erläutern, warum chinesische Messenger-Nutzerinnen ihre Nachrichten nur sehr selten im Stil einer E-Mail verfassen, was auch für Ältere und für formelle Situationen gilt. Wie eingangs in Teil 2.1 dargelegt wurde, war der Briefaustausch in China in den letzten Jahrhunderten wegen der langen Transportdauer aufgrund der riesigen geographischen Ausdehnung des Landes nie so wichtig wie in Europa. Mit der Verbreitung der Festnetztelefonie und später der SMS nahm die Bedeutung von Briefen im chinesischen Alltagsleben weiter ab. So verschickten und empfingen Bewohnerinnen von Shanghai – einer der entwickeltsten chinesischen Städte – im Jahr 2000 durchschnittlich weniger als zehn Privatbriefe (vgl. Zhong 2001: 1). Auch die E-Mail fand nie so weite Verbreitung wie in den westlichen Ländern, weshalb die Brief- bzw. E-Mail-Schreibform in chinesischen Messenger-Nachrichten selten ist. Die Tastatureinstellungen von WeChat und WhatsApp im iOS-System veranschaulichen diesen Sachverhalt, indem die WhatsApp-Tastatur eine separate Taste für den Zeilenumbruch hat, die WeChat-Tastatur dies aber nicht bietet.

erste Satz beginnt mit einem Großbuchstaben. Überdies verwenden Deutschschweizerinnen kein „ß“. Deswegen können diese Merkmale im Beispieldialog nicht als Zeichen informeller Ausdrucksweise in der formellen Kommunikation betrachtet werden.

Beispiel 57: MoCoDa 2 #Ddoju



Dieses Beispiel stammt von einem Liebespaar, das sich im Studium oder in der Ausbildung befindet. Dieser Dialog weist drei offensichtliche Merkmale auf: (1) Die Interaktantinnen haben eine große soziale Nähe zueinander; (2) als Alltagskommunikation verläuft dieser Dialog hochinformell; (3) der schnelle Beitragswechsel führt zu starker Interaktivität und Dialogizität, und die sich aneinander orientierenden Beiträge der Chatterinnen zeigen Spontaneität.

Durch die Kombination von schriftlichen Äußerungen und Bildzeichen in diesem Dialog lassen sich eigene Einstellungen und Gefühle einfacher mitteilen und die des Dialoggegnübers besser verstehen. Emojis treten in diesem Dialog mit höherer Frequenz nach textuellen Formulierungen auf, sie sind insbesondere am Beitragsende (Nachricht #4, #6, #9, #11, #12, #15) oder als individuelle Nachrichten (Nachricht #3) platziert. Zum einen spielen die rückverweisenden Bildzeichen eine „abtönende“ Rolle, indem sie zur Kommentierung oder Bewertung von Sachverhalten sowie zur Nuancierung von Informationen über Emotionen dienen, wie <🤔> in #4, <🙄> in #9, <🤔> in #11 und <🤔> in #12. Zum anderen illustrieren sie vorgängige verbale Beschreibungen, indem sie diese redundant visuell darstellen: <🍞> in #6, <🍷> in #9, <🌱> in #12 und <🍷> in #15.

Die Auswahl der Emojis und die Formulierungen in diesem Dialog sind stark von der intimen Beziehung der beiden Schreiberinnen geprägt. Auf der verbalen Ebene macht Ayda einen Wortwitz in Nachricht #12, indem sie auf den Ausdruck „Stoff“ in Nachricht #8 zurückkommt und „Stickstoff“ mit einem <💧>-Emoji ergänzt. Am Dialogende schreibt Love „tschö“ anstatt „tschüss“; dies wiederaufnehmend antwortet Ayda „tschööö mit ööööö“, womit sie die scherzhafte starke Dehnung des Diphthongs verschriftlicht. Der Ausdruck „Buah“ (eine Variante von „Boah“ als onomatopoetischer Ausruf des Erstaunens) in #15 und der umgangssprachliche Ausdruck „Nö“ zeugen von der informellen sozialen Nähe zwischen den beiden Kommunizierenden. Aydas Gebrauch des (eigentlich beleidigenden) Emojis <👉> in #14 kann als ein Affirmieren der Nähebeziehung betrachtet werden. Dieses Emoji könnte sich entweder auf eine Abneigung gegenüber dem Stickstoff-Thema beziehen, die aus dem Dialog nicht näher zu erschließen ist, oder (wahrscheinlicher) einen anadeiktischen Verweis auf die Tatsache darstellen, dass ihr Mann abgelehnt hat, Brot zu kaufen. Auf den Wunsch „guten Appetit“ antwortet Ayda mit „immer“ und fügt danach die Emojis <😋>, <😋> und <😋> hinzu, deren kohärente Beziehung ohne weitere Kenntnisse über den Kontext unverständlich bleibt. Das Emoji mit verlängerter Nase <👃> steht ursprünglich für Lügen. In diesem Zusammenhang dient es zur Signalisierung des Widerspruchs mit dem vorangehenden Ausdruck: Entweder hat Ayda nicht wirklich immer einen guten Appetit oder sie glaubt nicht, dass Love wirklich „Dosenfutter“ genießen kann. Die weiteren zwei Emojis dienen ihrem persönlichen Emotionsausdruck. Das <😍>-Emoji steht für die Zuneigung und Liebe zum Dialoggegenüber und das <😂>-Emoji vermittelt lebendige, fröhliche Einstellungen zu ihm. Die sogenannte „Simultanpräsenz“ bewirkt eine „semantische Ausweitung“ (Gu 2022: 588) in der Kommunikation, sodass die Reichweite des Geäußerten auf mehrere Ebenen ausgedehnt werden kann. Busch (2021: 432) zufolge sind Emojis-Kombinationen „zweibelartig geschichtet“. D.h., Emojis in solchen Reihen haben nicht alleamt dieselbe Kommentierungsfunktion, sondern das Emoji, das direkt auf den Text folgt, kommentiert diesen Text, während weitere Emojis ihn „im breiteren kommunikativen bzw. sozialen Gefüge der Interaktion“ verorten.

Anschließend präsentieren Charlotte und Bettina in Beispiel 58 das Emojis-Spiel im alltäglichen Smalltalk,¹⁶⁷ bei dem es neben dem Gefühlsausdruck durch Emojis auch um die Steuerung der Aufmerksamkeit geht.

Beispiel 58: MoCoDa 2: #w2C20

Charlotte
Viel viel Spaß und pass auf dich auf!! ❤️ #1 08:01

Bettina
Danke❤️ werde ich haben vlt erstmal schauen das ich nicht wie ein verrittes Eichhörnchen durch die Gegend laufe🐿️ #2 08:03

Charlotte
Hahaha aber du sprichst ja relativ gut holländisch du kannst die Leute ja anquatschen 🐿️ #3 08:10

Charlotte
Saubere ist witzig 🤔👍👍 #4 08:10

Charlotte
Hab Anna geschrieben dass du auch kommst, das war ihre Reaktion #5 08:10

Charlotte
🐿️ #6 08:10

Bettina
Es geht es geht🤔 Problematisch wird's nur wenn ich Anfänge im Kopf auf einmal 3 Sprachen parallel quatschen zu haben🐿️ Uff ich und witzig?🤔 was hast du ihr den ins Essen bzw in den Kaffee gegeben?🐿️ #7 08:17

Charlotte
3 Sprachen gleichzeitig? Das ist auch ein Talent 🐿️ #8 08:18

Charlotte
Nix🐿️ die mag dich halt 🐿️ #9 08:19

Bettina
Das Problem ist das zwischendurch zwischen englisch und niederländisch🐿️ Uff irgendwie mache ich was falsch🐿️ #10 08:21

Charlotte
Hä sollen die dich hassen oder was #11 08:25

Charlotte
#12 08:25

Bettina
Richtig🐿️ #13 08:27

Charlotte
Bist du doof #14 08:29

Charlotte
🐿️🐿️ #15 08:30

Charlotte
🐿️🐿️🐿️ #16 08:30

Charlotte
🐿️🐿️🐿️🐿️ #17 08:30

Charlotte
🐿️🐿️🐿️🐿️ #18 08:30

Charlotte
🐿️🐿️🐿️🐿️ #19 08:30

Bettina
Ich weiß🐿️ #20 08:35

Bettina
Nimm's mit Humor🐿️ #21 08:35

Charlotte
#22 08:35

Bettina
Ist doch nur schwarzer Humor🐿️ #23 08:35

Charlotte
Gut 🐿️ #24 08:43

Bettina
🐿️ #25 08:45

Wie sich in Teil 8.1 zeigte, überschneiden sich verschiedene Themen in der quasi-synchronen Kommunikation nicht selten. Der vorliegende Beispieldialog zwischen Charlotte und Bettina enthält zwei Themen: Bei einem geht es um einen Aufenthalt in den Niederlanden, beim anderen um einen Witz über die Antwort von Anna. Die Nach-

167 Nach Reißwenger/Pappert (2020: 92) ist Smalltalk eine „private Alltagskommunikation“, die vor allem der „Aushandlung und Pflege von Beziehungen“ dient.

richten #1, #2, #3, #7, #8, #10 befassen sich mit dem ersten Thema, die zweite Hälfte von Nachricht #7 spricht das zweite Thema an.

Die Analyse fokussiert auf die Interaktion hinsichtlich des zweiten Themas, das den größten Raum einnimmt. Charlotte vermittelt Annas positive Reaktion gegenüber Bettina und ihrer Bereitschaft, Zeit mit ihr zu verbringen. Das <😂>-Emoji und das Daumen-hoch-Emoji <👍> in Nachricht #4 drücken Vorfreude und Zuneigung aus. Bettina reagiert überrascht und fragt in Nachricht #7, ob Charlotte Anna etwas in den Kaffee oder ins Essen getan habe, dass Anna so übertrieben auf die Teilnahme Bettinas an der Feier reagiert. Angesichts Bettinas scherzhafter Beschwerde erwidert Charlotte ironisch, ob Bettina lieber von anderen gehasst werden wolle. Das <🙄>-Emoji in #12 verweist auf Scham für die mögliche Bejahung zur Frage in Nachricht #11 hin. Bettina spielt daraufhin mit und stimmt in Nachricht #13 zu, was als spielerische Ironie zu interpretieren ist. Charlotte hingegen nimmt dies ernst und reagiert in den Nachrichten #15 bis #19 mit einer Reihe wiederholter Emojis, welche ihre Einstellungen gegenüber Bettinas Antwort vermitteln. Emojis wie <😞> in #15, <🙄> in #16, <😬> in #17, <😞> in #18, <😞> in #19 weisen auf eher negative Gefühle hin, wie Peinlichkeit, Schockiertsein, Verwirrung, Unbehagen, Skepsis usw. Diese aufmerksamkeitsleitende Wirkung von Emojis wird von Beißwenger/Pappert (2019b: 64–65) als „visuelle Salienz¹⁶⁸“ auf der Ebene des Verlaufsprotokolls“ beschrieben: „Wo ein Posting ausschließlich oder größtenteils Emojis enthält, sticht dieses Posting gegenüber umgebenden Postings, die überwiegend sprachliche Äußerungsanteile enthalten, hervor.“ Interessant ist zudem nicht nur die Iteration der Emojis, sondern auch die allmähliche Zunahme der iterierten Emoji-Anzahl. Einerseits können komplexe Emotionen durch die Vielfalt der Emojis ausgedrückt werden, andererseits wird

168 Aus soziolinguistischer Perspektive erklärt Auer, dass Salienz „ein durch und durch auf die Wahrnehmung bezogener Begriff“ sei, dessen Fokus auf den Rezipienten liege. Salienz existiere nur „in der Art und Weise“, wie sie wahrgenommen werde (Auer 2014: 7). Basierend auf der Wahrnehmungsintensität der Emojis definieren Beißwenger und Pappert „visuelle Salienz“ als „Oberflächenerscheinungen“, die „sich vor dem Hintergrund des Geschriebenen für das Auge als Figur abheben“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 63). Sie interpretieren, dass die „visuelle Salienz“ der Emojis auf „Strukturierung“ und „Aufmerksamkeitssteuerung“ in der schriftlichen Kommunikation zurückzuführen sei. Dieser Teil fokussiert sich nur auf ihre aufmerksamkeitssteuernde Wirkung. Die Strukturierung der Emojis im digitalen Schreiben wird im nächsten Kapitel als eine Unterkategorie der Funktionen der Bildzeichen untersucht.

der Ton des Geäußerten nach und nach verstärkt. Auf die aufgeregte Reaktion Charlottes entgegnet Bettina, diese sei lediglich „schwarzer Humor“ gewesen. Jede erklärende Nachricht von Bettina gegen Ende des Dialogs beinhaltet Emojis; mit <😂> wird die Kommunikation als Spaß modalisiert und die schockierten Reaktionen von Charlotte werden gelöst. Gu (2022: 586) identifiziert die Kombination der Emojis <👉> und <😂> in #23 als ein hochfrequent simultan präsent Paar in der WhatsApp-Kommunikation, die in erster Linie zur „Verstärkung der spielerischen Intensität und zur Abfederung der Verlegenheit“ genutzt wird, welche durch Verstöße gegen soziale Normen (vgl. Busch 2021: 436) entsteht. In diesem Dialogkontext steht diese Kombination für die Bekräftigung der scherzhaften Modalität und zur Abschwächung der negativen Wirkung ihres Witzes, den ihre Freundin Charlotte missverstanden hat.

Die Untersuchung der Interaktion im digitalen Schreiben bedarf auch einer Diskussion der Höflichkeit und des Gesichtswahrens in derselben. Das Gesicht zu wahren ist ein wichtiger Aspekt in der Verwendung von Bildzeichen. Im folgenden Privatchat vereinbaren Phil und Hanna ein Treffen und sie flirten miteinander. Der Hintergrund ist, dass Phil und Hanna eine gemeinsame Unterhaltungsaktivität in der WhatsApp-Gruppe vorgeschlagen haben, aber letztendlich nur sie daran teilnehmen wollten. Danach diskutieren die beiden in diesem Privatchat. Durch den Wechsel ihrer Kommunikation von einem halböffentlichen Raum zur Privatsphäre werden die anderen Beteiligten des Gruppenchats ausgeschlossen.¹⁶⁹

169 In Übereinstimmung damit äußert Orthmann (2003: 115) die Vermutung im Zuge der Untersuchung von computervermittelter Chat-Kommunikation von Jugendlichen, dass „bei längeren Gesprächen inklusive Flirts ein Wechsel in private Räume stattfindet“.

Beispiel 59: MoCoDa 2 #Ijsjb

Fr. 28. Apr. 2017

Phil
Wann soll ich in rüttenscheid sein ? 19:00 oder 19:30 ? #1 18:26

Hanna
Mir egal :-)) #2 18:27

Hanna
Muss es nur wissen #3 18:27

Hanna
Hast du Angst mit mir alleine zu sein 🙄 #4 18:27

Phil
Dann sag ich 19:30 🕒 bis später #5 18:28

Phil
Klar #6 18:28

Phil
Brauche den Schutz der Gruppe #7 18:28

Hanna
Okay :-)) Wusste ich doch, Sonst bist du zu nervös #8 18:28

Phil
Du hast mich durchschaut 🙄 #9 18:29

Hanna
🙄 #10 18:29

Hanna
Bis gleich 🕒 #11 18:29

Phil
Oh man ein Kuss Smiley du kannst mich doch nicht so unter Druck setzten. Wie soll ich darauf jetzt reagieren ? 🙄 #12 18:31

Phil
🙄 #13 18:31

Hanna
🙄🙄🙄 #14 18:33

Hanna
Ich warte #15 18:33

Hanna
Durchaus #16 18:40

Hanna
Fühle mich nicht ernst genommen ... #19 18:40

Phil
Sorry 🙄 #20 18:41

Hanna
Versuchs noch mal 🙄 #21 18:41

Phil
Bis gleich 🕒 #22 18:42

Phil
So richtig ? #23 18:42

Hanna
Perfekt 🙄 hätte es selbst nicht besser hinbekommen :-D #24 18:42

Phil
Danke Danke hab aber auch eine gute Lehrerin 🙄 #25 18:43

Hanna
🙄 #26 18:44

Phil
An der Haltestelle oder der Kneipe treffen ? #27 19:02

Hanna
Kneipe #28 19:03

Phil
Ok #29 19:04

Das erste Emoticon :-)) nach der Antwort auf den Zeitpunkt des Treffens signalisiert vorrangig Freundlichkeit und soziale Nähe. Anschließend stellt Hanna aus Spaß die Frage, ob Phil Angst davor habe, mit ihr allein auszugehen. Das Emoji mit nachdenklichem Gesicht <🙄> von Hanna in Nachricht #4 dient als „sichtbarer Hinweis“ zur Illustration der voranstehenden verbalen Äußerung durch eine ikonische Abbildung des „sprachlich indizierten Handlungstyps“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 105). Das <👉>-Emoji nach Arrangement des Treffens fungiert als Bewertung der vorangegangenen Äußerung und stellt eine visuelle Strukturierung dar. Das Smiley nach der bejahenden Rückkopplung des Dialogpartners in Nachricht #8, das Affenkopf-

Emoji <😓> in Nachricht #9 sowie das Tränen-Lachen-Emoji <😂> in Nachricht #10 mildern die gesichtsbedrohende Handlung ab.

Obwohl sich eine ironische Oberfläche in den Nachrichten #4 und #6 bis #10 zeigt, kann die Interaktion bis hier noch mit dem Gesichts-Konzept¹⁷⁰ in der westlichen Kultur¹⁷¹ erklärt werden. Goffman (2010: 15) formuliert als Prinzip interpersonaler Interaktion: „So wie vom Mitglied jeder Gruppe erwartet wird, Selbstachtung zu zeigen, so wird von ihm erwartet, einen bestimmten Standard von Rücksichtnahme aufrecht zu erhalten“. Darauf basierend haben Brown und Levinson in der linguistischen Forschung den Gedanken eingeführt, dass jede Interaktantin zwei Aspekte des Gesichts für sich beansprucht, nämlich das negative Gesicht und das positive Gesicht:

(1) Das negative Gesicht sei „the basic claim to territories, personal preserves, rights to non-distraction – i.e. to freedom of action and freedom from imposition.“

(2) Das positive Gesicht sei „the positive consistent self-image or ‚personality‘ (crucially including the desire that this self-image be appreciated and approved of) claimed by interactants.“ (Brown/Levinson 2008: 61)¹⁷²

170 Der Terminus „Gesicht“ könne, so Goffman (2010: 10), „als der positive soziale Wert definiert werden, den man für sich durch die Verhaltensstrategie erwirbt, von der die anderen annehmen, man verfolge sie in einer bestimmten Interaktion. Image ist ein in Termini sozial anerkannter Eigenschaften umschriebenes Selbstbild – ein Bild, das die anderen übernehmen können.“

171 Im Unterschied zum positiven und negativen Gesicht im westlichen Konzept umfasst das chinesische Konzept von Gesicht (im Sinne von Ruf, Prestige, Ansehen) die beiden Begriffe „Mianzi“ (面子; Pinyin: miàn zi) und „Lian“ (脸; Pinyin: liǎn). Xianjin Hu definiert „Mianzi“ als Prestige und Ruf, die eine Person durch Erfolg und Gepränge im sozialen Leben erlangt. „Lian“ ist hingegen der moralische Ruf einer Person, d. h. die Einschätzung ihrer Integrität und ihres moralischen Charakters (vgl. Hu 1944: 45). Im chinesischen Kontext sind Gesichtswahren und Gesichtsgaben unentbehrliche Voraussetzungen, um chinesische interpersonale Beziehungsverhältnisse und ein gewünschtes soziales Klima zu schaffen, in denen sich „Macht, Autorität und Respekt“ herausbilden, damit die gegenseitige Beziehung in ein harmonisches Gleichgewicht überführt werden kann (Thomas 2003: 128). Bezüglich der Unterschiede zwischen dem chinesischen und westlichen Gesichtskonzept hat Zhu (2015: 151) zusammengefasst, dass Lian, ein moralisch geprägter Aspekt des chinesischen Konzepts, in westlichen Theorien wie von Goffman oder Brown/Levinson fehle. Mianzi, ein weiterer Aspekt, sei vielschichtig und ähnele dem positiven Gesicht, jedoch nicht dem negativen, da die chinesische Kultur weniger auf negative Höflichkeit fokussiert sei.

172 Zur Definition positiver und negativer Höflichkeit siehe Brown/Levinson (2008: 70).

In Nachricht #8 zeigt Hanna nach ihrer Antwort „Okay“ mit einem Smiley des positiven Gesichts, dass sie sich darüber freut, richtig vermutet zu haben. Damit zeigt sie Phil ihr Verständnis dafür, dass er sich alleine mit ihr gestresst und nervös fühlt. Durch das <👉>-Emoji in #9 wahrt Phil sein positives Gesicht, da er sich vermutlich etwas dafür schämt, dass Hanna seine Gedanken erraten hat, und nun versucht, sein gefährdetes Selbstbild abzufedern. Das <😂>-Emoji von Hanna in #10 verweist auf eine ironische und spaßige Reaktion auf die vorausgegangene Kommunikation, wodurch sowohl das negative Gesicht des Rezipienten als auch das positive Gesicht der beiden geschützt werden. Einerseits wird Phils Ausdrucksfreiheit gewahrt, andererseits wird die Akzeptanz von beiden Personen für die Äußerung gezeigt.

Anschließend schickt Hanna in Nachricht #11 ein Küssen-Emoji <😘>, das in Kombination mit der verbalen Äußerung „bis gleich“ ihre Vorfriede auf das Treffen kommuniziert und die erstteilige ironische Diskussion beendet. Interessanterweise führt dieses Emoji an dieser Stelle zum neuen Teilthema der Kommunikation, die sich bis Nachricht #26 ausdehnt. Phil überlegt in Nachricht #12, wie er darauf anständig und höflich reagieren soll. Er beschwert sich, dass Hanna mit dem <😡>-Emoji Druck aufbaut. Das <😏>-Emoji am Ende dient zur Abschwächung der potenziellen Gesichtsbedrohung von Phil. Das Emoji <😞> in Nachricht #13 signalisiert Phils Einstellung, um sein Gefühl von Ratlosigkeit und Belastung auszudrücken und Hanna um einen Hinweis auf eine angemessene Reaktion zu bitten. In Nachricht #14 setzt Hanna das Teufel-Emoji <😈> dreifach ein, um den intensivierenden Druck gegenüber Phil zu verdeutlichen und den scherzhaften Charakter der Konversation beizubehalten. Die fünf Emojis <😘> <❤️> <😘> <❤️> <💧> in #20 symbolisieren Zuneigung, Liebe, Sympathie und eine romantische Beziehung. Die Kombination dieser fünf Zeichen in einer separaten Nachricht verstärkt die damit verbundenen Bedeutungen und wirkt für das momentane Verhältnis zwischen den beiden Personen übersteigert. Daraufhin reagiert Hanna in #19 mit einer verbalen Beschwerde und einem emotionslosen Emoticon „_“, das als bildliche Wiedergabe der persönlichen Mimik auf ihre derzeitige Unzufriedenheit verweist. Nach diesem Vorwurf von Hanna entschuldigt Phil sich in #20 und schickt ein <👉>-Emoji, das zur Modalisierung der scherzhaften Interaktion und Abschwächung der Gesichtsbedrohung dient. Das <😏>-Emoji in #21 markiert ver-

mutlich, dass Hanna trotz dieser übertriebenen Handlung nicht wirklich verstimmt ist, sondern im Gegenteil sogar Spaß daran hat. Es besteht auch die Interpretationsmöglichkeit, dass dieses Emoji zusammen mit dem nachstehenden Emoji <👉> eine Szene bildet, mit der Hanna ihrem Dialogpartner zeigt, dass sie geduldig auf eine angemessene Reaktion auf das Küssen-Emoji wartet. In diesem Zusammenhang wird eine Assoziation zwischen der Infoschalter-Bediensteten im Emoji und Hanna selbst hergestellt. Nach der befriedigenden Antwort von Phil kommentiert Hanna mit „Perfekt“ und einem <👉>, was eine scheinbar arrogante Annahme von Phils Antwort vermittelt. Das Emoticon :-D in #24 und das <😄>-Emoji in #24 und #25 übernehmen eine emotionale Markierung am Ende des spaßigen Flirts. Das Lehrerin-Emoji <👩🏫> in #26 ist ebenfalls als Zustimmung zu werten, diesmal zu Phils Aussage in #25, und ersetzt eine verbale Äußerung. In der laufenden Diskussion wird die symmetrische soziale Rolle von Freundinnen als asymmetrisch positioniert. Dies kann auch als eine Art Flirt zwischen den beiden Kommunizierenden in sozialer Nähe interpretiert werden. Emojis tragen zur Gestaltung der Asymmetrie in ansonsten symmetrischen Beziehungen bei. Darüber hinaus ist die Auswahl der Variante der Personen-Emojis, wie das Lehrerin-Emoji mit variierter Haut- und Haarfarbe von Hanna, bemerkenswert und soll in der Untersuchung der Interaktion im Gruppenchat näher ausgeführt werden.

Wenn Unstimmigkeiten in der Kommunikation über Messenger-Dienste auftreten, sollte auch die Verwendung von Bildzeichen im Verlauf von Konflikten analysiert werden. Zu diesem Zweck habe ich zwei Dialogauszüge aus einem Gruppenchat (Beispiel 60) ausgewählt und werde die Verwendung von Emojis während und nach der Kontroverse betrachten.

Beispiel 60: MoCoDa 2 #1TlbD

Gamze
Hoffentlich sagt er nicht, dass wir den Kurs nicht bestehen
#9 17:23

Sophie
Und deineine Hälfte referiert und die andere leitet die Diskussion
#10 17:23

Gamze
Weil uns ein Referat fehlt
#11 17:23

Gamze
Hat er ein Feedback abgegeben
#12 17:24

Sophie
Das bezweifle ich..solange ihr euch auf die Thesen vorbereitet und die Diskussion gut fuhr
#13 17:24

Sophie
Noch nicht
#14 17:25

Samira
In Moodle steht ausdrücklich dass die Präsentation gemeinschaftlich von allen arbeitskreismitgliedern erstellt werden soll. Alle sind für die gesamtpräsentation verantwortlich Also wäre es cool wenn ihr die Namen von uns allen drunter setzt ... Werden wir ja dann auch bei unserer Präsentation machen
#15 17:26

Samira
Sicher ist sicher
#16 17:26

Sophie
Schon abgeschickt
#17 17:26

Sophie
Aber ja können wir machen...
#18 17:27

Sophie
In seinen Kursen davor hat auch immer alles funktioniert also bitte keinen Stress
#19 17:28

Samira
Ist kein Stress Sollte nur seine Richtigkeit haben
#20 17:29

Nicole
Ja bin dabei und um mal wieder positive Stimmung zu verbreiten: Ich finde, dass die Präsi euch gut gelungen ist, also mir gefällt es 😊 und ich wäre gar nicht auf die Idee gekommen alle Namen auf die Folie zu schreiben, ich denke dass ihm bewusst ist, dass wir die Aufgaben aufteilen, so steht das ja auch in seiner Beschreibung ☺ und solange wir alle da sind und an der Diskussion mitwirken wird das schon klappen, wir machen ja auch noch ne Präsi!
#39 17:43

Lina
Danke Nicole 😊 Ich denke auch, dass er wahrnehmen wird, dass alle ihren Teil leisten und das mit den Namen war auch nicht aus Bosartigkeit oder Ähnlichem, sondern einfach, weil ihm ja auch bewusst sein wird, dass ein Teil die Präsentation und der Andere die Diskussion leiten wird 😊
#40 17:48

Nicole
Genau so seh ich das auch
#41 17:47

Paul
Die Präsentation gefällt mir richtig gut, super gemacht Leute 😊
#42 18:01

Hannah
Bei der Präsentation geht ein großes Lob an Sophie ☺ sie hat das alles gestalterisch so super umgesetzt
#43 18:02

Sophie
Danke ihr lieben ☺❤❤
#44 18:05

Samira
Die präsi ist wirklich gut gelungen 😊 War von mir ja auch nicht böse gemeint... Wollte es nur erwähnen, damit es auch reibungslos klappt... Aber ich denk dass es ihm wohl klar sein wird :)
#45 18:12

Auf dem ersten Bildschirmfoto ist der Streit nachzulesen, auf dem zweiten das Abfedern von gesichtsverletzendem Streitverhalten im Anschluss daran.¹⁷³ In den Nachrichten #9 bis #20, wie auch im restlichen Dialog, rechtfertigen Gamze, Samira und Sophie ihren Standpunkt. Dabei verwenden sie keine bildlichen Zeichenressourcen, sondern rein aufeinander bezogene textuelle Äußerungen, die in geringem zeitlichem Abstand versendet werden.

Im zweiten Dialogteil ist der Streit vorüber, und die Gruppenmitglieder versuchen, ihre Kooperation wieder in geordnete Bahnen zu bringen. Nicole, die an der Gruppendiskussion teilnimmt und deren

173 Der Kontext dieses Dialogs ist auf der Datenbank-Webseite wie folgt beschrieben: „Die Gruppe wurde gegründet, um Organisatorisches bezüglich einer Präsentation zu klären, die arbeitsteilig gestaltet werden sollte. Gruppe A sollte dabei zunächst die Präsentation gestalten und Gruppe B im Anschluss daran eine Diskussionsrunde leiten. Da Gruppe A nur die Namen der Leute, die die Präsentation gestaltet hatten, unter die Präsentation geschrieben hatte, entwickelte sich ein Streitgespräch.“

Namen ebenfalls nicht in der Präsentation erwähnt wurde, meldet sich zu Wort. Zuerst lobt sie die Präsentation, die ihre Mitarbeiterinnen in Frage gestellt hatten. Das <👍>-Emoji dient zur visuellen Verstärkung der textuellen Äußerungen. Zwei Emojis mit lächelndem Gesicht <😊> leisten die emotionsvermittelte Aufgabe, Freundlichkeit und den Wunsch nach einer positiven Atmosphäre in der Arbeitsgruppe zu zeigen. Lina, die zur Präsentationsgruppe gehört, bedankt sich bei Nicole für ihr Verständnis und setzt das <🙏>-Emoji nach der Anrede, um eine Verbindung zwischen Nicole wegen ihres sympathischen Verhaltens und dem Heiligen aufzubauen. Alle <👍>-Emojis von Paul in #42 und von Hannah in #43 weisen auf eine stärkere Betonung der anerkannten Einstellung zur Präsentation sowie auf Unterstützung für Sophie hin. Sophie bedankt sich in #44 bei Lina, Nicole, Paul und Hannah. Zum Schluss sendet sie drei Emojis: <🙏>, <😊> und <💖>. Das Affen-Emoji könnte auf die Handlung „nichts sagen“ oder „nicht streiten“ hindeuten. Die anderen zwei Emojis dienen vorwiegend der indexikalischen Darstellung von Freundlichkeit und zum Beziehungsaufbau. Schließlich vermittelt Samira, die zuvor an der Kontroverse beteiligt war, ihre Anerkennung für die Präsentation und ihre nicht böswillige Intention in #45. Das <👍>-Emoji verstärkt die vorige Äußerung „gut gelungen“. Das <😊>-Emoji nach dem Kommentar und das Emoticon :) am Beitragsende nach der Erklärung fungieren als Hinweise auf Freundlichkeit und Vermeidung der potenziellen Gesichtsverletzung wegen der unstimmigen Meinungen.

Bemerkenswert ist die Frequenz der Bildzeichen in verschiedenen Teilen dieses Beispieldialogs zu erörtern. Während des Streits argumentieren die Gruppenteilnehmerinnen aus ihrer eigenen Perspektive und nutzen keine Emojis. Im darauf folgenden, versöhnlichen Teil nach dem Streit treten jedoch deutlich mehr Emojis im Text auf. Der Übergang vom Streit zur Versöhnung verläuft von reinem Text bis zur Kombination von Text und Emojis, die sich vor allen Dingen auf Positives wie Freundlichkeit, Komplimente, Zustimmung beziehen. Als „Kontextualisierungsstrategie“ (Auer 1986: 26) signalisieren sie die Entspannung der Beziehung und Kommunikationsstimmung. Dieser offensichtliche Unterschied könnte darauf hindeuten, dass in einem ernsthaften Kontext, wie einem Streit oder einer Kontroverse, die Verwendungsfrequenz der Bildzeichen relativ niedriger ist als im normalen Dialog. Im Kontext der Abschwächung der

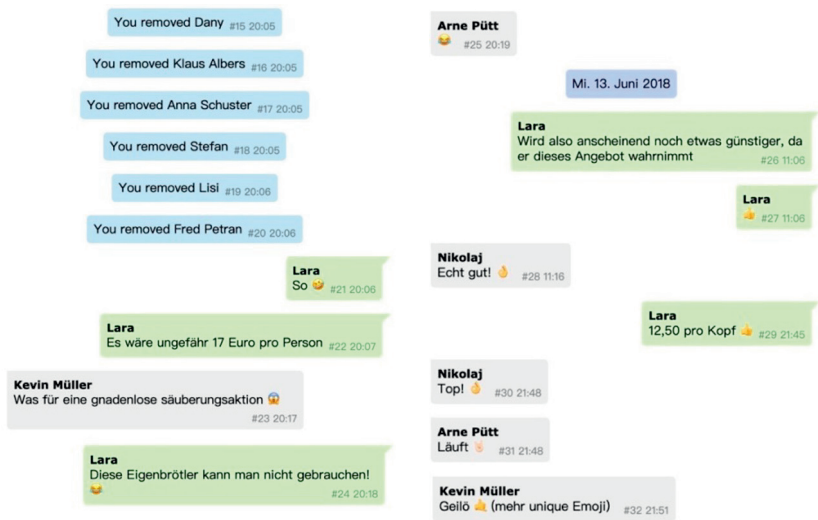
Gesichtsbedrohung sind Bildzeichen ein wirksames Instrument und funktionieren gut in der Beziehungsleistung.

Ebenfalls bemerkenswert sind die Präferenzen bei der Auswahl der Hautfarbe von Emojis. Paul und Hanna benutzen in dieser schriftlichen Kommunikation ein Gestik-Emoji mit hellerer Hautfarbe in #42 und #43 und Samira das dunklere Gestik-Emoji in #45. Wie im letzten Dialog gezeigt, benutzt Hanna keine Standardversion der Personen-Emojis, sondern die Variante mit anderer Haarfarbe. Die Auswahl der Variante einer Emoji-Figur mit bestimmter Haut- oder Haarfarbe ist Teil eigener Identitätsstiftung und präsentiert möglicherweise das individuelle Image.

Darüber hinaus ist es wichtig, die Beziehung der Schreiberinnen in einem Gruppenchat zu berücksichtigen. Laut der Kontextbeschreibung in der Datenbank sind alle als Kommilitoninnen miteinander bekannt, wobei Samira und Gamze eng befreundet sind. In diesem Dialog findet die Auseinandersetzung zunächst nur zwischen Gamze und Sophie statt, woraufhin Samira eintritt und Gamze unterstützt. Hieran lässt sich die folgende Überlegung anschließen: Falls zwei Personen eng befreundet sind und eine von ihnen einen Vorschlag äußert oder Einwände erhebt, wird die andere dann auf verbale oder nonverbale Postings anders oder aktiver als andere Gruppenmitglieder reagieren? Zeigen sich dabei Verhaltensunterschiede im Vergleich zur Kommunikation mit den anderen Personen in der Gruppe? Dies ist eine offene Frage, die allein anhand von Daten, ohne zusätzliche Interviews, nur schwer zu beantworten ist.

Mitglieder einer WhatsApp-Chatgruppe können in einer gefestigten sozialen Beziehung zueinander stehen, wie es in Familien-Chats, WG-Gruppen und Arbeitskollegen-Gruppen der Fall ist. Daneben gibt es häufig Gruppen, die für einen begrenzten Zeitraum aufgrund bestimmter Bedürfnisse gebildet werden. Solche Gruppen konzentrieren sich auf eine Aktivität, ein Thema oder einen Plan, weil ihre Mitglieder ein gemeinsames Ziel verfolgen, und werden aufgelöst, wenn ihr Ziel erreicht ist oder aus einem anderen Grund nicht mehr angestrebt wird. Die folgende WhatsApp-Gruppe ist ein typisches Beispiel für den zweiten Typ.

Beispiel 61: MoCoDa 2 #v9Dgf



Lara lädt einige Freunde dazu ein, Geld für ein Trikot zu Toms Geburtstag zu sammeln. Die von der Gruppengründerin, Lara, aus der Gruppe entfernten Personen haben zuvor mitgeteilt, dass sie bereits ein Geschenk für Tom vorbereitet hätten. Die verbleibenden Gruppenmitglieder nehmen weiterhin an der Aktivität teil. Nachdem sie die betreffenden Mitglieder entfernt hat, sendet Lara das Wort „so“ als Symbol für die Erledigung einer Aufgabe und als Rückbezug auf die Entfernungshandlung, was der Fortführung der weiteren kommunikativen Handlung dient. Durch das am Ende gesetzte Emoji <🙄> wird diese gesichtsverletzende Handlung abgemildert. Gruppenmitglieder reagieren nicht auf das Hauptthema aus #22, sondern auf die Mitgliederentfernung. Das Emoji mit dem vor Angst schreienden Gesicht <🤨> verweist auf eine ikonische Darstellung menschlicher Mimik, wodurch das Gefühl für die vorangegangene Handlung von Lara neben der verbalen Äußerung anschaulich ausgedrückt wird. Das <🙄>-Emoji nach dem Scherz von Lara in #24 dient vor allem der „Markierung einer scherzhaften Interaktionsmodalität“ (Imo 2015b: 145) nach der abwertenden Bezeichnung für die entfernten Leute, während das gleiche Emoji als alleiniger Inhalt der Nachricht einer anderen Person in #25 auf die Vermittlung ihrer Emotionen vorherige Kommunikationshandlungen kommentiert.

Im zweiten Teil des Dialogauszugs geht es um den Austausch über die Geldverteilung für das Geschenk. Nach ihrer Nachricht über einen vergünstigten Preis in #26 sendet Lara ein <👉>-Emoji in #27 als positive Bewertung dieser Neuigkeit. Die Rückkopplungen von anderen Chatbeteiligten in #28, #30, #31 und #32 sind sehr kurz und prägnant. Nikolaj, Arne Pütt und Kevin Müller antworten jeweils mit einem Beitrag, der eine kurze verbale Äußerung, gefolgt von einem Emoji, enthält. Alle enthaltenen Emojis signalisieren eine positive Einstellung. Beim Metalhand-Emoji <👉> und dem <👉>-Emoji, das eigentlich für „Ruf mich an“ steht, wird von ihren ursprünglichen Bedeutungen abgewichen und sie werden mit Zustimmung, Einverständnis, Bewunderung konnotiert. Interessant ist noch die Äußerung von Kevin in #32. Sie deutet an, dass er das Emoji in derselben Nachricht nicht nur für die Vermittlung von Einstellungen in der Kommunikation ausgewählt hat, sondern um die Reihe von Emojis der anderen Schreiberinnen fortzuführen. Dies ist ebenfalls eine Art der Interaktion in der Mehrparteienkommunikation.

Die konzisen Rückmeldungen mehrerer Parteien in diesem Gruppenchat sind ebenfalls Indikatoren für die Gruppenidentität. Fladrich/Imo (2019: 114) erläutern dazu: „Gruppenzugehörigkeit und Nähe können entweder durch verbalen und nonverbalen ‚Aufwand‘ (z.B. ‚Ich habe euch lieb‘ oder Herz-Emojis) oder aber durch das genaue Gegenteil, nämlich knappes und saloppes Sprechen hervorgerufen werden“. Hierbei möchte ich noch ergänzen, dass sich Gruppenidentität bzw. Gruppenzugehörigkeit ebenfalls im intentionalen Aufbau der Konsequenz in der schriftlichen Kommunikation zeigt, die sich durch das Setzen gleicher oder unterschiedlicher Bildzeichen oder durch Wiederaufnahme textueller Äußerungen vollziehen kann.

Ein ähnliches Phänomen kommt im nächsten Gruppenchat (Beispieldialog 62) zwischen zwei befreundeten Familien vor, die seit Jahren freundschaftlich miteinander verbunden sind und stets zu Beginn der Weihnachtszeit gemeinsam essen gehen.

Beispiel 62: MoCoDa 2 #NFnPr



Einen Tag nach dem Treffen am 07.12.2019 hat Wiebke, die Mutter der ersten in Nordrhein-Westfalen ansässigen Familie, den Gruppennamen geändert. Daraufhin reagieren die Mitglieder der zweiten Familie, die neben Lena alle in Niedersachsen wohnen, affirmativ mit Emojis. Heiko, der Vater, schickt ein dreifaches <👍>-Emoji als wertschätzenden Kommentar

und verstärkte Zustimmung. Seine Tochter Lena versendet ein <🎉>-Emoji als Ausdruck ihrer Vorfreude. Seine ältere Tochter Anna wählt ein schlagendes Herz <❤️>, mit dem ihre Zustimmung zu dieser Vereinbarung und möglicherweise ebenfalls ihre Wertschätzung für die liebevolle Beziehung vermittelt wird. Die Mutter der zweiten Familie meldet sich darauf mit einem Okay-Emoji, um ihr Einverständnis mitzuteilen. Alle diese Emojis können als Indikatoren positiver Einstellungen zum nächsten Treffen gedeutet werden und spiegeln die schönen Erinnerungen an das diesjährige Treffen wider. Insgesamt zeigt sich in dieser Kommunikation die gegenseitige Wertschätzung der Schreiberinnen.

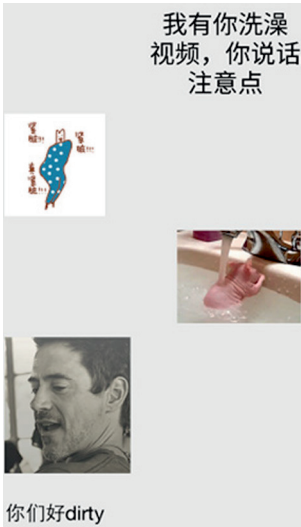
In diesem Dialogverlauf tauchen keine textuellen Äußerungen auf. Wiebkes Handlung, den Gruppennamen zur gemeinsamen Aktivität im nächsten Jahr zu ändern, hat eine bedeutende Rolle in dieser Interaktion, wie die Reaktionen der zweiten Familie belegen. Die Teilnahme an der Interaktion kann sich nicht nur durch verbale und nonverbale Beiträge in einem Dialog vollziehen, sondern auch durch das organisatorische Verhalten außerhalb der getippten Inhalte, wie die Änderung des Gruppennamens in diesem Fall. Die erfolgreiche Bedeutungskonstitution setzt gemeinsames Hintergrundwissen und gemeinsam erlebte soziale Gewohnheiten der Chatteilnehmerinnen voraus. In diesem Dialogverlauf treten keine textuellen Äußerungen, sondern lediglich unterschiedliche Emojis auf. Die vier Dialogbeiträge betonen die kommunikationsökonomischen Besonderheiten der Emojis, die in Übereinstimmung mit der knappen Handlung von Wiebke ohne weitere textuelle Erklärung versendet werden. Der zeitliche Aufwand für das Tippen der Emojis wird durch die Verwendung

reiner Bildzeichen verringert, während ihre Einstellungen und Gefühle anschaulich dargestellt und von den anderen potenziellen Dialogbeteiligten deutlich erfasst werden. Zur zeitökonomischen Komponente der Kommunikation vertritt Schmitz (2004: 121) den Standpunkt: „Wer gehört, gesehen oder gelesen werden will, muss mit der knappen Zeit des Empfänger[in] rechnen.“ Aus Sicht der Emoji-Adressatinnen sind Emojis erheblich „wahrnehmungsnah“ (Sachs-Hombach 2013: 94), da sie „relativ mühelos zu entschlüsseln“ (Frischherz/Sprenger 2016: 45) sind und anschließend zur schnellen Auslösung von Sympathie und zur Vermittlung emotionaler Erlebnisse dienen (vgl. Frischherz/Sprenger 2016: 45).

9.4 Monomodale Kommunikation: „Duell mit Stickern“ in WeChat

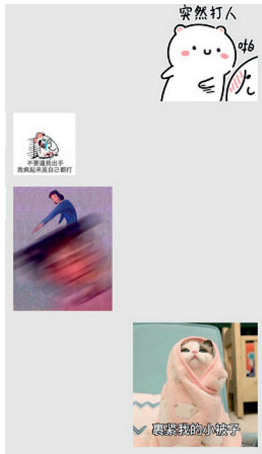
Kielholz (2008: 20) vertritt den Standpunkt, dass das Bildliche den Text in der Internetkommunikation nicht ersetzen, sondern lediglich wichtige Aspekte ergänzen kann. Allerdings entfaltet das Bildliche in schriftbasierter Messenger-Interaktion zunehmend einen größeren Spielraum und übernimmt keine bloß ergänzende Funktion mehr. Im chinesischen WeChat entwickelte sich eine Kommunikationsmöglichkeit mittels ausschließlich piktoraler Zeichenressourcen. Dieses Phänomen präsentiere ich nachfolgend anhand zweier Beispieldialoge und eines Postings aus WeChat Moments.

Beispiel 63:



Übersetzung

- A:** Text-Sticker: Ich habe dein Duschvideo, du musst aufpassen, was du sagst. (#1)
- B:** Animierter Sticker mit Schriftzeichen: Eine Katze mit Bettdecke, die sich ständig bewegt. Die Zeichen bedeuten „nervös, nervös“. (#2)
- A:** Animierter Sticker: Ein Schwein duscht im Waschbecken. (impliziert: „Du bist ein Schwein“ – nicht negativ.) (#3)
- B:** Animierter Sticker: Ein Mann blickt verächtlich. (#4)
- B:** Text-Sticker: Ihr seid so schmutzig. (#5)



- A:** Statischer Sticker mit Schriftzeichen: Eine Katze gibt der anderen eine Ohrfeige. Die Bedeutung der Schriftzeichen: Plötzlich schlagen, pia (eine Onomatopoesie) (#6)
- B:** Statischer Sticker mit Schriftzeichen: Eine Zeichentrückfigur sitzt an der Wand und weint. Die Bedeutung der Schriftzeichen: Zwing mich nicht, dich zu schlagen! Wenn ich verrückt wäre, würde ich mich sogar schlagen. (#7)
- B:** Animierter Sticker: Eine Frau gibt der anderen unaufhörlich Ohrfeigen. (#8)
- A:** Statischer Sticker mit Schriftzeichen: Eine Katze sitzt auf einem Bett in eine Bettdecke gehüllt. Die Bedeutung der Schriftzeichen: Ich schlage die Decke fest um mich herum. (#9)

In diesem Dialogauszug tauschen die beiden Schreiberinnen ausschließlich Sticker aus (bewegliche oder statische Motive), worüber stillschweigendes Einverständnis zwischen den zwei Personen herrscht. Die beiden Schreiberinnen senden sich wechselseitig Sti-

cker zu, um einander auf dem Bildschirm „anzugreifen“. Im Chinesischen wird dieses Phänomen als „斗图“, – wörtliche Übersetzung „kämpfen“ und „Bild“ – bezeichnet. Sinngemäß bedeutet das „Duell mit Stickern“. ¹⁷⁴ Mit dem Wort „Duell“ schließe ich an den Begriff „verbal duelling“ an, der insbesondere ein kommunikatives Phänomen in Untersuchungen zu HipHop- oder Rap-Battles (vgl. Deppermann/Riecke 2006; Langisch 2012; Sokol 2004) oder zur Jugendsprache (vgl. Androutsopoulos/Georgakopoulou 2008; Deppermann/Schmidt 2001; Neuland 2018) bezeichnet. Sokol (2004: 120) definiert „Verbal Duelling“ als eine Tradition, bei der Beteiligte in einer kompetitiven, gesprochenen oder gesungenen Interaktion innerhalb einer Spielstruktur mit kodifizierten Regeln agierten. ¹⁷⁵ Typischerweise finde dies öffentlich vor einem beteiligten und bewertenden Publikum statt, das letztendlich Gewinnerin und Verliererin bestimme. Im WeChat-Schreiben verlagern sich die Duellmittel von der Sprache hin zu Bildzeichen, zu Stickern. Ich sehe das „Duell mit Stickern“ als eine Form des Neckens an, bei dem sich die Dialogteilnehmerinnen verschiedene Sticker zusenden und ansonsten keinerlei weitere Zeichen eintippen. Die kompetitive Interaktion beschränkt sich nicht nur auf inhaltliche Aggressionen, indem die Teilnehmerinnen scheinbar dramatische, unhöfliche oder beleidigende Sticker schicken, um einander zu übertrumpfen. Der Wettbewerbsfokus kann auch auf der Interaktionsform liegen, bei der die zwei Interaktantinnen kontinuierlich verschiedene Sticker austauschen, deren Inhalte durchaus liebevoll und positiv sein können. ¹⁷⁶ Im Mittelpunkt des Sticker-Duells steht ihre amüsierende Funktion für die Schreiberin-

174 Wer die Frage „Seit wann verbreitet sich das Phänomen ‚Duell mit Stickern‘ in der KSC-Kommunikation?“ auf Chinesisch googelt, kann sehen, dass ähnliche Fragen seit 2016 gestellt werden. Normalerweise wird die breite Öffentlichkeit auf ein neues Phänomen erst dann aufmerksam, wenn es sich bereits verbreitet hat. Es ist daher sehr wahrscheinlich, dass das Phänomen „Duell mit Stickern“ schon vor 2016 existierte und das interpersonale digitale Schreiben beeinflusste.

175 Für den Hinweis zum „Verbal Duelling“ zwischen Jugendlichen danke ich Gutachterin 1 der Zeitschrift „Linguistische Berichte“, die mich in ihren Bemerkungen zu meinem Artikel „Geburtstagsglückwünsche in digitalen Dialogen: Ein Vergleich zwischen deutschsprachigen WhatsApp- und chinesischen WeChat-Messengernachrichten“ auf eine linguistische Untersuchung zu diesem Konzept aufmerksam machte.

176 Gu (2024: 50) führt in ihrer Untersuchung zu Geburtstagsglückwünschen ein Beispiel für ein Duell mit Stickern mit positivem Bedeutungsumfang an.

nen, die eine soziale Nähe herstellen, ohne dass es zu Gesichtsverlust kommt.¹⁷⁷

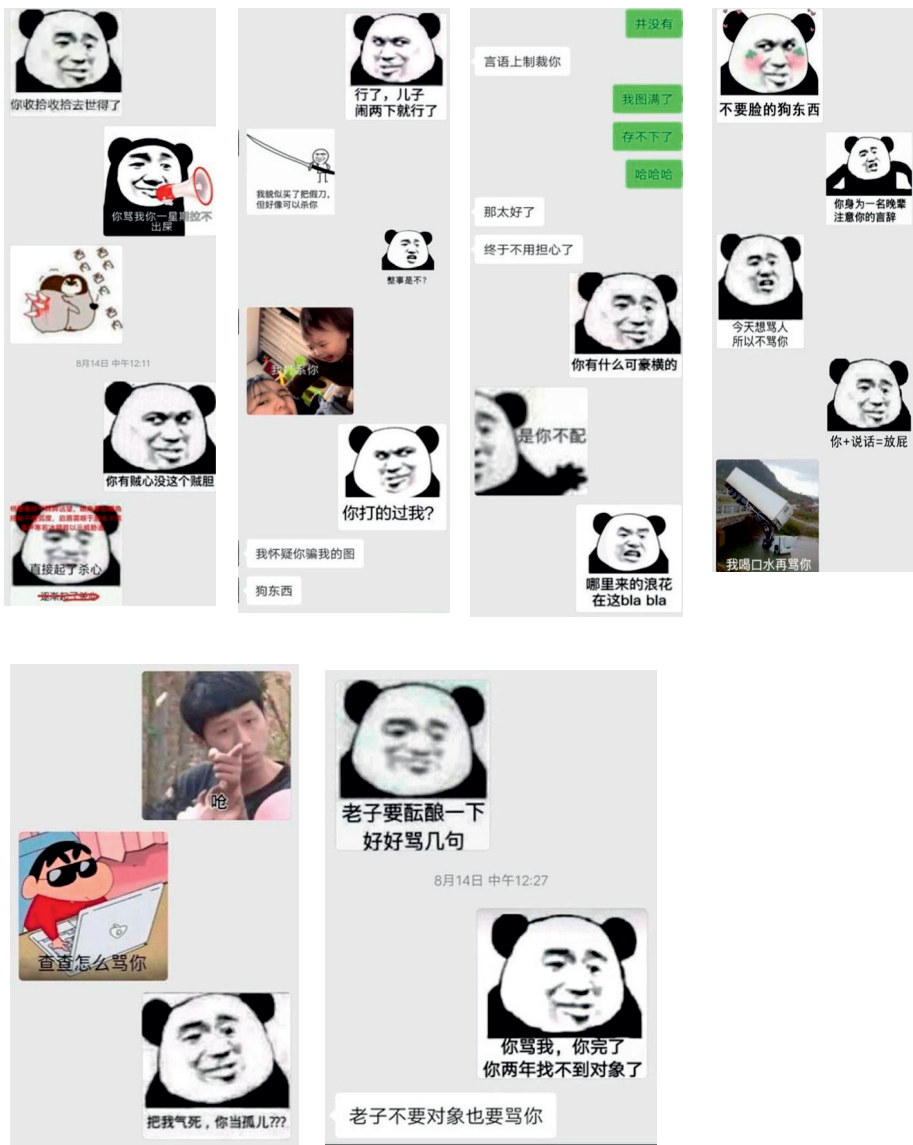
In diesem Beispieldialog sind die eingesetzten Sticker vielfältig: Die nicht-animierten Sticker in den Nachrichten #1 und #5 bestehen lediglich aus Verbalem, die Nachrichten #3, #4 und #8 sind animierte Sticker ohne Text, Nachricht #2 ist ein animierter Sticker mit Text, statische Sticker mit Text bilden die Nachrichten #6, #7 und #9. In der Messenger-Kommunikation tritt häufig eine „formal-funktionale Hybridität“ auf, bei der geschriebene Äußerungen, Icons, Töne sowie Bilder gemeinsam verschickt werden können (vgl. Wyss/Hug 2016: 259). Beim „Duell mit Stickern“ findet hingegen lediglich eine Sorte Zeichensystem, nämlich das bildliche, in der Interaktion Verwendung. Dadurch ist diese auf Bildzeichen – vor allem Sticker – verlagerte Kommunikation monomodal.¹⁷⁸ In diesem Interaktionsprozess spielen Texte in den Stickern dennoch eine unentbehrliche Rolle, ohne die das Bildliche allein nicht imstande wäre, dem Gegenüber die angemessenen Emotionen und Einstellungen zu vermitteln. Die Monomodalität entsteht hierbei basierend auf der Multimodalität, indem das Sprachliche und das Bildliche nebeneinander stehen und gemeinsam als ein Bestandteil einer bildlichen Ganzheit in Form von Bildzeichen in der Interaktion gesetzt sind.

Mitunter beginnt das Duell mit Stickern spontan in der Interaktion. Sticker-Duell und textuelle Äußerungen wechseln sich ab, textuelle Äußerungen nach dem Beginn des Sticker-Duells sind nachrangig.

177 Im Kap. 9.3.1 habe ich Scheinbeleidigungen und Hu Dui anhand der Beispiele 45 und 46 ausgeführt. Diese stehen in ihrer spielerischen Aggression in engem Zusammenhang mit dem Sticker-Duell. Wie Hu Dui dient ein Duell mit Stickern ebenfalls der Förderung der Intimität zwischen den Dialogteilnehmerinnen; je enger die Beziehung, desto beleidigender dürfen die Äußerungen sein (vgl. Zhao 2020: 55). Zudem findet das Duell mit Stickern in einer stillschweigenden Kooperation auf der monomodalen bildlichen Ebene statt.

178 In Kapitel 5.2 wurde der Begriff „doppelter Multimodalität“ in der Interaktion erläutert, wenn Bildzeichen, die aus textuellen und bildlichen Elementen bestehen, in verbalen Äußerungen eingebettet werden. Zum einen sind viele dieser Bildzeichen selbst multi- oder bimodal, wenn sie aus Bild, Sprache und eventuell Ton bestehen. Zum anderen entsteht durch den Einsatz der multimodalen Bildzeichen im sprachlichen Text eine neue multimodale Gesamtheit. Das Phänomen „Duell mit Bildern“ gilt nur als monomodal auf der Ebene der Dialoggestaltung, weil der Dialog nur bildlich erfolgt, obwohl sich die im Dialog eingesetzten Bildzeichen aus Sprache und Bild zusammensetzen.

Beispiel 64:



Übersetzung mit Sticker-Beschreibung:

A: Statischer Sticker (Text: Du kannst einfach Koffer packen und aus der Welt gehen). (#1)

B: Statischer Sticker: Eine Cartoon-Figur hält ein Megafon, der Untertitel (Text) lautet: „Falls du mich noch mehr schimpfst, wirst du eine Woche lang nicht kacken können!“ (#2)

A: Statischer Sticker: Ein Pinguin ersticht den anderen mit vier Messern. Die Schriftzeichen stehen für das Geräusch, das verursacht wird, wenn Messer einen Körper durchdringen. (#3)

B: Statischer Sticker: Die Figur schaut zur linken Seite und der Text lautet: „Obwohl du willst, hast du in der Wirklichkeit aber keinen Mut, es einzusetzen“. (#4)

A: Statischer Sticker: Die Figur schaut nach unten und überlegt. Der rot unterstrichene Text lautet „Nach und nach habe ich einen Mordplan“, was den obenstehenden Text „Ich habe sofort einen Mordplan“ ersetzt. (#5)

B: Statischer Sticker: Die Figur sieht zur rechten Seite, der Text lautet: „Na gut, mein Sohn. Ganz schnell soll die arme Seele Ruhe haben“. (#6)

A: Statischer Sticker: Eine kleine Person nimmt ein langes Messer, der Text lautet: „Obwohl ich scheinbar ein gefälschtes Messer gekauft habe, kann ich dich noch töten“. (#7)

B: Statischer Sticker: Die Figur sagt: „Provozierst du jetzt?“ (#8)

A: Beweglicher Sticker: Zwei Mädchen schlagen sich, dazu der Text „Ich schlage dich zu Tode“. (#9)

B: Die Figur sieht nach oben rechts und fragt „Bist du mir überlegen?“ (#10)

A: Ich bezweifle, dass du Bildzeichen von mir stiehlest. (#11)

- Verdammtes Ding (#12)

B: Nein, habe ich nicht. (#13)

A: Ich bestrafe dich auf der Ebene der Sprache! (#14)

B: Ich bin schon zufrieden. (#15)

- Sticker-Limit in meinem WeChat ist schon erreicht. (#16)

- Hahaha (#17)

A: Na super! (#18)

- Ich habe keine Sorge mehr! (#19)

B: Statischer Sticker: Die Figur sieht nach rechts unten und der Text lautet „Wie kannst du so überheblich sein“. (#20)

A: Statischer Sticker: Die Figur winkt mit der Hand; Text: „Du lohnst dich nicht“. (#21)

B: Statischer Sticker: Die Figur runzelt die Stirn und verzieht den Mund, der Untertitel lautet: „Woher kommt die Brandung, macht hier so viel Geräusche?“ (#22)

A: Statischer Sticker: Der Figur steigt die Röte ins Gesicht, der Text bedeutet „Du unverschämtes verdammtes Ding“. (#23)

B: Statischer Sticker: Die Figur stemmt ihre Taille mit beiden Händen, dazu der Text: „Als einer der jüngeren Generation muss du auf deine Redensarten achten“. (#24)

A: Statischer Sticker: Die Figur sieht nach vorne und sagt: „Heute möchte ich eine Person schimpfen, deswegen schimpfe ich dich nicht“. (implizit: du bist keine Person) (#25)

- B:** Statischer Sticker: Die Figur sieht leicht nach unten, der Text ist „Du + Sprechen = Furzen“. (#26)
- A:** Statischer Sticker: Ein Sattelschlepper hängt von einer Brücke herab in einen Fluss. Text: „Ich trinke mal und dann schimpfe ich dich weiter“. (#27)
- B:** Statischer Sticker: Ein Junge zeigt nach vorne und droht jemandem. Das Schriftzeichen ist eine Modalpartikel, die für Warnung und Bedrohung steht. (#28)
- A:** Statischer Sticker: Die Manga-Figur Crayon Shin-chan sitzt vor einem Laptop. Der Text: „Ich muss suchen, wie ich dich schimpfen kann“. (#29)
- B:** Statischer Sticker: Die Figur hebt leicht den Kopf und redet. Die Schriftzeichen: „Falls ich von dir zu Tode verärgert würde, würdest du Waisenkind sein???“ (#30)
- A:** Statischer Sticker: Die Figur denkt an etwas. Der Text lautet: „Dein Papa muss ausbrüten, wie er gut schimpfen kann“. (#31)
- B:** Statischer Sticker: Die Figur sieht nach unten und sagt „Falls du mich schimpfen würdest, wäre es mit dir aus! Du könntest keinen Freund innerhalb von zwei Jahren finden“. (#32)
- A:** Papa muss dich schimpfen, obwohl ich keinen Freund finden kann. (#33)

Das ist ein Auszug aus einem Dialog¹⁷⁹ zwischen zwei Mitbewohnerinnen im Bachelorstudium bei der Diskussion über die Zimmerreinigung. Dazwischen hat eine Studentin (B) der Duell-Initiatorin (A) Fotos von einer Party mit anderen Freunden geschickt, an der A nicht teilnehmen konnte, weil sie zu dieser Zeit nach Hause gefahren ist. Die Initiatorin A gibt vor, das Verschicken der Party-Fotos durch B sei ein gemeines Kokettieren mit Erlebnissen, an denen A nicht teilhaben konnte. Daraufhin schickt A einen Sticker mit Bildzeichen als Reaktion auf die Fotos und beginnt damit auf ausufernde und scherzhafte Weise ein Sticker-Duell.

Zuerst finden fünf wechselseitige konsekutive Duell-Runden statt (von Nachricht #1 bis #10). In den nachfolgenden textuellen Beiträgen äußert A ihren Verdacht humorvoll, dass ihre Mitbewohnerin B sich mit ihr nur mittels Bildzeichen kabbele, um As Sticker zu ihrer eigenen Sticker-Sammlung hinzuzufügen (Nachricht #11, #12). Dieser Scherz von A zielt in erster Linie darauf ab, das Duell auszuweiten. Gleichzeitig deutet sie darauf hin, dass die Schreiberin B beim Duell mit Stickern unterlegen wäre, falls sie Sticker von A im Verlauf des Duells „stehlen“ würde. Eine andere Möglichkeit ist, dass A mit ihrer Verdachtsäußerung ein implizites Zeichen für eine Pause oder ein Ende des Duells gegeben hat, weil ein explizites Zeichen als eine „Niederlage“ im Duell angesehen werden könnte. B verneint den Verdacht von A und bringt anschließend die zweite Runde des Bildzeichen-Duells wieder in Gang (von Nachricht #20 bis #31). Das Duell mit Stickern und damit der gesamte Dialog endet mit einem textuellen Beitrag, der auf den Sticker in Nachricht #32 reagiert.¹⁸⁰

Auf der Ebene der Dialogkonstruktion wird das Duell mit Stickern als zentraler Teil in dieser Kommunikation eingesetzt, das aber ganz spontan nach den textuellen Beiträgen beginnt und sich dank der Kooperation der beiden Schreiberinnen weiter vollzieht. Daneben

179 Die Anzahl von Stickern in einer persönlichen Sticker-Sammlung war bis März 2021 auf 300 Stück pro Nutzerin begrenzt. Deswegen schreibt B in Nachricht #16: „Sticker-Limit in meinem WeChat ist schon erreicht.“

180 Bemerkenswert ist die Selbstbezeichnung „Papa“ der Schreiberin A in der letzten textuellen Äußerung von Beitrag #33 „Papa muss dich schimpfen, obwohl ich keinen Freund finden kann“. Ich verstehe die Verwendung der Eigenbezeichnung „Papa“ von der stark patriarchalischen chinesischen Kultur her, die auf Autorität, höhere Position und Priorität verweist. Mit dieser Bezeichnung kann sie ihre eigene Position gegenüber der anderen Schreiberin anheben. Die Schreiberin A verzichtet also auch nicht auf den Versuch, die andere Schreiberin sprachlich zu ‚unterdrücken‘ und die Oberhand im Duell zu gewinnen.

stellt sich das Sticker-Duell stark quasi-synchron dar. Die Interaktantinnen tauschen ihre Nachrichten in einem sehr kurzen zeitlichen Abstand aus, obwohl sie noch Zeit für die Auswahl passender Sticker als ‚Gegenangriff‘ auf den vorherigen Sticker-Inhalt aufwenden müssen. Das schnelle wechselseitige Sticker-Kabbeln setzt die „Ko-Präsenz“ der beiden Chatterinnen und starke interaktionale Aktivität voraus, wobei sich eine unterhaltsame und lustige Szene für die Interaktantinnen bildet. Der „Interaktivitätsgrad“ (Dürscheid/Frick 2014: 170) ist im Duell mit Stickern sehr hoch. In einem Schreiberwechsel sendet jede Person nur einen Sticker, jeder Sticker in der reziproken Interaktion geht auf die Rückkopplung auf die letzte non-verbale Nachricht des Gegenübers zurück. Die aufeinander bezogenen Sticker bilden das ganze Duell. Auf der Ebene des Dialoginhalts können wir nach Lektüre des Dialogs den Eindruck bekommen, dass die Kommunikation aggressiv und beleidigend abläuft. Die Sticker-Inhalte sind beispielsweise „Ich muss dich zu Tode schimpfen“, „Du bist kein Mensch“, „Ich bin dein Papa“, „Du bist ein verdammtes Ding“ usw.

Die beiden Dialoge #63 und #64 zeigen, wie Bildzeichen den Text in der schriftbasierten digitalen Interaktion ersetzen, deren kommunikative Funktion in gewissem Maße übernehmen und die multimodale Kommunikation in eine monomodale Kommunikation konvertieren können. Im Folgenden wird ein Posting in WeChat Moments als Beispiel für den Ersatz textueller Äußerungen bei der Schilderung des Tagesverlaufs diskutiert. Dieses Beispiel stammt aus der Diskussionsgruppe „Verein der Emoji-Analyse“ und ist ein Posting eines Gruppenmitglieds in WeChat Moments.¹⁸¹ Nachstehend werden das Posting mit der Interpretation einer anderen Diskussionsteilnehmerin (oben) und die eigene Übersetzung der Senderin (unten) gegeben.

181 Diese Diskussion in der Douban-Gruppe wurde am 07.03.2020 verfasst. Die Autorin hat insgesamt vier Postings in Moments gezeigt, nur das gewählte Beispiel wird von der Autorin im Austausch „übersetzt“. Die vollständige Diskussion ist einsehbar unter <https://www.douban.com/group/topic/166944665/> (letzter Zugriff am 30.04.2023).

Beispiel 65:



10个月前

周六太阳很好 你烧了鱼后去跑了马拉松，后来喝酒庆祝加大吃大喝去了医院 最后回家却因为邻居的噪音而无法入睡？



楼主 10个月前

周六看了日出，到达小岛上，然后去吃了鱼头，接下来部门运动团建，晚上又开始聚餐，用餐结束后回酒店然后和同事唱歌，最后睡觉。周日看了日出，早餐后去环岛骑行但并不愉快，午餐之后返回公司 1199，骑自行车去看了电影《海上钢琴师》（电影又名 1900），晚上去看喜欢的歌手演唱会。

Dieses Posting kann als eine Art bildliches digitales Tagebuch angesehen werden. Die Verfasserin protokolliert den Tagesverlauf vom Freitag (chinesisches Zeichen 周五), Samstag (chinesisches Zeichen 周六) und Sonntag (chinesisches Zeichen 周日) mit Emojis und Stickern. In diesem Posting hat die Autorin mehrere Emojis selbst manuell zusammengesetzt und als Sticker gepostet, um ihre Geschichte möglichst genau durch Bildzeichen zu erzählen. Auf dem rechten Bild stehen zwei Antworten in der Diskussion. Die obenstehende Antwort kommt von einem anderen Gruppenmitglied, das lediglich den Emoji-Tagebucheintrag vom Samstag interpretiert (der zweite Teil auf dem Screenshot): „Am Samstag schien die Sonne gut, du kochtest Fisch und liefst Marathon. Danach gingst du ins Krankenhaus, weil du auf der Feier gefressen und gesoffen hattest. Schließlich konntest du nicht einschlafen wegen des Lärms deines Nachbarn.“ Am Ende der Übersetzung stehen zwei Fragezeichen, die die Unsicherheit der Vermutung ausdrücken.

Die darunter stehende Erklärung kommt von der Autorin selbst. Sie erklärt das bildliche Protokoll des Samstags folgendermaßen: „Am Samstag sah ich den Sonnenaufgang und ging zu einer Insel, danach aß ich Fischköpfe und nahm an Gruppenaktivitäten teil. Am Abend aßen wir zusammen, danach gingen wir ins Hotel zurück und sangen dann gemeinsam mit Kollegen, schließlich ging ich schlafen. Am

Sonntag (der dritte Teil auf dem Screenshot) sah ich den Sonnenaufgang und fuhr nach dem Frühstück mit dem Rad um die Insel, was mir keinen Spaß machte. Nach dem Mittagessen ging ich in meine Firma (1199)¹⁸² zurück und fuhr danach mit dem Rad ins Kino und sah den Film ‚Die Legende vom Ozeanpianisten‘ (deren Namen ebenfalls 1900 ist).¹⁸³ Am Abend ging ich ins Konzert eines Sängers, das mir sehr gefallen hat.“¹⁸⁴

Die Auslegung der Schreiberin könnte den Eindruck erwecken, dass das Emoji-Tagebuch ohne Erklärungen nur schwer zu verstehen ist. Die Gründe dafür könnten einerseits in der Verwendung der Emojis oder Sticker liegen, die auf individuellen Gefühlen und Nutzungsgewohnheiten basieren und für Leserinnen des Bildzeichen-Tagebuchs nicht zugänglich sind. Typischerweise steht das aus den Emojis <👁️> und <👉> zusammengesetzte Bildzeichen (das erste in der vierten Reihe) für „keinen Spaß gemacht“, was Rezipientinnen ohne relevante Hinweise kaum begreifen können. Andererseits erfordert das Verständnis auch gemeinsame Erfahrungen oder Aktivitäten; Hintergrundwissen und Vorkenntnisse darüber sind eventuell notwendig. Die Art und Weise, wie Lebensmomente und Erinnerungen mit Bildzeichen erzählt werden, stellt ein faszinierendes Phänomen im Zeitalter der verbreiteten digitalen Kommunikation dar. Diese Darstellungsweise ist nicht nur eine Verschlüsselung privater Erlebnisse im halböffentlichen WeChat Moments, sondern auch eine besondere Form der Unterhaltung und des Aufgreifens von Trends in der bunten, digitalen Kommunikationswelt.

Kulturelle Hintergründe spielen bei den Sticker-Duellen chinesischer Schreiberinnen eine wichtige Rolle. Neben dem Bedürfnis nach

182 Laut dem Interview mit der Autorin ist 1199 die Hausnummer ihrer Firma.

183 Der englische Name von diesem Film lautet „The Legend of 1900“, jedoch kommt die Zahl 1900 in der chinesischen Übersetzung nicht vor. Die Senderin hat selbst die Zahl 1900 nach dem Filmtitel ergänzt.

184 Im Interview mit der Autorin wird zudem die Interpretation des Tagebuchs am Freitag (in der ersten und zweiten Reihe der Emojis) ergänzt: „Nach dem Feierabend am Freitag vereinbarte ich, mit einer Freundin zusammen zu schwimmen. Wir nahmen den Bus bis in die Nähe der Schwimmhalle und fuhren mit einem öffentlichen elektronischen Fahrrad zur Schwimmhalle. Aber es gab nur Abstellplätze für nicht-elektronische Fahrräder, dann fuhren wir mit dem Elektrofahrrad wieder in die Stadt und fuhren mit normalen Fahrrädern schnell zur Schwimmhalle und rannten danach dorthin. Nach dem Schwimmen wollten wir Maroni kaufen, doch es gab schon keine mehr, dann fuhren wir zuerst Fahrrad, dann mit der U-Bahn und dem Bus nach Hause.“

Amusement hängen die Gründe, wegen derer Chinesinnen Emojis und Sticker so gern benutzen, mit ihrem Charakter und der chinesischen Kulturtradition zusammen. Konfuzius übt nach wie vor einen großen Einfluss auf das Verhalten der Chinesinnen aus. Er sprach: „Schau nicht auf das, was der Anständigkeit widerspricht; höre nicht auf das, was der Anständigkeit widerspricht; sprich nicht, was gegen die Anständigkeit verstößt; tue nicht, was gegen die Anständigkeit verstößt.“¹⁸⁵ Ihm zufolge besteht vollkommene Tugend darin, sich konventionellen Regeln des Anstands zu unterwerfen, um zur Sittlichkeit zurückzukehren. Die unter dem Einfluss des konfuzianischen Denkens aufgewachsenen Chinesinnen sind im Allgemeinen eher zurückhaltend und diskret im Vergleich zu Menschen aus der westlichen Welt. Sie legen großen Wert auf die Wahrung des Gesichts und vermeiden daher gerne riskante Aktionen, die einen Gesichtsverlust hervorrufen könnten. Emotionen werden oft nicht explizit ausgedrückt. Sie sagen selten „Nein“, selbst wenn sie es eigentlich möchten. Heutzutage werden Emojis und Sticker nicht nur als Hilfsmittel, sondern auch als individuelle Ausdrucksformen im digitalen Schreiben eingesetzt. Sticker-Sets sind für Chinesinnen ein Spiegelbild ihrer Gedanken und Bedürfnisse. Die Kommunikation mit Emojis und Stickern bietet chinesischen Schreiberinnen eine Möglichkeit, Bedürfnisse zu berücksichtigen, wenn sie ihre Meinung zum Ausdruck bringen wollen. Gewissermaßen stellt das Sticker-Duell am Bildschirm mit seinen Übertreibungen einen bildlichen „Widerstand“ gegen die langfristige Unterdrückung der eigenen Persönlichkeiten im realen Leben dar und eine „Befreiung“ von derselben.

Darüber hinaus spiegelt das Phänomen des „Duells mit Stickern“ die Wertschätzung des Gesichts in der Interaktion wider. Eine Person setzt das Kabbeln mit übertriebenen Stickern in Gang. Eine Rückkopplung als Gegenangriff ist eine gesichtsgebende Handlungsweise, obwohl die Inhalte der dabei versendeten Sticker zumeist unhöflich und beleidigend sind. Dieser wechselseitige scherzhafte Prozess von Beleidigung und Gegenbeleidigung kann über mehrere Runden wie ein Pingpong-Spiel aufrechterhalten werden (vgl. Zhao 2020: 59). Sticker-Duelle dienen dazu, soziale Beziehungen aufrechtzuerhalten

185 Dieses Zitat betont die Bedeutung von Anstand und moralischer Integrität im menschlichen Verhalten. Es stammt aus dem Werk „Lunyu“, einer Sammlung von Konfuzius zugeschriebenen Sprüchen.

und zu fördern. In diesem Sinne stellt das Duell mit Stickern eine Harmonie inmitten von Disharmonie dar.

Zusätzlich ist das Duell mit Stickern durch die Identitätsstiftung kleiner und großer Sozialgruppen sowie des Individuums motiviert. Erstens, wie eingangs erwähnt, stellen solche Duelle die Vertrautheit und soziale Nähe zwischen den Sticker-Nutzerinnen heraus. Nur Schreiberinnen mit guter sozialer Beziehung zueinander können die „Sticker-Waffen“ der Anderen ertragen, und nur Schreiberinnen, die Zeit für die Kommunikation mit Anderen aufwenden möchten, tragen solche Duelle miteinander aus. Schreiberinnen, die gemeinsam am Bildgefecht teilnehmen, sind „Insider“,¹⁸⁶ sie gehören zur In-Group (vgl. Liang 1998: 264). Die Haltung von Gruppenzugehörigen, die Beleidigungen im Scherz zulässig und unterhaltsam macht, formuliert Bonacchi (2014: 43) folgendermaßen: „Nur wir dürfen miteinander so reden, weil wir Freunde sind und zur gleichen Gruppe gehören“. Zweitens wird das Duell mit Stickern als gesellschaftliche Gruppenaktivität betrachtet, die das soziale Leben, insbesondere dasjenige jüngerer Menschen, durchdringt. Wenn WeChat-Schreiberinnen im Freundeskreis sich gerne mit zahlreichen Stickern im alltäglichen Dialog duellieren, werden andere Individuen allmählich davon beeinflusst und nach und nach übernehmen sie diese Praxis (vgl. Zhou/Ni 2020: 92).

Das Duell mit Bildzeichen gilt ebenfalls als eine Art, einem Trend zu folgen, und als eine neue Form der sozialen Interaktion im Bekanntenkreis. Diesbezüglich argumentieren Liu/Ran (2020: 13), dass neue kollektive Erfahrungen zwischen Menschen entstünden, sobald sie eine Gruppe bildeten. Dies fördere das kollektive Bewusstsein und bilde gemeinsame emotionale Verbindung und Symbole heraus.¹⁸⁷

186 Unter dem Einfluss des Konfuzianismus sind Menschen je nach ihren interpersonalen Beziehungen in Außenseiterinnen und Innenseiterinnen einzuteilen. Innenseiterinnen sind Familienangehörige, Freundinnen und Vertraute, Außenseiterinnen sind Bekannte und Fremde. Chinesinnen legen großen Wert auf die Unterscheidung von Innenseiterinnen und Außenseiterinnen; gegenüber den Innenseiterinnen stellt man seine eigenen Interessen hintan, ihre Bitten weist man kaum ab (vgl. Liang 1998: 263–264). Die Innen- und Außenbeziehung wirkt sich offensichtlich auf die Interaktionsstile aus, worüber Zhang sagt, dass „je persönlich näher und enger [die] Sprecher[in] im Beziehungsgefüge zu den Mitgliedern des jeweiligen Kreises steht, um so kommunikativ direkter kann [sie] sich verhalten“ (Zhang 2010: 368).

187 Ferner, so Liu und Ran, unterscheidet sich die Bildzeichenverwendung zwischen der jüngeren und der älteren Gruppe. Verschiedene Altersgruppen verfügen

Dabei signalisiert das Sticker-Duell im chinesischen WeChat die Stiftung einer Gruppenidentität innerhalb der kollektivistischen Kultur. Schließlich ist es noch Teil des Imageaufbaus der individuellen Schreiberin, indem sie Bildzeichen als eine neue Möglichkeit für eine überbordende Ausdrucksweise nutzt und um sich zeitweise anders als im realen Leben darzustellen. Das Image, das die Senderin durch die aktive Auswahl divergenter Bildzeichen im Duell aufgebaut hat, kann sich stark von ihrem tatsächlichen Selbstbild im Offline-Leben unterscheiden. Zum Beispiel könnte jemand, der als „Sticker-Königin“ im Bilder-Duell bekannt ist, im realen Leben ein Pokerface haben und nicht so offen mit Emotionen umgehen. Liu/Xu (2016: 339) halten dafür, dass die Duellbeteiligten ihren wahren psychologischen Status vor dem Gegenüber verbergen und ein neues, für sie akzeptableres Image bilden. Wenn eine Schreiberin in der Online-Kommunikation ihr Image ablegen will, muss sie ein neues, an das Online-Leben angepasstes Selbstbild entwickeln. Dieses Bedürfnis kann im Bildzeichen-Duell durch Verwendung zahlreicher Sticker befriedigt werden.

Eine zentrale kulturelle Unterstützung für die Durchführung des Bildgefechtes ist die High-Context-Kultur in China.¹⁸⁸ Kommunikation, die gemäß den Maßstäben dieser Kultur als gut gilt, ist raffiniert, nuanciert und vielschichtig und vermittelt ihre Botschaften oft andeutungsweise, aber nicht explizit. Im Gegensatz dazu ist gute Kommunikation in einer Low-Context-Kultur präzise, einfach und klar; Botschaften werden buchstäblich ausgedrückt und verstanden (vgl. Meyer 2015: 39). In der folgenden Abbildung resümieren Kasperk et al. (2006: 116) den Grad der Kontextabhängigkeit interpersonaler Kommunikation und ihrer Spezifika:

über verschiedene Lebenserfahrungen. Gegenüber ein und derselben Sache haben die verschiedenen Altersgruppen ein unterschiedliches kollektives Bewusstsein. Eine Überschneidung zwischen den unterschiedlichen kollektiven Bewusstseinen könnte zu einer neuen Zeichenbedeutung führen (vgl. Liu/Ran 2020: 14).

188 Damit übereinstimmend wird Regelrelativismus, also die „situationsabhängige oder kontextbezogene Auslegung von Regeln“, als ein Kernbestand jahrhundertalter konfuzianischer Ethik angesehen (vgl. Thomas et al. 2015: 147).

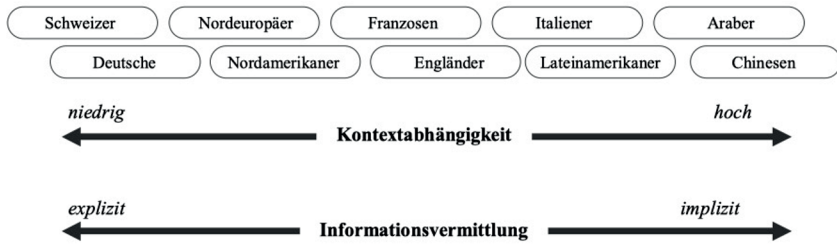


Abb. 77: Kontextorientierung in der Kommunikationssituation (Quelle: Kasperk et al. (2006: 116))

Bezüglich der Kontextgebundenheit bilden Deutschland/die Schweiz und China nahezu zwei gegensätzliche Pole: Die deutschsprachige Kultur weist eine sehr niedrige Kontextabhängigkeit auf, wohingegen die chinesische Kultur stark kontextgebunden ist. In dieser Kultur stehen der Aufbau und die Pflege zwischenmenschlicher Beziehungen im Mittelpunkt, und die Kommunikation verläuft häufig indirekt und relativ flexibel.¹⁸⁹ Im Sticker-Duell streben die Schreiberinnen nicht nach einem expliziten Verständnis über jede Nuance des Stickers, sondern primär nach einer groben Anpassung an den Sticker der Gegenpartei. Das Verstehen des einzelnen Stickers und der textuellen Äußerungen im Sticker sind stark kontextabhängig.

9.5 Zwischenbilanz

Nach der Untersuchung der kommunikativen Spezifika im Messenger-Schreiben habe ich in diesem Kapitel vier Aspekte im Zusammenhang mit der Bildzeichen-Verwendung fokussiert: die semiotischen Qualitäten der Bildzeichen, die Text-Bildzeichen-Relation, die detaillierte Bildzeichen-Verwendung im Einzel- und Gruppendialog sowie das besondere chinesische Kommunikationsphänomen „Duell mit Stickern“.

Der Teil über die semiotischen Eigenschaften der Bildzeichen bietet eine grundlegende Klassifikation zur semiotischen Relation zwischen dem Bildzeichen und dem Sachverhalt aus der Perspektive der Zeichentheorie von Peirce. Ikone, Indizes und Symbole können in

¹⁸⁹ Im Gegensatz dazu ist in der Low-Context-Kultur die Übereinstimmung zwischen dem Gesagten und Gemeinten wichtig, weswegen in der deutschsprachigen Kultur gewöhnlicherweise nur das Ausgedrückte der anderen dekodiert wird (vgl. Schroll-Machl 2013: 173).

einem Bildzeichen vermischt auftreten. Allerdings variieren seine semiotischen Bezüge je nach Verwendung in verschiedenen Situationen, Kontexten oder Kulturen und Konventionen. Ein Zeichen kann sich vom Ikon zum Symbol und Index, vom Ikon und Index zum Symbol wandeln. Die Rolle der komplexen bzw. zusammengesetzten Bildzeichen im digitalen Schreiben ergibt sich aus den textuellen Zusammenhängen im Dialogverlauf.

Sticker als ein komplexerer Zeichentyp besitzen eine größere Informationsdichte als Emojis. Die Mehrheit der Sticker beschränkt sich nicht auf nur eine Zeichenklasse, sondern umfasst zwei oder drei Zeichenklassen. Häufig schafft ein Sticker seinen eigenen Kontext durch die Darstellung einer Reihe von Handlungen, Mimik, Gesten, Text sowie die Gestaltung der Szene. Wie genau sich die eigene Szene der Sticker in den Dialogkontext einfügt, bleibt eine offene Frage, die anhand textueller und bildlicher Nachrichten zu untersuchen ist. Sticker lassen sich von den Nutzerinnen ändern, sie können kreativ an kommunikative Bedürfnisse angepasst werden.¹⁹⁰ Die semiotische Relation zwischen Sticker und Sachverhalt festzustellen kann daher kompliziert sein. Insbesondere wenn Sticker noch textuelle Formulierungen im Bild oder neben dem Bild enthalten, stellt sich die Frage, ob Schreiberinnen mit diesem Sticker eine verbale Äußerung ersetzt haben. Der Text im Sticker bestimmt in gewissem Maße den Gebrauchsbereich und lenkt ebenfalls die Interpretation des Bildes im Sticker in eine bestimmte Richtung.

Im zweiten Teil dieses Kapitels habe ich die Relation zwischen Bildzeichen und textuellen Äußerungen im Messenger-Schreiben analysiert. Im Unterschied zu den klassischen Bildern werden Bildzeichen hier von den Schreiberinnen auf Basis der aktuellen Kommunikationssituation und der Nachricht vom Gegenüber gesendet. Sie gehen mit erheblich höherer Interaktivität und Spontaneität einher und sind kontextabhängiger als klassische Bilder. In Anbetracht der Unterschiede zwischen klassischen Bildern und Bildzeichen sowie der interaktiven Gebrauchsräume habe ich die intermodale Relation

190 Interaktantinnen können Sticker selbst erstellen oder ändern, indem sie beispielsweise Sequenzen aus Filmen oder Interviews ausschneiden, um einen neuen Sticker zu generieren. Diese Mannigfaltigkeit führt dazu, dass kein spezielles Glossar zur Bedeutungserklärung von Stickern vorliegt, während verschiedene Angebote der Bedeutungserklärung von Emojis, z.B. [Emojipedia](#) und [smileybedeutung.com](#), bestehen.

auf zwei Aspekte hin erörtert, nämlich Akkommodation und einschränkende Relation zwischen Bildzeichen und Texten.

Die Akkommodation der Bildzeichen und Texte beruht auf ihrem komplementären Zusammenwirken in der Messenger-Kommunikation und beschränkt sich nicht auf die semantische Ebene. Die Komplementarität der Bildzeichen gegenüber dem Text besteht einerseits in deren Veranschaulichung des textuell Ausgedrückten. Bildzeichen ermöglichen ein „schnelle[s] Erfassen eines Zustandes, eines Sachverhalts in der Einbettung“ (Kielholz 2008: 20); sie werden schneller als textuelle Inhalt von den Chatterinnen wahrgenommen. Andererseits erweitern Bildzeichen textuelle Äußerungen der Verfasserinnen durch ihr „breites Spektrum an Ausdrucksmöglichkeiten“ (Kielholz 2008: 119), so dass nuancierte Emotionen und Einstellungen vermittelt werden können. Anschließend können Bildzeichen einschlägige Frames, also „Wissensmuster, in die Textelemente passen bzw. eingepasst werden“ (Stöckl 2016a: 105), aufrufen. Überdies lässt sich die konnotative Bedeutung, die nicht einfach durch reinen Text geäußert wird, indirekt durch Einsetzung von Bildzeichen vermitteln, um keine starke Gesichtsbedrohung und Beziehungsverletzung zu verursachen. Umgekehrt können Texte, die durch Bildzeichen präsentierten Botschaften konkretisieren, den Verständnisumfang regulieren und solche Botschaften mit detaillierten Beschreibungen ergänzen.

Die einschränkende Relation zwischen Bildzeichen und textuellen Äußerungen führte vor allem auf die Interaktantinnen zurück. Anhand der diskutierten Beispiele von Einschränkungsfällen hat sich gezeigt, dass das erfolglose multimodale Verstehen, der Gebrauch von Bildzeichen in einer unpassenden Situation und die persönliche Abneigung gegenüber bestimmten Bildzeichen interpersonale Kommunikation beeinträchtigen können. Bemerkenswerterweise setzt multimodales Verstehen in der Messenger-Kommunikation eine erfolgreiche Rezeption der multimodalen Produktion – das Erfassen von Weltwissen und Kontexteinfühlsamkeit einerseits sowie Wissen um visuelle Darstellungskonventionen und Gestaltungsregeln andererseits – voraus (vgl. Stöckl 2011a: 52). Überdies könnte fehlende multimodale Kompetenz ebenfalls als Hindernis in der Kommunikation fungieren und zu einem negativen Ergebnis führen.

Nach der Untersuchung der intermodalen Relation zwischen Bildzeichen und textuellen Äußerungen fiel der Blick auf die Bildzeichen-Verwendung im Einzel- und Gruppenchat. Im heutigen digitalen

Schreiben sind viele traditionelle Interaktionsgewohnheiten integriert, die in Tradition und Kultur verankert sind und mit den technischen Möglichkeiten der jeweiligen Plattformen kombiniert werden. „Neue“ Kommunikationsphänomene im digitalen Schreiben entstehen nicht plötzlich, sondern sind mehr oder weniger in bereits bestehenden Kommunikationsmöglichkeiten präfiguriert. In diesem Vorgang spielen Bildzeichen eine auffällige Rolle. Dazu gehört in der chinesischen Kommunikation typischerweise die „Transkription“, wenn etwa Sticker modifiziert und im Messenger-Dialog verschickt werden oder wenn ein Bestandteil einer Nachricht durch ein Emoji ersetzt wird (siehe Beispiel 44). Daneben sind Sticker in der „Hu-Dui-Handlung“, die scheinbar unhöflich oder beleidigend ist, im digitalen Schreiben von besonderer Bedeutung. Sticker sind hier Reaktionen auf eine scheinbar freche Handlung des Gegenübers oder ein Mittel des bildlichen ‚Angriffs‘ auf das Dialoggegenüber. In diesem Prozess tragen Bildzeichen dazu bei, in einer spaßig-kompetitiven, unterhaltenden Interaktion die Oberhand zu gewinnen. Solche Interaktionen wiederum dienen zur Gestaltung von sozialer Nähe und zur Pflege von Intimität (siehe Beispiel 45 und 46).

Überdies habe ich einige Dialoge aus reichen textuellen Äußerungen als Beispiel herangezogen, um zu erörtern, in welchen Fällen Verfasserinnen keine Bildzeichen setzten im Vergleich zu Dialogen mit hohem Bildzeichen-Anteil. Dazu gehören die chinesischen Beispiele 48, 50 und 51 sowie das deutsche Beispiel 56 und der erste Teil des Beispieldialogs 60. Dabei wurde festgestellt, dass Bildzeichen seltener in formellen Kontexten (z.B. Arbeitsgruppe, LehrerIn-Studentin-Kommunikation, offizielle Beratungsantwort) und in Kommunikationssituationen ohne Bedürfnis nach Beziehungsgestaltung (z.B. Streit oder halböffentliche Kommunikation zwischen Fremden) vorkommen. Im Kontrast dazu verwenden Verfasserinnen in bestimmten Kontexten überaus häufig Bildzeichen, hier vor allem im mehrmaligen Senden von Bildzeichen im selben Beitrag oder in mehreren Beiträgen einer Person. Beispielsweise im chinesischen Beispiel 49 und im deutschen Beispiel 58 lassen sich Emotionen durch die Iteration der Bildzeichen anschaulich visualisieren und stark betonen. Andere Kommunikationssituationen mit hoher Verwendungsfrequenz von Bildzeichen finden sich auch in informellen Kontexten. Bildzeichen belegen auch im alltäglichen Smalltalk oder im spaßigen Kontext – unter engen Freundinnen, in Familien oder

zwischen Arbeitskolleginnen, die einander gut kennen – einen wichtigen Platz. In einem solchen Fall können Bildzeichen als Kontextualisierungshinweise Kommunikation modalisieren (siehe Beispiele 55 und 57). Daneben spielen Bildzeichen eine bedeutende Rolle, um eine Gesichtsbedrohung abzufedern oder um das positive oder negative Gesicht der Kommunizierenden im Messenger-Dialog zu wahren (siehe Beispiel 59).

Zudem ist es von Bedeutung, die Konstruktion der Kommunikation im formellen Kontext oder zwischen Interaktantinnen mit asymmetrischen Beziehungen in chinesischen und deutschen Messenger-Interaktionen zu betrachten. In solchen Dialogen beider Sprachen ist häufig eine Mischung aus dem traditionellen formellen und dem informellen Schreibstil zu beobachten. Im deutschen formellen Kontext, wie im Beispieldialog 56 der ETH-Bibliothek, benutzt die Schreiberin ein E-Mail-Format. Anders als bei klassischen E-Mails wurden die textuellen Äußerungen jedoch in separate Beiträge aufgeteilt. Es werden keine Bildzeichen, dafür aber Begrüßungs- und Beendigungsformeln benutzt. Im deutschen WhatsApp ist dieses E-Mail-Format üblich, wohingegen es chinesische Schreiberinnen nur ganz selten wählen. In Beispiel 48 schickt die Absolventin W ihre lange textuelle Formulierung ohne Zeilenumbruch, Bildzeichen und Beendigungsformel. In der chinesischen Kommunikation zwischen Schreiberinnen mit asymmetrischer sozialer Beziehung kommen Bildzeichen ebenfalls zum Einsatz. Beispielsweise werden Bildzeichen zwischen Studentin und Professorin in Beispiel 47 verwendet. Ich nehme an, dass in der chinesischen Kommunikationskultur eine größere Akzeptanz des Bildzeichengebrauchs im formellen Kontext im Vergleich zur deutschen besteht. Inwiefern meine Annahme zutrifft, bleibt anhand weiterer Untersuchungen großer Datenmengen nachzuprüfen.

Im Kontrast zum Einzelchat gilt ein Gruppenchat zwar nicht als private Kommunikation im engeren Sinn, aber doch als nicht-öffentlich. Der Grad der Nicht-Öffentlichkeit hängt von der Anzahl der Gruppenmitglieder sowie ihren sozialen Beziehungen zueinander ab. Im Gruppenchat sollte die individuelle Äußerung und die Bildzeichenverwendung nach der Theorie des „Adressatenzuschnitts“ nicht nur den adressierten Personen, sondern auch den anderen Gruppenmitgliedern angemessen sein. Können Gruppenbeteiligte auf einen Beitrag reagieren, obwohl er sich nur an bestimmte andere Betei-

ligte richtet, wird das die weitere Interaktionsentwicklung möglicherweise beeinflussen. Deshalb werden dieselben Themen im Gruppendialog sehr wahrscheinlich anders als im Einzeldialog behandelt. Darüber hinaus ist es eine der größten Schwierigkeiten der Gruppeninteraktion, „dass verschiedene (potentielle) Empfänger[innen] über unterschiedliches Wissen verfügen, das auch auf unterschiedliche Weise von der Produzentin geteilt wird“ (Hitzler 2013: 113). Wenn die Interaktantinnen für ihre Kommunikation relevantes gemeinsames Hintergrundwissen und soziale Gewohnheiten sowie Einstellungen dazu besitzen, erleichtert ihnen das erheblich das Verständnis beispielsweise für spontane Namensänderungen sowie die Rückkopplung der Rezipientinnen im Gruppenchat (siehe Beispiel 62) oder die Entfernung der Gruppenmitglieder in Beispiel 61.

In den Untersuchungen der deutschen und chinesischen Interaktionen im Einzel- und Gruppendialog wurde außerdem die Eigenidentitätsstiftung und Gestaltung der Gruppenzugehörigkeit miteinbezogen. Die Auswahl von Personen-Emojis mit bestimmten Haut- und Haarfarben ist eng mit der eigenen Identitätsstiftung und Imagegestaltung verbunden, die von Wolf als „soziale Positionierung“ bezeichnet wird. Dabei handelt es sich um „sprachlich-interaktive Aktivitäten, mit denen Interagierende sich selbst und anderen bestimmte Eigenschaften zuweisen oder bestimmten sozialen Kategorien zuordnen“ (Wolf 1999: 69–70, zitiert nach Zhu 2015: 124). Schreiberinnen können die für sie passende Version auswählen, wie zum Beispiel eine hellere oder dunklere Hautfarbe der Gestik-Emojis oder die schwarze oder graue Haarfarbe eines Personen-Emojis. Laut den verfügbaren Daten taucht dieses Phänomen öfter im deutschen WhatsApp als im chinesischen WeChat auf.

Bei der Konstruktion der Gruppenzugehörigkeit kommt der einheitliche Umgang der Gruppenbeteiligten mit Verbalem oder Nonverbalem häufig vor. In den angeführten Gruppendialogen ist es kein Einzelfall, dass Mitglieder durch prägnante kurze Äußerungen oder einzelne Bildzeichen eine positive oder zustimmende Rückkopplung für eine Vereinbarung oder Mitteilung erzeugen. Sie fügen absichtlich gleiche Bildzeichen hinzu wie andere Chat-Teilnehmerinnen (siehe Beispiel 53) oder setzen divergente Bildzeichen mit ähnlichem Stil (siehe Beispiel 61 und 62). Dies ist ein Ausdruck der Gruppenzugehörigkeit und hat sehr wahrscheinlich eine amüsierende Bedeutung. Daneben sind die Roter-Umschlag-Schlacht in der WeChat-Gruppe

sowie die nachfolgenden Danksagungen ebenfalls kollektive Aktivitäten, wobei die Gruppenmitglieder durch den geteilten roten Umschlag motiviert sind und an der gemeinsamen Tätigkeit teilnehmen (siehe Beispiel 52).

Im letzten Passus habe ich die monomodale Kommunikation im chinesischen Kontext betrachtet und dabei zwei WeChat-Dialoge in Form des „Duells mit Stickern“ und ein reines Sticker-Posting in WeChat Moments als Beispiel herangezogen. Ich habe die Gründe für die Beliebtheit der Bildzeichen in der digitalen Interaktion und den Ablauf des Duells mit Stickern mit engen Freundinnen in China erörtert. Überdies wurde die Kulturgrundlage für das Duell mit Stickern im chinesischen WeChat, die High-Context-Kultur, erläutert. Im Gegensatz dazu verfügt die deutschsprachige Kultur über einen schwachen Kontext.

Funktionen der Bildzeichen

Eine systematische Untersuchung von Bildzeichen in Messenger-Interaktionen erfordert auch die Analyse ihrer Funktionen. Wie in den letzten Kapitel gezeigt, greift die Betrachtung von Bildzeichen mehr oder weniger auf deren funktionale Analyse zurück. Obwohl die Bildzeichenverwendung in der schriftbasierten Kommunikation hochgradig individuell variiert und persönliche Favoriten existieren (vgl. Bonderer 2015: 88), kristallisieren sich einige Funktionskategorien der Bildzeichen auf Grundlage der verfügbaren Daten heraus. In diesem Kapitel klassifiziere ich die Funktionen von Bildzeichen auf graphischer, textueller und pragmatischer Ebene. Die Untersuchung berücksichtigt Funktionen von Stickern, Emojis und Emoticons im chinesischen WeChat und deutschen WhatsApp, um Gemeinsamkeiten und Unterschiede der funktionalen Verwendungen auf beiden Kommunikationsplattformen herauszuarbeiten.

10.1 Auf der graphischen Ebene

Dürscheid/Siever (2017: 264) stellten die Forschungsfrage, ob „Emojis unter bestimmten Bedingungen die Funktion von Schriftzeichen übernehmen“. Meine Analysen zeigen, dass Bildzeichen in einem Dialog anstelle von Sprache auftauchen können. Emojis sind in der Lage, Texte in schriftlicher Kommunikation zu ersetzen. Diese Funktion wurde in verschiedenen linguistischen Bereichen dargelegt. So beobachten Schlobinski/Watanabe (2003: 30), dass Emojis als Substantiversatz eine „Referenzfunktion“ im Text übernehmen können. Dürscheid/Frick (2016: 105) nennen dieses Phänomen auch „Darstellungsfunktion“, bei der „Bildzeichen anstelle von Wörtern (bzw. Wortteilen) oder Wortgruppen eingesetzt werden“. Beißwenger/Pappert (2019a: 125) bezeichnen dies als „referenzielle Verwendung“ von Bildzeichen, wobei Emojis „zum kompositionellen Aufbau einer Äußerung beitragen“. Diese „referenzielle Verwendung“ von Emojis umfasst nicht nur die Substitution von Substantiven, sondern

auch von Nominalphrasen, Verben, Komposita, Adjektiven oder ganzen Kommunikationshandlungen (vgl. Siebenhaar 2018b: 758–760; Siever 2015: 294–295).

Im Folgenden möchte ich einige Dialoge oder Auszüge aus WeChat und WhatsApp präsentieren, um aufzuzeigen, welche Möglichkeiten beim Ersetzen von Text durch Bildzeichen im chinesischen und deutschen Kontext vorkommen können. Beispiel 66 zeigt eine WeChat-Nachricht, in der zwei Emojis anstatt eines chinesischen Wortes gesetzt sind.

Beispiel 66:



Übersetzung

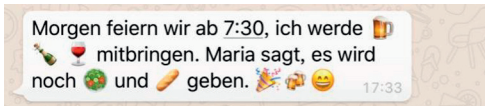
Über diese Person kann nur gesagt werden, sie ist nur   unter den Jurastudierenden.

In dieser Nachricht erscheint die Emoji-Kombination  und  als Symbole für das chinesische Wort Laji (deutsch: Müll; Hanzi: 垃圾; Pinyin: lā jǐ). Sie repräsentieren die Bezeichnung einer moralisch schlechten oder unfähigen Person, und diese Verwendung ist in der Online-Sprache nicht selten. Die chinesische Aussprache von „Müll“ lautet „lā jǐ“, die von „Paprika“ ist „là jiāo“, die von „Huhn“ ist „jī“. Die Zusammensetzung des Pinyin von „là“ in „Paprika“ und „jī“ von „Huhn“ gibt die phonetische Aussprache der chinesischen Bezeichnung von „Müll“ wieder. Bezüglich der Intention der Schreiberin habe ich zwei Aspekte vermutet: Erstens ermöglicht die bildliche Veranschaulichung des pejorativen Worts eine implizite Ausdrucksweise. Die zweite Vermutung steht im Kontrast mit der ersten: Die Schreiberin könnte die bunten bildlichen Emojis im schwarzen Text eingebettet haben, um die zentrale Botschaft, das beleidigende Urteil „Müll“, hervorzuheben. Der Spielraum, bei dem Hanzi (chinesische Schriftzeichen) durch Emojis ersetzt werden, basiert auf der großen Anzahl von Homophonen wegen der Silbenarmut im Chinesischen. Dies führt dazu, dass viele Wörter oder einzelne Schriftzeichen mit identischer oder ähnlicher Aussprache verschiedene Schreibweisen und Bedeutungen haben (vgl. Dürscheid 2016a :297). Das Spiel mit der Homo-

phonie im digitalen Schreiben erweitert die Möglichkeiten der Interaktionsgestaltung und die Ausdrucksvielfalt.¹⁹¹

Im deutschen Schreiben basiert die Ersetzung von Texten durch Emojis kaum auf der Aussprache des ersetzten Textes, sondern auf dessen Bedeutung. Wie aus Beispiel 67 hervorgeht, ist eine solche referenzielle Verwendung durch die Äquivalenz der Bedeutung den Mitlesenden besser zu verstehen:

Beispiel 67:



Diese Nachricht handelt von einer Geburtstagsparty und enthält mehrere Emojis.

Nach der Mitteilung der allgemeinen Informationen tippt die Schreiberin drei Emojis: <🍺> anstelle von Bier, <🍷> anstelle von Sekt und <🥗> anstelle von Wein. Darauf folgen die Emojis <🥗> und <🥖>, welche die Wörter Salat und Baguette ersetzen. Diese Emojis visualisieren das Essen, das zur Party mitgebracht wird. Die Verfasserin kann Emojis auf der Emojis-Tastatur nach Kategorien suchen und auswählen, oder wenn sie ein Wort tippt, wird das entsprechende Emoji als automatischer Vorschlag auf der Eingabetastatur angezeigt, so dass sie vorgeschlagene Emojis anstelle verbaler Ausdrücke setzen kann. In diesem Fall fungieren Emojis als „Begriffszeichen“, als „bedeutungstragende Einheiten“ bei der Substituierung des Textes. Dürscheid/Siever (2017: 272) ordnen solche Emojis ihrer Darstellungsfunktion nach als Ideogramme ein.

Im chinesischen wie auch im deutschen digitalen Schreiben werden Bestandteile von Wörtern durch Emojis ersetzt. Dabei treten Unterschiede zutage, die auf die beiden Schriftsysteme – phonologisches vs. logographisches – zurückzuführen sind. Die Nachricht von Bartus in Beispiel 68 zeigt diese Verwendung im deutschen WhatsApp:

191 Neben Homophonie ist auch Homonymie nicht selten im Chinesischen. Homonym sind Wörter mit identischer Schreibweise und Lautung, aber unterschiedlicher Bedeutung (vgl. Dürscheid 2016a: 298).

Beispiel 68: MoCoDa 2 #sSiV5



In diesem Beitrag setzt der Schreiber Bartus zwei Emojis innerhalb eines Worts ein, um drei bzw. vier Buchstaben zu ersetzen: das -

Emoji anstelle des Buchstabens „b“ und das <OK>-Emoji anstelle der Buchstabenkombination „ock“ im Wort „verbockt“. Dieses Phänomen wird ebenfalls von Dürscheid und Siever als Beispiel dafür angeführt, dass Emojis als Allographen innerhalb eines Worts fungieren könnten, wie etwa im Ausdruck „Gute N^Acht“. Sie vertreten den Standpunkt, dass solche Allographen eher in Reklameanzeigen vorkämen als in der Messenger-Kommunikation. Dürscheid/Siever (2017: 268) führen dies darauf zurück, dass viele Schreiberinnen vermutlich „die automatische Wortvervollständigung aktiviert haben, so dass ein Wort nicht mehr Buchstabe für Buchstabe eingetippt werden muss“. Wenn Kommunizierende wie Bartus diese Schreibweise auswählen, beabsichtigen sie sehr wahrscheinlich eine bestimmte Wirkung, etwa eine abwechslungsreiche Ausdrucksweise, eine Betonung der Äußerung oder die Kennzeichnung einer ironischen Modalität.

Die Referenzfunktion der Emojis beschränkt sich nicht auf die Substitution einzelner Substantive, sondern auch Adjektive oder bestimmte emotionale Formulierungen können ersetzt werden. In Beispiel 69 ersetzen Selly und ihre Oma Ausdrücke, die ihr allgemeines Befinden beschreiben, durch Emojis.

Beispiel 69: MoCoDa 2 #yFRuq

In diesem Dialog sendet eine Großmutter ihrer Enkelin ein Emoji mit lächelndem Gesicht <😊> in Nachricht #1, das für das Adjektiv „gut“, „schön“ oder „froh“ steht, sowie ein die Stirn runzelndes Gesicht <😞>, das auf das Gegenteil des vorstehenden Emojis verweist. In #5 erscheint viermal das Emoji <😡>, das normalerweise Wut oder Ärger konnotiert. Allerdings steht es hier, laut der Kontextbeschreibung in der Datenbank, für Heuschnupfen, was vor allem von der Dialogteilnehmerin mit gemeinsamem Vorwissen verstanden werden kann. Ebenfalls ist es wahrscheinlich, dass dieses Emoji gleichzeitig Ärger und Ungeduld eben wegen des Heuschnupfens kommuniziert, jedoch dient die Vervielfachung der Emojis zuvörderst der emotionalen Verstärkung oder Betonung des Heuschnupfenleidens der Großmutter.



Emojis sind zumeist vage und mehrdeutig, so dass in diesem Dialog Emojis wie <🍷>, <🍷> und <🍷> jeweils verschiedene Wörter substituieren können. Solche referenzierenden Emojis haben somit eine bestimmte semantische Reichweite. Zudem sind sie „in syntaktische Strukturen integriert“, ihre Bedeutungen können „über den kompositionalen Aufbau der Sätze oder satz-äquivalenten Einheiten“ rekonstruiert werden (Beißwenger/Pappert 2019a: 125). Obwohl diese Emojis nicht so präzise wie ein ausformulierter Text sind, können die Mitle-

serinnen deren pragmatische Bedeutungen mithilfe von kontextuellen Zusammenhängen, den semantischen Bereichen der Emojis sowie persönlichem Vorwissen entschlüsseln.

Beispiel 70:



Übersetzung

A: Ich sitze schon!
(#1)

B: Sticker (#2)

A: Eine nette Person
hat mir geholfen,
den Koffer
abzulegen. (#3)

A: Sticker (#4)

B: Sticker (#5)

A: Iss mal weiter.
(#6)

B: Sticker (#7)

A: Ich weiß, dass du
deine Hände voll
hast. (#8)

A: Sticker (#9)

B: Sticker (#10)

A: Wählst du
Bildzeichen mit
deinem kleinen
Finger (#11)

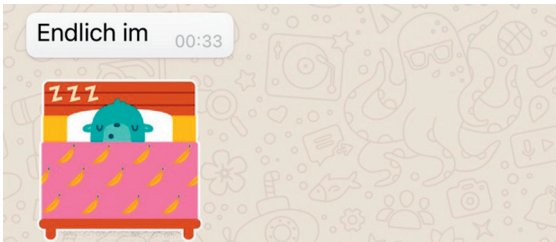
A: Bravo! (#12)

B: Sticker (#13)

Dieser Dialog zwischen zwei engen Freundinnen thematisiert, dass A mit einem schweren Koffer im Zug unterwegs ist und B währenddessen Nachrichten schickt. B isst gerade und hat die Hände voll, weswegen sie nur Sticker anstelle von Texten versendet. Durch den Sticker einer nickenden Cartoon-Figur in Nachricht #2 signalisiert B, dass sie die Botschaften aus Nachricht #1 zur Kenntnis genommen hat. Der Sticker in #5 zeigt einen Hasen mit einem Schild; darauf steht das Schriftzeichen „可“, was in diesem Kontext als „gut“ interpretiert werden kann. Mit dem Sticker eines Nudeln essenden Hasen in #7 reagiert B auf den Imperativsatz in Nachricht #6. Der Sticker in #10 ist ein nickender Hase, mit dem B angibt, dass sie gerade esse und deswegen ihre Hände nicht frei habe. Beim Sticker in #13 geht es um einen Hasen, der ein Schild mit dem Schriftzeichen „Ja“ trägt, was eine bestätigende Rückkopplung auf die Vermutung von A darstellt. In

diesem Dialog sendet Dialogteilnehmerin B der Einfachheit halber nur Sticker statt sprachlicher Äußerungen.¹⁹²

Beispiel 71:



In Beispiel 71 wird eine verbale Formulierung mit einem Sticker illustriert, der einen schlafenden Affen im Bett zeigt. Diesen Sticker

versendet die Schreiberin nach der sprachlichen Äußerung „Endlich im“, wodurch das fehlende Wort „Bett“ ergänzt wird, um grammatische Vollständigkeit zu erreichen. Dabei schafft die Assoziation zwischen der dargestellten Situation auf dem Sticker und der aktuellen Situation der Verfasserin ein lebendiges und anschauliches Bild für die Empfängerin. In diesem Beispiel basiert die Kernbotschaft „Bett“ auf dem dargestellten Sticker, der nach dem verbalen Inhalt folgt. In der Gesamtheit bilden der Sticker und der vorherige textuelle Inhalt die vollständige Formulierung, deren Bedeutung durch ihr Zusammenspiel vermittelt wird.

10.2 Auf der textuellen Ebene

10.2.1 Entschriftung

Die Bezeichnung „Entschriftung“ übernehme ich in diesem Beitrag aus einer literarischen Studie von Juliane Egerer, die darunter den „Entzug oder die freiwillige Aufgabe von Kommunikation in Form von schriftlichen Texten“ versteht (Egerer 2010: 78).¹⁹³ Hierbei bezieht

192 Im Beispieldialog 42, Kapitel 9.2.3, habe ich die einschränkende Relation zwischen Bildzeichen und Text ausgeführt. In diesem Fall hat eine Schreiberin wiederholt diverse Sticker anstelle sprachlicher Reaktionen auf die Gefühlserzählung des Gegenübers eingesetzt, was ihre Freundin verärgert. Im Gegensatz dazu zeigt Beispieldialog 70, dass Schreiberin B ebenfalls nur Sticker ohne Text versendet, jedoch ohne negative Auswirkungen auf die Kommunikation. Ein Vergleich zwischen diesen beiden Dialogen verdeutlicht, dass die Wirkung des Sticker-Gebrauchs von den beteiligten Schreiberinnen, dem Dialogthema und dem Kontext bestimmt wird.

193 Egerer führt Entschriftung und Entschriftlichung als ein Begriffspaar aus. Unter Entschriftlichung versteht sie „d[en] Verlust oder die freiwillige Aufgabe von

sich diese Bezeichnung auf das kommunikative Phänomen, bei dem Schreiberinnen keine Texte in der schriftbasierten Kommunikation verwenden, sondern ausschließlich Bilder oder Bildzeichen zur Erfüllung der kommunikativen Funktion. Um bestimmte Kommunikationswirkungen zu erzielen, schicken Schreiberinnen in diesem Fall (mehrere) Bildzeichen in ihrem Schreiberwechsel. Von Entschriftung spreche ich, wenn solche Bildzeichen nicht hinreichend in Text übersetzt werden können und die Botschaften ausschließlich bildlich im Kontext zu erfassen sind. D.h., im Messenger-Schreiben setze ich drei notwendige Merkmale für die Entschriftungs-Funktion von Bildzeichen an: der intentionale Entzug von Schriftsprachlichkeit, der Ersatz von Text durch Bildzeichen sowie die Unübertragbarkeit solcher Bildzeichen in Text. In den vorhandenen Daten sind Dialoge mit dieser Verwendung von Bildzeichen recht selten. Anschließend präsentiere ich ein typisches chinesisches Beispiel aus dem Gruppenchat, in dem über das Showbusiness ‚getratscht‘ wird, und ein deutsches Beispiel mit Geburtstagsglückwünschen:

Beispiel 72:



Übersetzung

A: YANG Mi ist so grün. LIU Kaiwei wurde mit WANG Ou das Video aufgenommen (#1)

B:

- Hab gesehen, ach du liebe Zeit... (#2)
- Sticker (grüner Hut mit dem Schriftzeichen „Grün“) (#3)
- Eine Reihe Emojis (#4)

C: Hahahahahahaha (#5)

In diesem Dialog unterhalten sich drei Freundinnen über die Ehekrise zweier chinesischer Schauspielerinnen und eines Schauspielers. Die zweite Chatterin schickt im dritten Beitrag einen Sticker, auf dem eine kleine Person einen großen Hut nimmt. Interessant ist noch, dass sie

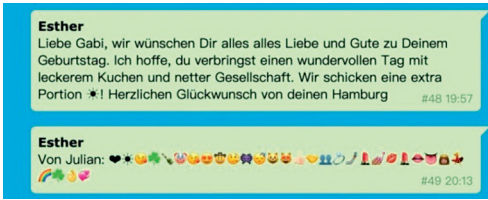
Schriftlichkeitsmerkmalen beim Weiterreden oder durch den Prozeß des wiederholten Weiterredens“ (Egerer 2010: 78).

nachfolgend 15 gleichfarbige Emojis mit verschiedenen Bedeutungen im vierten Beitrag versendet. Diese 15 Emojis stellen einen Baum, ein Blatt, Obst usw. dar, die gar keine semantischen Zusammenhänge mit dem Dialogthema aufweisen. Der Grund für ihr Erscheinen in diesem Kontext besteht darin, dass ihre Farbe Grün ist. Seit langem ist die Farbe Grün im chinesischen Kontext ironisch mit der Erfahrung von Untreue in Liebesbeziehungen verbunden. Diese Verwendung geht auf den Ausdruck „grüner Hut“ zurück, der sich aus dem „grünen Kopftuch“ entwickelt hat und in China früher für sozial niedriges und schändliches Verhalten stand (vgl. Chen 2016: 53). Wenn man heute sagt, jemand werde grün, bedeutet das, dass die andere Person in dieser Beziehung oder Ehe untreu ist und betrügerisches Verhalten an den Tag legt.¹⁹⁴ Diese metaphorische Bedeutung hat sich im Laufe der Zeit erhalten und findet auch in modernen Kontexten Anwendung.

Vor diesem Hintergrund ist der Sticker in #2 einfach zu verstehen: Er spielt auf den Betrug in der Ehe der Schauspielerin an. Vermutlich möchte die zweite Verfasserin mit diesem Sticker ihrem Kommentar mehr Nachdruck verleihen. Daraufhin sendet sie eine Reihe grüner Emojis, womit sie ihre Meinung womöglich leichter auf eine übertrieben-ironische Weise im Vergleich zu sprachlichen Äußerungen kundtun kann. In der Zusammensetzung dieser Emojis mit Entschriftungs-Funktion zeigt sich keine starke Logik in Bezug auf die Reihenfolge oder die Bildzeichenanzahl. Stattdessen folgen die eingesetzten Bildzeichen der Spontaneität der Schreiberin und dem Thema der Kommunikation. Diese Spezifika präsentieren sich ebenfalls in der Glückwunschnachricht von Julian in Beispiel 73:

194 Im Regelfall kommt der Ausdruck „grüner Hut“ im Satz „AB wird ein grüner Hut aufgesetzt“ vor, d. h. „AB wird betrogen“. Wenn die betrogene Person der betrügenden Person in der Liebesbeziehung vergibt, wird das heutzutage im Chinesischen auch spöttelnd als ein „Farbe-Vergeben“ und „Hut-Vergeben“ bezeichnet.

Beispiel 73: MoCoDa 2 #Erl73



In diesem Dialogauszug beginnt der Austausch mit einem Geburtstagsglückwunsch für Gabi. In #49 leitet Esther eine Nachricht ihres Sohnes Julian

weiter, die ausschließlich aus einer Reihe von Emojis besteht, darunter ein Herz, Sonnenschein, ein vierblättriges Kleeblatt, Regenbogen, Lippenstift, Sekt und ein Clownsgesicht. Alle diese Emojis beziehen sich auf Lachen, Schönheit, Glück, Feier und soziale Freude. Um Bildzeichen und das Dialogthema „Geburtstagsglückwunsch“ pragmatisch zu verknüpfen, werden textliche Äußerungen weggelassen und stattdessen ausschließlich Emojis verwendet. Eine adäquate Übersetzung der bildlich-visuellen Wünsche in verbale Äußerungen ist nur schwer möglich, da die Emojis in diesem Fall eine Vielzahl von Wunschinhalten repräsentieren und die Bedeutungen mancher Emojis, wie  und , in dieser Kommunikationssituation vage bleiben. Trotz der Tatsache, dass jedes dieser Emojis einer eigenen Bedeutungskategorie zugeordnet ist und sie in der Nachricht nacheinander aufgereiht sind, können sie als eine Gesamtheit zur Botschaftsvermittlung – hier: Glückwünsche – interpretiert werden.

10.2.2 Strukturierungsmittel

Emojis stellen bei der Gestaltung von Nachrichten, insbesondere bei solchen, die aus mehreren Satzteilen bestehen, ein wirksames Mittel zur Strukturierung verschiedener Bedeutungseinheiten dar, und zwar dank ihrer bildkräftigen Salienz. Beißwenger und Pappert bemerken zur Strukturierung durch Emojis im digitalen Schreiben:

„Wo sie adjazent zu einer sprachlichen Handlung stehen und von den Adressat*innen in deren Interpretation einzubeziehen sind, grenzen sie die sprachliche Handlung automatisch gegen nachfolgende sprachliche Handlungen im gleichen Posting ab“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 63).

Bildzeichen fungieren hierbei als „Gliederungselemente“: Ihre strukturierte Verwendung als „Grenzsignale“, „Satzintentionssignale“, „Gliederungssignale“ dient der „Segmentierung“ von Texten (Dürscheid/Siever 2017b: 273; Imo/Lanwer 2019: 291; Pappert 2017). Statt mit

Interpunktionen werden Satzteile syntaktisch mit Emojis gegliedert, oder diese markieren gleichsam als eine Trennwand verschiedene Inhaltsstückchen. Wenn Emojis die Rolle von „Gliederungselementen“ (Dürscheid/Siever 2017b: 274) in einem Beitrag einnehmen, sind sie nicht mehr „kommunikativ neutral“ wie ein Punkt, sondern übernehmen zusätzlich Illustrations- und Kommentierungsfunktionen (siehe 10.2.4 und 10.3.1) (vgl. Dürscheid/Siever 2017b: 274). Zudem können die eingesetzten Emojis zwischen den Sinneinheiten noch auf Emotionen, Betonungen und eine aufmerksamkeitserregende Intention der Schreiberinnen hinweisen. Angesichts der Strukturierungsfunktion von Emoticons argumentiert Imo (2015b: 152–153), dass sie „eine primär ‚rückwärts‘ orientierte Handlung, typischerweise der zweite Teil eines Nachbarschaftspaares, wie eine Antwort oder eine Bewertung, von einer ‚vorwärts‘ orientierten Handlung“ trennen. Ein Smiley-Gesicht wie :) und Kaomojis, wie zum Beispiel ♪(·ω·)~, sind schwarz-weiß auf dem Bildschirm dargestellt. Sie stehen horizontal auf dem Dialoginterface von links nach rechts. Aus diesem Grund sind Emoticons als strukturierendes Mittel in einer langen Nachricht möglicherweise nicht so effektiv wie Emojis, die farbenfroh, weniger abstrakt und vor allem in sich geschlossen sind. Zudem nehmen Sticker zumeist mehr Platz auf dem Bildschirm ein und können ausschließlich als ein einzelner Beitrag auf dem Dialoginterface platziert werden. Im Vergleich zu Emojis bieten Sticker weniger Strukturierungsfunktionen. Im Folgenden wird diese Verwendung von Bildzeichen anhand eines deutschen und eines chinesischen Beispiels erörtert.

Beispiel 74: MoCoDa 2: #ET6fP

Agentur Mitarbeiterin B.
 🛡️ Security 2018- motivierte und fleißige Hostessen gesucht 🙋
Aktionsdaten:
 📅 25.-28.09.2018
 🕒 täglich ca. 9:00 - 18:00 Uhr
 📍 Messe Essen
Aufgaben: 🧑‍💻
 - Kundenbegrüßung
 - Betreuung Infotheken
 - leichte Servicetätigkeiten
 - leichte Küchentätigkeiten
 - Werbematerialien verteilen
Vergütung 💰
 110,- €/Tag (9h inkl. 1h Pause)
 Rückmeldungen bitte ausschließlich per PN. Danke Eure Mitarbeiterin B. 😊 #1 15:43

Das folgende Beispiel zeigt ein formelles Arbeitsangebot in einer Freelancer-Gruppe. Die Mitarbeiterin einer Agentur sendet ein Stellenangebot, in dem einige Emojis vor bestimmten Informationen platziert sind: zwei <👩>-Emojis vor und nach der Beschreibung der gesuchten Hostessen; <📅> vor den Aktionsdaten; <🕒> vor der genauen täglichen Zeitangabe; <👷> vor den Arbeitsaufgaben; <💰> vor der Vergütung. Keines der Emojis wird in textuellen Postings völlig beliebig eingesetzt, und alle stehen in gedanklicher Verbindung mit den textuellen Formulierungen. Einerseits sind sie redundant zu deren jeweils voranstehenden Wörtern und übernehmen zusätzlich eine Illustrationsfunktion (siehe 10.2.4). Andererseits stehen sie vor den genauen Angaben der verbalen Beschreibung und dienen der Segmentierung der unterschiedlichen Bedeutungseinheiten. Durch die Einbettung solcher Emojis lassen sich die jeweiligen Einzelbotschaften sinnfällig gliedern und auffallend voneinander abgrenzen, um die Leseblcke der Rezipientinnen visuell zu steuern. In einem vollständigen Posting sind sie meines Erachtens in erster Linie Strukturierungsmittel. Am Ende schickt die Schreiberin noch ein Emoji mit lächelndem Gesicht, was eine Interpunktion ersetzt und als phatisches Mittel Freundlichkeit signalisiert.

Beispiel 75:

2019年11月4日 11:58 祝🎉🎉御福记火锅🎉🎉新店 开业 🍲🍲免费吃🍲🍲 📦专注品质👍👍👍只为您满意 📦 #..复制下方文字转发下图即可.# 电话0[REDACTED] ❤️❤️欢迎转发❤️❤️	Übersetzung 祝🎉🎉 Yufuji-Feuertopf🎉🎉 Eröffnung der neuen Filiale 🍲🍲 Gratisessen🍲🍲 📦 professionelle Qualität👍👍👍 Nur für Ihre Zufriedenheit📦 #.. Kopiere die nachfolgenden Texte und leite das Bild weiter.# Telefon (Nummer) ❤️❤️ Weiterleiten empfohlen❤️❤️
---	--

Dies zeigt eine fünfteilige Werbenachricht, die in WeChat weitergeleitet wurde. Jede separate Inhaltseinheit wird in einer neuen Zeile gesendet. Die Segmentierung der einzelnen Einheiten erfolgt durch den Zeilenumbruch und durch das Setzen der Emojis am Anfang und am Ende der Nachricht. Emojis an diesen beiden Positionen bilden gleichsam einen Kasten in jeder Zeile, in den textuelle Äußerungen

eingefügt werden. Neben der Strukturierung beziehen sich die eingebetteten Emojis auf eine feierliche und positive Stimmung, was eine Assoziation mit textuellen Reklamen anlässlich der Eröffnung neuer Filialen aufbaut. Die Funktionen der Emojis beschränken sich dabei nicht auf eine Segmentierung, um die Aufmerksamkeit der Adressatinnen zu lenken. Beispielsweise gestalten Emojis wie < 祝 >, < 🎉 >, < 🎁 > und < 🍷 > die Kommunikationsstimmung, was den potenziellen Kundinnen wertschätzende und begeisterte Gefühle übermittelt. Das dreifache < 🍷 >-Emoji dient zur positiven Kommentierung nach der Beschreibung der Essensqualität.

Wenn Emojis als Strukturierungsmittel in der verbalen Nachricht fungieren, treten sie einerseits anstelle von Interpunktionen zwischen den Satzteilen oder vor dem strukturierten Text auf. Andererseits sind sie normalerweise mit dem Kommunikationsthema kohärent und können die Kommunikation durch ihre bildkräftigen Merkmale emotional bereichern. Im Gegensatz zu klassischen Gliederungssignalen wie Interpunktion und Zeilenumbruch verfügen Emojis über diese zusätzlichen Nebenfunktionen, die zur Gestaltung der Kommunikation beitragen können.

10.2.3 Ausschmückung

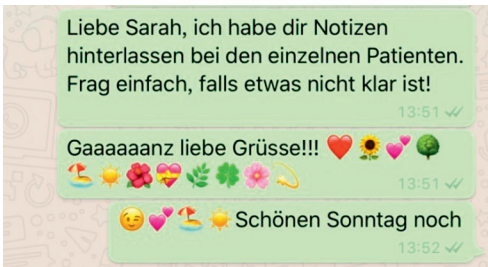
Dürscheid et al. (2010: 95) sind der Ansicht, dass Bildelemente auf der textuellen Ebene über eine Verzierungsfunktion¹⁹⁵ verfügen, ähnlich „Blümchen am Blattrand“. Hinsichtlich dieser Funktion schließe ich an Papperts (2017: 204) und Szurawitzkis (2020a: 98) Bezeichnung als „Ausschmückung“ an, in der Bildzeichen, und zwar Emojis, aus ästhetischer Intention im schriftbasierten Dialog eingesetzt werden und textuelle Äußerungen verschönern. In diesem Fall leisten Bildzeichen keinen hauptsächlichen Beitrag zur Botschaftsvermittlung, sondern dienen dem „Gefällig-Machen“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 110) für die Mitleserinnen. Pappert (2017: 204–205) schreibt, dass bildliche Inhalte die verbalen Inhalte „pointiert und emotional garnieren“. Dem eher sachlichen Gehalt einer Nachricht werden so unterhaltende und/oder euphorische Elemente beigelegt,

195 Dürscheid, Wagner und Brommer fassen drei Funktionen von „Zeichnungen, Emoticons und externen Bildelementen (z.B. Fotos, Zeitungsausschnitte)“ zusammen: Auf der Textebene können Bildelemente den Text verzieren; auf der Diskursebene können Bilder Text kommentieren; auf der Propositionsebene übernehmen Bilder noch eine Mitteilungsfunktion (Dürscheid et al. 2010: 95).

welche die Adressatinnen einladen, in die Gefühlswelt des anderen einzutauchen. Damit übereinstimmend argumentieren Cramer et al. (2016: 507), „Emojis can be a convenient tool to engage recipients more in the conversation – or avoid disengagement by showing consideration for their comfort“.

Als Mittel zur „Konstitution und Aufrechterhaltung einer ‚Wohlfühlatmosphäre‘“¹⁹⁶ haben Emojis in der ausschmückenden Verwendung keine direkten ikonischen Zusammenhänge mit „Gegenstände[n], Sachverhalte[n] oder de[m] Handlungstyp“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 105). Sie kommen zumeist iterierend oder in Kombination mit anderen Emojis redundanterweise vor, befinden sich am Nachrichtende oder bilden ein ansprechendes Muster in der Nachricht. In den folgenden Beispielen 76 und 77 wird die ausschmückende Funktion von Emojis in Wunschäußerungen deutlich.

Beispiel 76:



Der linke Dialog handelt von der Arbeitsübergabe zwischen zwei Kolleginnen. Anschließend äußert die Verfasserin Grüße und einen Wunsch. Dabei schickt sie diverse bunte Emojis, die beispielsweise

eine Sonnenblume, ein rotes Herz, einen Baum, ein grünes Blatt, einen glänzenden Stern, Sonnenschein etc. darstellen. In einem solchen Fall bieten die Emojis der Rezipientin und der Verfasserin selbst einen sinnlichen Genuss. Durch die Verwendung dieser Emojis zur Ausschmückung von Grüßen und Wünschen wird „der Äußerung zusätzliche Bedeutsamkeit und Emotionalität“ (Pappert 2017: 205) verliehen, und sie tragen dazu bei, „die Atmosphäre eines Textes zu verbessern“ (Marx/Weidacher 2019: 59). Dadurch werden angenehme Gefühle und aufrichtige Wünsche übermittelt und es wird eine liebevolle, freundliche Stimmung im beruflichen Kontakt geschaffen.

196 In diesem Teil führen Beißwenger/Pappert (2019: 109) den Begriff des „Ins-Bild-Setzens“ ein, bei dem Emojis entweder den Gegenstand illustrieren oder die Äußerung ausschmücken. Die illustrierende Verwendung von Bildzeichen wird im nächsten Teil ausgeführt.

Beispiel 77:



Übersetzung

- Heute ist chinesisches Silvester!!!

- Ich wünsche euch im neuen Jahr.

Emojis

- Viel Glück

- Gute Gesundheit

Emojis

- Viel Freude

- Viel Erfolg im Berufsleben

- Viel Schönheit und die Erfüllung süßer Träume

Emojis

- Möge dir gelingen, was du erreichen möchtest.

- Alles Gute

Emojis

- Im Jahr des Hahns viel Reichtum und gutes Gelingen 🎉🎉🎉
Prosit Neujahr!

Das ist eine Glückwunsch-Nachricht zum chinesischen Neujahr, in der mehrere Trauben-Emojis <🍇>, Interpunktionszeichen und Sonderzeichen*。.* drei Umrisse von Herzform bilden. Jedes Herz wird durch die verschiedenen textuellen Wünsche mit pinken Schleifen-Emojis <🎀> und vierblättrigen Kleeblättern <🍀> gefüllt. Trauben sind kein traditionelles Symbol des chinesischen Neujahrs. Die zahlreichen <🍇>-Emojis dienen in erster Linie zur ansprechenden Gestaltung der Herzform und dem Ausschmücken verbaler Wünsche; eine ähnliche Funktion besitzt auch das pinke Schleifen-Emoji. Dennoch kann das vom Trauben-Emoji gebildete Herz in diesem Posting ebenfalls mit dem herzlichen Neujahrswunsch assoziiert werden. Das <🍀>-Emoji steht symbolisch für „Glück“ in den Wünschen; das dreifache <🎉>-Emoji wird zwischen drei Formulierungen von Wünschen platziert, was die feierliche Atmosphäre zum chinesischen Neujahr abbildet. Durch die Gestaltung der Herzform aus Emojis werden die Glückwünsche zum Neujahr in einer ansprechenden „Verpackung“ präsentiert, um ihren ästhetischen Reiz für die Adressantin zu erhöhen.

10.2.4 Illustration

Es ist nicht selten, dass ein Bildzeichen – ein Emoji oder ein Sticker – nach der verbalen Formulierung in der Messenger-Kommunikation gesetzt wird. Für gewöhnlich steht dieses Bildzeichen in semantischer oder situativer Assoziation mit dem voranstehenden verbalen Inhalt und dient redundant zur bildlichen Veranschaulichung der sprachlichen Formulierung.

In bisherigen Ergebnissen linguistischer Forschung überschneiden sich ausschmückende und illustrative Funktion in gewissem Maße. Beispielsweise ordnet Pappert (2017: 204) diese zwei Verwendungen von Bildzeichen einer funktionalen Kategorie zu. Im späteren Werk mit Beißwenger wird jedoch genauer zwischen Illustration und Ausschmückung unterschieden. Bei der Illustration gehe es demnach um eine ikonische Abbildung „eines Gegenstands, eines Sachverhaltes oder eines sprachlich indizierten Handlungstyps“. Emojis erfüllten diese Funktion aber nicht durch ihre ausschmückende Verwendung, sondern indem sie Ornamente bildeten (Beißwenger/Pappert 2019b: 105). Eine weitere Differenz besteht darin, dass bei der Ausschmückung einer Nachricht häufig mehrere Emojis vorkommen, während bei der Verwendung zur Illustration meist ein einzelnes Emoji steht. Wenn Emojis verbale Ausdrücke illustrieren, erscheinen sie in der Regel nach diesen oder sie stehen am Beitragsende (vgl. Dürscheid/Frick 2016: 105).

Im Unterschied zur ausschmückenden Verwendung, bei der sich Sticker nicht gut entfalten, weisen Sticker ebenso eine lebhafte und visuelle Darstellungsweise auf im Anschluss an den Text. Auch können Emojis und Sticker in einem Dialog dieselbe Handlung oder einen ähnlichen Sachverhalt illustrieren. Während Emojis primär eine ausschmückenden Funktion übernehmen, eignen sich Sticker, Emojis und Emoticons zur bildlichen Illustration textueller Inhalte. Die Verfasserin in Beispiel 78 präsentiert uns eine bildliche Visualisierung bestimmter sprachlicher Formulierungen durch Emojis:

Beispiel 78:



Übersetzung

- Schätzchen, ich habe heute Haferflocken , Banane , Milch-Tee  gefrühstückt. Zu Mittag habe ich Hähnchenschenkel  - Suppe, Salat  gekocht, am Abend habe ich Traube , Joghurt gegessen, haha.
- (#1)
- Jetzt werde ich den Online-Unterricht besuchen, um Programmieren zu lernen  (#2)
-   (#3)
- Sticker mit den Schriftzeichen für „Gib Gas“ (#4)

Das ist ein Auszug aus einem Dialog der Verfasserin mit ihrer besten Freundin. Sie schickt vier Nachrichten hintereinander und berichtet von ihren täglichen Begebenheiten. In den Nachrichten #1 und #2 wird nach dem textuellen Objekt ein entsprechendes Emoji platziert, wie das -Emoji nach Haferflocken, das -Emoji nach Banane, das -Emoji nach Traube und das -Emoji nach dem Ausdruck „Programmieren lernen“. In #3 sendet die Verfasserin zweimal das Emoji , was möglicherweise als „Gib Gas“ zu interpretieren sind. In #4 wird wieder ein Schweine-Sticker mit gleicher Bedeutung versendet, wobei die Schriftzeichen daneben ebenfalls „Gib Gas“ bedeuten.

In diesem Dialog sind die Emojis in den Nachrichten #1 und #2 piktorale Veranschaulichungen der direkt vorhergehenden verbalen Ausdrücke. Die solcherart eingesetzten Emojis sind redundant. Ihre Bedeutung kann sich mehr oder weniger mit den textuellen Formulierungen decken, doch die Emojis visualisieren diese zusätzlich. Die nach den textuellen Äußerungen gesetzten Emojis in #1 und #2 sind der funktionalen Kategorie der Textillustration zuzuordnen. Die Emojis in #3 und der Sticker in #4 fungieren vor allem als Ersatz der textuellen Äußerung „Gib Gas“; sie bilden zwei vollständige Beiträge, in denen keine Texte erscheinen. Die Wiederholung der gleichen Bedeutung mit unterschiedlichen Zeichen dient der Potenzierung der Botschaft.

Eine weiteres interessantes Beispiel für die illustrative Sticker-Verwendung liefert Y, ein Fan des Fußballers Cristiano Ronaldo, in Beispieldialog 79 mit ihrem Freund.

Beispiel 79:



Übersetzung

Freund X:

- Schätzchen, wie geht es dir jetzt? (#1)
- Hast du noch Bauchschmerzen? Wie ist die Laune? (#2)

Freundin Y:

- Habe noch Schmerzen (#3)
- Fühl mich nicht gut... (#4)
- Sticker mit Schriftzeichen „traurig“ (#5)
- Sticker (#6)
- Juventus verdient C. Ronaldo nicht (#7)
- Sticker (#8)

Der Hintergrund dieses Dialogs besteht darin, dass die Freundin Y ihre Periode hat und infolgedessen unter Bauchschmerzen leidet. Sie ist zudem ein großer Fan von Cristiano Ronaldo. An diesem Tag hat Juventus verloren, was ebenfalls zu ihrer schlechten Laune beiträgt. In der Reaktion auf die Sorge des Freundes äußert sich diese Freundin zuerst mit zwei textuellen Beiträgen,¹⁹⁷ welche anschließend durch zwei aufeinanderfolgende Sticker in den Nachrichten #5 und #6 visuell dargestellt werden. Diese Sticker vermitteln dabei ähnliche

¹⁹⁷ In Nachricht #4 tippt die Schreiberin „。。。“; diese Digitalisierung der Interpunktion im chinesischen Kontext habe ich im Kapitel 8.1 dargelegt.

Bedeutungen. Im Sticker in #5 drücken die chinesischen Schriftzeichen für „Verzagtheit“ und der Panda die kummervollen Emotionen der Schreiberin aus. Der Sticker mit der weinenden Figur in #6 symbolisiert ebenfalls Traurigkeit und Betrübnis, die auf die Formulierung im vierten Beitrag zurückzuführen sind. Neben der Illustration der verbalen Gefühlsbeschreibung wird die Enttäuschung und Freudlosigkeit der Schreiberin durch die Iteration von Stickern mit gleichen Bedeutungen verstärkt. Der unerfreuliche Sticker in #8 bildet redundant die traurigen Emotionen ab; er fungiert vermutlich als Kommentar (siehe 10.3.2) zu den verbalen Äußerungen und als Illustration verbaler Äußerungen in Nachricht #4.

Nach der Analyse der illustrativen Verwendung im chinesischen Kontext werde ich nun zwei deutsche Beispiele betrachten.

Beispiel 80:



Dieser Dialogausschnitt wurde nach einer Einladung zum Abendessen versendet. Die Schreiberin bedankt sich in vier Nachrichten. In der zweiten Nachricht schickt sie ein Salat-Emoji, das auf das Abendessen anspielt. In Nachricht #4 verschickt sie einen Sticker, auf dem eine Cartoon-Figur einen Keks isst, wodurch sie auf ihren Kommentar in #3 Bezug nimmt. Sowohl in #1 und #2 als auch in #3 und #4 über-

schneiden sich die Bedeutungen des sprachlichen Beitrags und des Bildzeichens. Das Emoji und der Sticker übernehmen in diesem Dialog vordergründig eine illustrierende Funktion, die sich auf die textuellen Äußerungen bezieht und die verbalen Formulierungen visualisiert. Bildzeichen decken jedoch nicht zwangsläufig die gesamte textuelle Botschaft ab und sind in vielen Fällen dazu auch nicht imstande. Sprachliche Formulierungen sind nahezu unbegrenzt, wohingegen die Anzahl der Emojis und Sticker in jedem Messenger-System

beschränkt ist.¹⁹⁸ Wird nun das Verbale durch das Nonverbale visuell illustriert, kann es sein, dass die ausgewählten Bildzeichen in gewissem Maße von den sprachlichen Ausdrücken abweichen. Im Zentrum der illustrativen Verwendung von Bildzeichen steht jedoch die semantische oder situative Assoziation zwischen den beiden Zeichenmodalitäten. Da in Nachricht 1 des obigen Dialogs von Kochen die Rede ist, haben die zwei Dialogbeteiligten höchstwahrscheinlich nicht nur Salat gegessen. Dennoch verwendet die Schreiberin dieses Emoji zur Veranschaulichung des Abendessens. Ein ähnlicher Fall tritt auch im Beispiel 81 bei der GIF-Verwendung auf:

Beispiel 81:



In diesem Dialogauszug sendet die Chatinitiatorin einen GIF-Sticker, der aus der Zeichentrickserie „Looney Tunes“ stammt. Dieses GIF zeigt eine auf einem Sofa liegende Figur (die Katze Sylvester), die sich eine Decke über ihr Gesicht gezogen hat. Die Chatinitiatorin verschickt den GIF-Sticker, nachdem sie textuell geäußert hat, dass sie die Recherche und die Feldforschung in Berlin

nicht durchführen könne. Die Chatterin stellt eine Verbindung zwischen dem Sticker und sich selbst her und impliziert somit, dass sie sich wie Sylvester fühle und nichts unternehmen könne. Der Sticker am Ende des Postings visualisiert folglich die Lage der Schreiberin, wenngleich die abgebildete Szene nicht völlig ihren Lebensumständen entspricht.

198 Obwohl Schreiberinnen theoretisch unendlich viele Sticker oder GIFs mit verschiedenen Apps erstellen können, werden solche Bildzeichen aus pragmatischen Gründen zumeist aus einem vorhandenen Bestand ausgewählt.

10.3 Auf der pragmatischen Ebene

10.3.1 Kommentierung

Dürscheid/Frick (2016: 105) betrachten die Kommentarfunktion als die „am weitesten verbreitete und bekannteste Funktion“ von Bildzeichen, welche den textuellen Äußerungen „eine persönliche Note“ verleiht. Bildzeichen übernehmen die Funktion der „Darstellung der Gemütsverfassung“ (Dürscheid et al. 2010: 95). Dies bezieht sich nicht nur auf die individuelle „Bewertung“ oder „Evaluierung“ eines Sachverhalts, eine Realität oder eine Handlung, sondern auch auf den Ausdruck von persönlichen „Einstellungen und/oder Gefühlen“ (PapPERT 2017: 196). Bildzeichen zur Vermittlung persönlicher Emotionen und Gefühle wurden in mehreren linguistischen Studien thematisiert (vgl. Marx/Weidacher 2019: 59). Schlobinski/Watanabe (2003: 30) ordnen die Bildzeichen zur Kommentierung und Bewertung – speziell zur Ergänzung von Gefühlsnuancen in Bezug auf voranstehende textuelle Äußerungen aus der subjektiven Perspektive – der Kategorie „Abtönungsfunktion“ zu. Imo (2015b: 144) sieht das Emoticon :) als ein relevantes Mittel zum „Ausdruck von Freude über ein Ergebnis oder einen Sachverhalt“ an. Während Dainas/Herring (2021: 116) den visuellen Ausdruck einer Emotion durch Bildzeichen als „reaction“ auf voranstehende Texte betrachten, interpretieren Li/Yang (2018: 5) ihn als „Attitude/emotion signal“.

Bildzeichen liefern im Dialog Zusatzinformationen, indem sie Emotionen und Einstellungen ergänzen oder anstelle von sprachlichen Äußerungen vermitteln. Passende Beispiele finden sich im Folgenden, in denen die Schreiberin Ungeduld, Sorge, Enttäuschung, Ironie usw. durch Bildzeichen zum Ausdruck bringen.

Beispiel 82: XISU #E-SS-Klagen-006

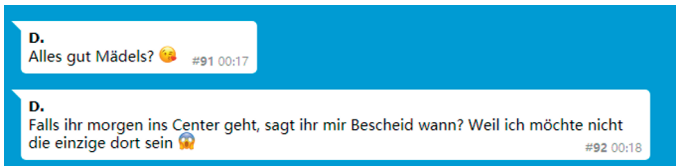


Übersetzung Schreiberin:

- Diese Zusammenfassung der Formulare ist so mühsam! (#1)
- Es ist so zeitaufwendig. (#2)
- 🤮🤮🤮 (#3)
- Sticker (#4)
- Sticker (#5)

In diesem Dialogauszug beklagt sich die Schreiberin über eine mühsame Aufgabe. Nach zwei Beschwerden (#1 und #2) sendet sie drei Bildzeichen-Beiträge hintereinander. Die drei 🤮-Emojis in #3 stehen nicht für das Erbrechen, sondern vermitteln eine Emotion: Die Schreiberin habe das Zusammenfassen satt, es werde ihr (wohl nur im übertragenen Sinne) übel davon. Der Sticker in Nachricht 4, der einen Hundekopf mit ausgestreckten Mittelfingern darstellt, sowie der Sticker in #5, bei dem die rechte Figur die linke kräftig mit dem Kopf stößt, verstärken den Ausdruck von Wut und Ungeduld angesichts der Aufgaben. In diesem Dialog wählt die Schreiberin übertriebene Bildzeichen, um ihre Emotionen und Gefühle intensiver auszudrücken, als es in der alltäglichen Face-to-face-Kommunikation üblich ist. Dies ist auch eine Besonderheit, wenn Bildzeichen als „bildliche Simulation von Gestik, Mimik oder Prosodie“ (Pappert 2017: 196) in der schriftlichen Kommunikation fungieren: Die bildliche Mimik und Gestik können im Vergleich mit nonverbalen Handlungen im Gespräch erheblich übertriebener und dramatischer dargestellt werden.

Beispiel 83: MoCoDa 2 #gcPuE



In diesem Dialog sucht D. jemanden, der sie in ein Center begleitet, weil sie dort nicht alleine sein möchte. Am Ende der ersten Nachricht fügt sie im Anschluss an die Begrüßung ein küssendes Gesicht hinzu, um Freundlichkeit auszudrücken und soziale Nähe zu gestalten. Nachdem sie ihre Intention ausgesprochen hat, schickt sie ein <💬>-Emoji. Dies reflektiert, dass sie sich innerlich gegen das Alleinsein wehrt und sich auf die Begleitung ihrer Freundinnen freut. Dieses Emoji vermittelt die persönliche Meinung und das Gefühl der Schreiberin, damit die anderen Mitglieder der WhatsApp-Gruppe ihre Absicht deutlicher erkennen können.

Ein kommentierendes Bildzeichen muss sich nicht auf die voranstehenden textuellen Äußerungen, sondern kann sich ebenfalls auf die vorherige Handlung in der Messenger-Interaktion beziehen, wie das folgende Beispiel zeigt:

Beispiel 84:



In diesem Dialog schickt die Schreiberin einen traurigen Affen-Sticker aufgrund der Nicht-Erreichbarkeit der anderen Interaktantin. Dadurch drückt sie ihre Enttäuschung wegen des verpassten Sprachanrufs aus. Es ist anzumerken,

dass konventionelle semantische Bedeutungen von Bildzeichen nicht zwangsläufig mit ihren Bedeutungen in einzelnen Verwendungskontexten übereinstimmen. Schwer zu artikulierende Stimmungen und Ansichten lassen sich teilweise leichter mit Bildzeichen vermitteln. In Imo (2015b) und Bonderer (2015) wird die „Markierung von Ironie, Übertreibungen, scherzhafter Kommunikation“ (Imo/Lanwer 2019: 291) als eine individuelle funktionale Kategorie betrachtet. Allerdings erscheint es meines Erachtens als schwierig, dies von der Kommen-

tierung persönlicher Einstellungen und Gefühle, insbesondere der „Ergänzung der Gefühlsnuancen“ (Schlobinski/Watanabe 2003: 30), in der Messenger-Kommunikation zu trennen. Ein Beispiel dafür, dass Bildzeichen zur Vermittlung einer ironischen und scherzhaften Bedeutung dienen, liefern die beiden Schreiberinnen im folgenden Dialog.

Beispiel 85: XISU #E-SS-Klagen-008



Übersetzung

A: Die letzten Tage habe ich wirklich viel zugenommen 🤔🤔 (#1)

B: Wie viel (#2)

A: Schon drei Pfund in einer Woche (#3)

B: Sticker (#4)

6 6 6 (#5)

A: ? ? ? (#6)

Sticker (#7)

In diesem Dialog beklagt sich die erste Schreiberin darüber, dass sie in kurzer Zeit erheblich zugenommen habe. Die andere Interaktantin nimmt ihre Beschwerde jedoch nicht ernst und antwortet mit einem animierten Sticker: Eine Ente zeigt unaufhörlich die Handgeste „666“ auf chinesische Weise. Es folgen drei „Sechs“-Emojis, die einen Text ersetzen. Ursprünglich ist die Zahl 6 ein Symbol für Glück, die Aussprache von sechs (liù) ähnelt der von 牛 (Deutsch: bravo, Pinyin: niú). Daher wird mit 666¹⁹⁹ oft ein Kompliment ausgedrückt, wenn

199 In vielen Fällen verwendet man 666, 6666, 6666666..., um stärkere Emotionen zu äußern. Chinesische Zahlen besitzen Bedeutungen, die über ihren numerischen Wert hinausgehen. Beispielsweise symbolisiert 5555 eine traurige Emotion, weil die Aussprache der chinesischen Fünf derjenigen des chinesischen Wortes für Weinen ähnelt. Die Zahl 9 steht für „Ewigkeit“. Deswegen drückt man

jemand etwas ausgezeichnet gemacht hat. In diesem Kontext dienen der Sticker in #4 und die verdreifachten Emojis in #5 zur scherzhaften und ironischen Andeutung, dass die Dialoginitiatorin zugenommen hat. Die Ironie wird durch Wiederholung von Bildzeichen oder durch Bildzeichen mit gleicher Bedeutung betont.²⁰⁰ Die Iteration des <?>-Emojis in #6 verweist auf die Verblüffung angesichts der unerwarteten Reaktion des Gegenübers. Mit dem Schlagen-Sticker in #7 äußert die Dialoginitiatorin auf spielerische und schelmische Weise ihren Unmut, wodurch ebenfalls scherzhaft auf die Neckerei des Gegenübers reagiert wird. Diese Interaktion mit Stickern und Emojis zwischen zwei Schreiberinnen, die in enger sozialer Beziehung zueinander stehen, bringt ironische und humoristische nonverbale Handlungen in diese Kommunikation ein.

Nicht zuletzt lässt sich hierbei noch eine Abgrenzung zwischen der illustrierenden und der kommentierenden Funktion von Bildzeichen konkretisieren, die in einigen linguistischen Forschungsergebnissen vage bleibt. Wie bei Bonderer (2015: 100) wurden „Illustrierung und Kommentierung einer Aussage“ einem Funktionstyp der Bildzeichen zugeordnet. Dieser Dialog belegt, dass die Kommentierung durch Bildzeichen auf einen Ausdruck persönlicher Einstellungen und Gefühle gegenüber bestimmten Handlungen oder Objekten verweist, während illustrierende Bildzeichen der Visualisierung dienen. Im Vergleich zur Kommentierung durch Bildzeichen ist das Setzen illustrierender Emojis weniger emotional und eher objektorientiert. Eine Kommentierung mit Bildzeichen findet auf der pragmatischen Ebene statt, während eine Illustration auf der textuellen Ebene im Vordergrund steht.

An diesem Punkt nenne ich zwei Nachrichten als Beispiel der prototypischen Abgrenzung von Kommentierung und Illustration durch Emojis.

Wünsche an ein Liebespaar manchmal einfach mit „99“ aus, nämlich „Ich wünsche euch 99“.

200 Wenn Emojis verwendet werden, um Einstellungen oder Emotionen zu verstärken, bezeichnen Li/Yang (2018: 5) diese Funktion als „Attitude/emotion intensity enhancer“.

Beispiel 86: MoCoDa 2 #fdbKG

Thomas

Guten Morgen, ja gleich geht's los 🍌 #61 09:16

Manuel

🍌 sagst Bescheid wenn du aufbrichst und was dein Navi sagt wann du wohl da bist #62 09:18

Beispiel 87: MoCoDa 2 #6pvIP

Christian

Super 🍌 Weiß nicht, glaube schon, frag da besser Berthold 🍌 #24 14:25

Das Daumen-hoch-Emoji <🍌> ist als Kompliment, Lob oder Zustimmung in der interpersonalen schriftlichen Kommunikation zu verstehen. In den Beispielen 86 und 87 repräsentiert das <🍌>-Emoji eine positive Einstellung, deren Funktion in zwei Dialogen jedoch feine Unterschiede aufweist. Das <🍌>-Emoji in Beispiel 86 markiert zunächst eine positive Bewertung der zuvor geschickten Nachricht; es könnte außerdem noch ein ökonomischer Ersatz für einen sprachlichen Ausdruck wie „super“ sein. Im Kontrast dazu sind das <🍌>-Emoji und die verbale Formulierung „super“ in Beispiel 87 redundant; das Emoji in diesem Beitrag verweist anadeiktisch auf das Wort „super“ und dient vorrangig der visuellen Illustration des sprachlichen Kommentars. Zudem kann das <🍌>-Emoji als Mittel zur Verstärkung der verbalen Kommentierung verstanden werden, indem es selbst eine kommentierende Funktion übernimmt.

10.3.2 Beziehungsarbeit

Menschliche Interaktionen sind Teil interpersonaler Beziehungen, in der schriftlichen Messenger-Kommunikation sind Bildzeichen ein Mittel der Beziehungsarbeit. In dieser „Relationship maintenance“ (Cramer et al. 2016: 507) sei das Emoji „an almost expected signifier of the sender and receiver’s ongoing relationship“ und „a shared habit of using emojis[] enables closeness from afar and makes it easier to relate“ (Cramer et al. 2016: 508). Imo (2015b: 146) bezeichnet diese beziehungsbezogene Verwendung von Bildzeichen als „Markieren von phatischer Kommunikation“ im Sinne einer Signalisierung von sozialer Nähe. In diesem Fall stehen Bildzeichen meistens „äußerungsfinal“ bzw. „nach der Abschiedsfloskel“ am Ende des Chats. Pappert (2017) zufolge ist diese Bildzeichenverwendung ein Mittel der „Beziehungsgestaltung“, die vor allem in der Interaktion von „Wünschen“ und „Grüßen“ vorkomme. Darüber hinaus weist die Kategorie der Bildzeichen einige Regelmäßigkeiten auf. Emojis mit den Bedeu-

tungen Küssen, Lächeln, Herz sowie eventuell Blumen usw. können die soziale Nähe bestätigen und gegenseitige Wertschätzung zeigen. Sticker, die beispielsweise die lächelnde Mimik oder umarmende Gestik im schriftlichen Dialog simulieren, können auch als Mittel von Freundlichkeit, Herzlichkeit und Vertrautheit dienen. Beispiel 88 zeigt eine solche Beziehungsarbeit mit Emojis in der Familiengruppe, während Beispiel 89 die Verwendung des Stickers durch eine Schreiberin illustriert:

Beispiel 88: MoCoDa 2 #ewD82

Tim
 Letzter.....🥰 Danke fürs Wochenende.🥰🥰🥰🥰
 #373 14:17

Julia
 Jaaa war sehr schön 🥰🥰🥰 #374 14:19

Antonia
 Fand ich auch 🥰🥰🥰🥰❤️ #375 14:20

Kim
 Fands auch sehr schön :) #376 14:21

Sabrina
 War wirklich klasse!! :) #377 14:21

Heike
 DER MEINUNG BIN ICH AUCH .❤️❤️❤️❤️👍🌹
 #378 15:55

Barbara
 War schön mit euch allen🥰🥰 #379 15:56

Dieser Dialogauszug entstammt einem Familienchat. Die Chatterinnen waren am Wochenende zusammengekommen. Nach einem ausgiebigen Fotoaustausch bedankt sich Tim bei den anderen für das schöne Wochenende. Nachfolgend drücken die Mitglieder ihre Zustimmung mit Emojis wie <🥰> in #373, #374, #375 und #379; <❤️> in #375 und #378; <👍> in #378; <🌹> in 379; :) in #376 und #377 aus. Die Bildzeichen in dieser Kommunikation sind als „Zugänglichkeitsritual“ zu betrachten, das auf

den „Wechsel der Zugänglichkeit als unproblematisch“ (Imo 2015b: 147–148) hinweist. Die Aktivität der Teilnahme aller Schreiberinnen sowie die Verwendung von Emojis und Emoticons sind in erster Linie als Vermittlung von Zuneigung und sozialer Nähe zu verstehen. Die Vervielfachung der Bildzeichen in einem Beitrag unterstreicht die Wertschätzung.

Beispiel 89: XISU #E-SS-Alltagskommunikation-009



Übersetzung

Freundin X:

- Ich gehe schlafen (#1)
- Mach weiter Training (#2)
- Schlaf gut, Schätzchen (#3)
- Sticker (#4)

Freundin Y:

- Okay (#5)
- Sticker (#6)

Dieser Dialog zwischen zwei engen Freundinnen zeigt, dass die erste Schreiberin ins Bett gehen will, während das andere Mädchen trainiert. In #4 sendet X den ersten Sticker, bei dem ein Cartoon-Schwein eine herzförmige Wassermelone isst. Die Schriftzeichen darüber bedeuten auf Deutsch „Die Wassermelone, die ich esse, hat dieselbe Form wie meine Liebe zu dir“, was ihrer Freundin eine liebevolle Emotion übermittelt.²⁰¹ Der zweite Sticker in #6 zeigt eine Schweinefigur, die sich zum Schlafen niederlegt, daneben steht die chinesische Phrase „Gute Nacht“, wodurch die textuelle Äußerung ersetzt wird.

10.3.3 Mittel des Schreiberwechsels

Bildzeichen können Schreiberwechsel in der schriftbasierten Kommunikation kennzeichnen. Mit Bildzeichen können Schreiberinnen einen Dialog initiieren, das Ende eines Dialogs signalisieren oder das Schreibrecht dem Gegenüber übergeben.

²⁰¹ Dieser Dialog stammt von einer meiner Bekannten, Freundin Y. Beim Interview mit der Schreiberin X wurde bestätigt, dass sie mit diesem Sticker liebevolle Emotionen in der Freundschaft ausdrücken wollte. Sie wollte ursprünglich einen Sticker, der für Liebe oder Sympathie steht, wählen und abends vor dem Einschlafen verschicken.

Beim Eröffnen einer Kommunikation können Emojis oder Sticker die Aufmerksamkeit der Empfängerin wecken und eine positivere Interaktionsstimmung schaffen. Dazu werden häufig Bildzeichen mit Grußfunktion und / oder solche mit lächelnder Mimik verwendet, wie die beiden folgenden Beispiele zeigen.

Beispiel 90:



Übersetzung

Fei:
Sticker mit Schriftzeichen „Komm mal“
(#1)

Yin:
❤️ (#2)

Fei:
Was machst du! Was machst du! (#3)

Yin:
Bin am Fahren, Vorname (#4)

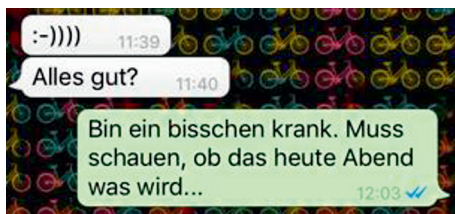
Fei:
😏😏 (#5)
Hast du Feierabend! (#6)

Yin:
Hast du an mich gedacht? (#7)

Der Dialogauszug findet zwischen zwei guten Freundinnen in verschiedenen Zeitzonen statt. Fei verschickt einen Sticker, bei dem sich eine Cartoon-Figur mit dem Schriftzeichen „Komm mal“ hin und her bewegt. Als Antwort schickt Yin ein <❤️>-Emoji, um zu signalisieren, dass sie bereit ist, mit der Dialoginitiatorin zu kommunizieren. Danach fängt die Kommunikation mit Botschaften zwischen den beiden an und der Dialog entwickelt sich weiter. In diesem Dialog ist der erste Sticker ein Initiationsmittel, und zwar eine bildliche Präsequenz

(siehe Kapitel 8.2, Beispiel 22)²⁰² anstatt sprachlicher Ausdrücke im engeren Sinne.

Beispiel 91:



In diesem Dialog nimmt die erste Schreiberin initiativ Kontakt mit der zweiten Person auf und verwendet das Emoticon :~))) als Ausdruck von Höflichkeit und Freundlichkeit. Dadurch wird eine

positive Atmosphäre für die weitere Kommunikation geschaffen. Die Antwort der zweiten Schreiberin in der dritten Nachricht zeigt, dass die beiden Personen zuvor über ein Treffen gesprochen haben, jedoch noch keine endgültige Vereinbarung getroffen haben. Deshalb fragt die erste Person „Alles gut?“, um zu erfahren, ob sie sich heute noch treffen werden. Hier erweist sich das einführende Symbol :~))) als eine verstärkte Variante von :-), um eine positive Emotion auszudrücken und zu bekräftigen.

Neben ihrer Funktion als Eröffnungsmittel dienen Bildzeichen noch dazu, einen Dialogbeitrag zu beenden. In diesem Fall können Bildzeichen ein klares Signal zur Beendigung der Kommunikation sein, wie in den Beispieldialogen 92 und 93 ersichtlich ist.

202 Ich betrachte die „Präsequenz mit Bildzeichen“ als ein typisches chinesisches Kommunikationsphänomen, das zum Phänomen der Bildzeichen als Eröffnungsmittel eines Dialogs gehört.

Beispiel 92:



Übersetzung

Qiao:

- Ich glaube, ich kann heute nicht einschlafen (#1).

Yu:

- Hilf mir bei der Entwurfsskizze (👉) (#2)
- Machst du oder nicht? (#3)
- Ich muss Überstunden bis nach Mitternacht machen. (#4)
- Sticker (#5)

Qiao:

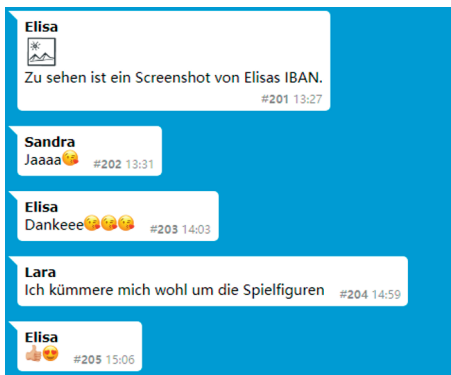
- Sticker (#6)
- Sticker (#7)

In diesem Dialog äußert die erste Schreiberin (Qiao) ihre Sorge, dass sie nicht einschlafen könne. Die zweite (Yu) reagiert darauf mit dem Vorschlag, dass Qiao mit ihr zusammen an einer Entwurfsskizze arbeiten könne, weil Yu noch lange daran arbeiten und sogar Überstunden bis nach Mitternacht machen müsse, um diese Skizze fertigzustellen. Zwei Bildzeichen setzt Yu in ihrer Antwort ein. Das erste <👉>-Emoji zeigt ein grinsendes Lächeln, das diesen „egoistischen“ Vorschlag ergänzt und dadurch die Rezipientin emotional anspornt. Der Sticker stellt ein weinendes Mädchen dar, im oberen Teil des Stickers steht dreimal die Zahl Fünf,²⁰³ was die Traurigkeit und missliche Situation visuell veranschaulicht. Qiao reagiert auf den Vorschlag nicht verbal, sondern mit zwei Stickern. Der erste Sticker zeigt eine Comicfigur, die langsam rückwärtsgeht. Drei Schriftzeichen für „Ich habe dich gestört“ stehen auf dem unteren Teil des Stickers, was oberflächlich bedeutet, dass die Senderin die Arbeit ihrer Freundin anscheinend gestört hat und um Entschuldigung bittet. Tatsächlich ist dies

203 Wie im vorherigen Teil erwähnt (Beispiel 85), klingt die chinesische Aussprache von „fünf“ ähnlich wie das chinesische Wort für Weinen, obwohl sie unterschiedliche Töne haben. Deswegen wird die Kombination „555“ als ein Symbol für Traurigkeit verwendet.

jedoch eine implizite Ablehnung des Vorschlags. Der Sticker vermittelt vermutlich, dass Qiao nun der Auffassung ist, sie hätte nichts von ihrer Schlaflosigkeit schreiben sollen, weil sie dadurch diesen Vorschlag erhalten hat. Nachfolgend wird ein Sticker mit dem Wort „Bye“ geschickt, womit dieser Dialog zu Ende geht. Einerseits verabschiedet sich Qiao von ihrer Freundin mithilfe dieses Stickers, andererseits verdeutlicht die Senderin mit diesem Sticker ihre vorherige Ablehnung des Vorschlags ihres Gegenübers. Qiao gibt keine weitere sprachliche Antwort auf den Vorschlag von Yu und erzählt ebenfalls nicht weiter über das ursprüngliche Thema „Schlaflosigkeit“. Die letzten zwei Sticker signalisieren, dass dieser Dialog enden soll.

Beispiel 93: MoCoDa #2 dJcr8



In diesem Dialog wollen sieben Freundinnen ein Geburtstagsgeschenk für eine andere Freundin organisieren und haben diesbezüglich eine WhatsApp-Gruppe erstellt, um sich absprechen zu können. Nachdem Elisa einige Geschenke erworben hat, möchten die anderen die anfallenden Kosten mit ihr

teilen. Hier schickt Elisa einen Screenshot mit ihren Bankinformationen. Sandra äußert sich positiv und Lara verspricht, sich um ein anderes Geschenk zu kümmern. Später sendet Elisa zwei Emojis, um ihre Zustimmung mit <👍> auszudrücken und die Freude über den Plan von Lara mit <😍> zu signalisieren. Ohne weitere Nachrichten findet dieser Dialog damit auf eine harmonische Weise seinen Abschluss. Wenn ein Dialog langsam zu Ende geht, kommt es manchmal vor, dass Schreiberinnen Bildzeichen ohne sprachliche Äußerungen im individuellen Beitrag (oder am Beitragsende) als Dialogabschluss nutzen. In dieser Situation dienen Bildzeichen als ökonomische Mittel, die Schreiberinnen „auf einfachem Wege prompte Reaktionen“ (Pappert 2017: 119) auf voranstehende Nachrichten gestatten. Dies ist auch eine Art und Weise, die Kommunikation auf natürliche und freundliche Weise enden zu lassen.

Zuletzt gehe ich noch auf die Möglichkeit ein, dass Bildzeichen als Regulator des Schreiberwechsels fungieren, indem sie das Rederecht in der Messenger-Interaktion übergeben. Diese Verwendung wurde bereits im Beispieldialog 34 erwähnt; das folgende Beispiel 94 soll sie kurz veranschaulichen:

Beispiel 94:

	Übersetzung A: - Habt ihr das Weibo-Posting von [Welle-Emoji] gelesen? (#1) - Viele Leute entschuldigten sich dafür (#2) - Sehr viel darüber erklärt (#3) B: Noch nicht gesehen. Was ist passiert? [Hundekopf-Emoji] (#4) C: Fuck! So ein Verhalten ist so derartig blamabel! Wie kotzübel ist das! (#5) B: [Hundekopf-Emoji] @A (#6) A: - [Welle-Emoji] und einige Leute entschuldigen sich für die Sachen der Postings gegenüber Zuständigen im Super Topic (#7) - Sie haben viele Sachen im Livestream erklärt (#8) - Und sagten Entschuldigung im Namen der Chefin (#9)
--	---

Dieser Dialogauszug stammt aus einer WeChat-Gruppe mit 23 Mitgliedern, die Fans eines E-Sport-Teams sind. Hier treten drei Personen in Erscheinung. A initiiert zuerst die Beschreibung des Weibo-Postings²⁰⁴ einer Person, die durch das Wellen-Emoji ersetzt wird.²⁰⁵ Die Nachrichten von A wecken das Interesse von B, die das erwähnte Posting noch nicht gelesen hat. B sendet ein Ohr-Emoji sowie ein Hundekopf-Emoji, um ihr Interesse an weiteren Erklärungen von A zu

204 Weibo ist der größte Mikroblogging-Dienst in China. Er wurde im Jahr 2009 von Sina entwickelt und funktioniert ähnlich wie Twitter.

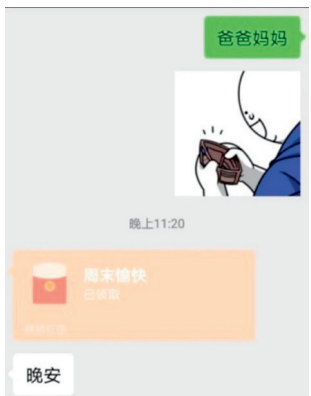
205 Laut dem Interview mit der Schreiberin beinhaltet der Konto-Name dieser erwähnten Person „Welle“ auf Chinesisch, weswegen sie das <[Welle-Emoji]>-Emoji für diese Person benutzt.

bekunden. Nach der Teilnahme von C in #5 an der Diskussion wollte B weitere Details zu den voranstehenden Äußerungen von A erfragen. Daraufhin sendet B ein Adresszeichen „@“ an A und zwei Emojis; ein <👉>-Emoji wie in # 4 drückt erneut die Neugier und das Interesse von Schreiberin B aus, während das <🔍>-Emoji A dazu auffordert, das Thema weiter auszuführen. Die Emojis in #4 und #6 sollen A signalisieren, dass B sich weitere Äußerungen von ihr erhofft und ihr deshalb das Schreibrecht übergibt.

10.3.4 Andeutung

In den analysierten Daten zeigt sich ein weiteres interessantes Phänomen im chinesischen WeChat-Dialog: Schreiberinnen nutzen bildliche Zeichen, um ihre Absichten indirekt auszudrücken und dabei das Gesicht sowohl der eigenen Seite als auch des Dialoggegenübers zu wahren.

Beispiel 95:

	Übersetzung Sohn: - Papa Mama (#1) - Sticker (#2) Papa: - Ein Roter Umschlag (#3) - Schlaf gut (#4)

In diesem Auszug aus einem Familienchat²⁰⁶ sendet eine Tochter ihren Eltern einen Sticker, auf dem eine Figur in ihre leere Briefftasche sieht. Ohne Rückfrage und besorgte Äußerungen schickt der Papa einfach einen digitalen roten Umschlag, in dem über WeChat höchstens 200 Yuan überwiesen werden können. Auf dem roten Umschlag fügt der Vater noch die chinesischen Schriftzeichen für „Schönes Wo-

²⁰⁶ Dieser Beispieldialog stammt aus Douban-Diskussionen zum Thema „Missverständnis, wenn wir Eltern Bildzeichen schicken“ und wurde von der Schreiberin am 27.11.2020 gepostet.

chenende“ hinzu, was darauf hinweist, dass die Tochter ihre Eltern durch den Sticker indirekt um Taschengeld bittet.

Die Tochter bringt ihre Absicht ohne direkte Geldforderung zum Ausdruck, indem sie ihre Eltern mit „Papa Mama“ anspricht und anschließend den Sticker versendet. Aufgrund des gemeinsamen Hintergrundwissens erkennen die Eltern schnell die Intention ihrer Tochter und senden ohne weitere Nachfragen den roten Umschlag.

Beispiel 96: #E-SS-Erinnerung-006

亲爱的 干嘛呢 我在宿舍休息呢, 你呢 我也在宿舍 哈哈哈 你奖学金到位了吗 🤔   啊! 发了! 我一会微信给你! 好可爱的表情包! 	Übersetzung Studentin A: - Schätzchen, was machst du (#1) Studentin B: - Ich mache Pause im Wohnheim und du? (#2) Studentin A: - Ich bin auch im Wohnheim hahaha (#3) - Wird dein Stipendium ausgezahlt? 🤔 (#4) - Sticker (#5) - Sticker (#6) Studentin B: - Oh! Schon ausgezahlt! Ich gebe es dir gleich mit WeChat zurück! (#7) - So herzige Sticker! (#8) Studentin A: - Sticker (#9)
---	--

In diesem Dialog zwischen zwei Schreiberinnen geht es um eine verspätete Stipendienzahlung an Studentin B, weshalb sie sich 500 Yuan von ihrer Freundin A geliehen hat. Nach einer Woche möchte A ihr Geld von B zurück und initiiert den Dialog mit der Präsequenz „Schätzchen, was machst du“, um die Verfügbarkeit des Gegenübers in

dieser Kommunikation zu erfragen. Nach Erhalt der Reaktion erkundigt sich A, ob das Stipendium auf das Konto von B überwiesen worden sei. Am Ende der Nachricht sendet A das WeChat-Emoji <🙄>, bei dem ein Auge von der Hand verdeckt wird; der Seitenblick steht für Neugier und bezieht sich auf eine zuvor gemachte Andeutung. Anschließend verschickt sie einen statischen Sticker, der die Andeutung visuell verstärkt. Der erste Sticker zeigt eine weinende Krabbe mit der Beischrift „habe keine Klauen“. In der chinesischen Sprache werden das Wort für „Klauen“ (钳; Pinyin: qián) und das Wort für „Geld“ (钱; Pinyin: qián) gleich ausgesprochen. Daher kann ein Zusammenhang zwischen der Bildunterschrift „habe keine Klauen“ und dem Gemeinten „habe kein Geld“ hergestellt werden. Im zweiten Sticker blickt die Krabbe nach oben und ruft dabei etwas, was in Schriftzeichen angegeben wird. Die zugehörigen Schriftzeichen bedeuten „Gib meine Klauen zurück“, was „Gib mein Geld zurück“ impliziert. Studentin B versteht die Andeutung und reagiert schnell darauf, indem sie ankündigt, das Geld über WeChat auf das Konto von A zu überweisen. Nach Erhalt dieser positiven Rückmeldung schickt Studentin A einen beweglichen Küssen-Sticker am Dialogende, was als „sozialer Kitt“ (Beißwenger/Pappert 2020: 102) nach der potenziellen gesichtsbedrohenden Erinnerung zu verstehen ist. Darin verkörpert sich ihre Wertschätzung und Zuneigung gegenüber ihrer Kommilitonin, trotz der eventuell unerwünschten Formulierungen in den letzten Beiträgen.

Jemanden an die Rückzahlung verliehenen Geldes zu erinnern, ist heikel und gesichtsverletzend. Direkter Druck wie etwa „Kannst du mir mein Geld, das ich dir vor einer Woche geliehen habe, schnell zurückgeben?“ ist sowohl für die Senderin als auch die Empfängerin problematisch in der Beziehungspflege. Doch der Gebrauch der bildlichen und insinuierenden Sticker gilt als ein sozialverträgliches Mittel zur impliziten, aber offensichtlichen Übermittlung des Gemeinten und ebenso für das Verständnis der Rezipientin.

Schließlich ist zu ergänzen, dass dem Kontext bei der Interpretation der pragmatischen Funktionen von Bildzeichen stets eine fundamentale Rolle zugeschrieben werden sollte. Daher konstatieren Cramer et al. (2016: 507), „when formulating a response containing emojis (or not), considering both prior and current conversational context is crucial“. Dasselbe Bildzeichen kann in verschiedenen Kontexten unterschiedliche pragmatische Funktionen übernehmen. Zudem kann es vorkommen, dass ein Bildzeichen nicht nur eine einzige

Funktion in einem Dialog besitzt. Deshalb reicht es nicht aus, lediglich festzustellen, welche Bildzeichen verwendet werden, sondern es ist notwendig, ihre jeweiligen pragmatischen Funktionen zu beschreiben. Durch ein solches Zusammenspiel zwischen sprachlichen Äußerungen und Bildzeichen ergibt sich eine bedeutungsvolle Kommunikation. Beispielsweise vermitteln das Daumen-hoch-Emoji <👍> und das Daumen-runter-Emoji <👎> häufig Einstellungen der Verfasserinnen, stehen im folgenden Dialog jedoch als Symbol für „Ja“ und „Nein“.

Beispiel 97: MoCoDa 2: #4I1Cp

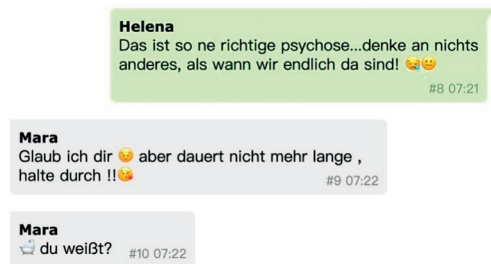
Aaron Wer ist denn gleich bei Josua? #31 17:40 Jonas 👎 #32 17:42 Kevin 👎 #33 17:45 Dominik 👎 #34 17:47 Torben Evtl später #35 17:49 Eric 👍 #36 17:55	Sebastian Jemand Bock morgen auf paintball spielen. Von 18–22 Uhr ca 40 Euro in Borken #46 13:21 Sebastian Zeitnahe Entscheidung #47 13:22 Jonas 👎 #48 13:26 Aaron Negativ #49 13:26 Torben Keine Zeit #50 13:29 Eric Auch keine Zeit #51 13:31 Kevin 👎 #52 13:31 Dominik 👎 #53 14:48
--	---

In diesem Männer-Chat verwenden die Dialogteilnehmer die Gestik-Emojis für eine verkürzte, aber deutliche Reaktion auf die Frage oder den Vorschlag anderer Gruppenmitglieder. Solche Emojis kommen nicht mehr als „redebegleitende Gesten“ (Chalmann/Thiel 2002: 6) mit verbalen Äußerungen vor, sondern werden als eigenständige Beiträge im Dialog verschickt. Wie im ersten Dialogausschnitt antworten Jonas, Kevin und Dominik auf die Frage von Aaron in #31 mit dem Emoji <👎> als Negation, um zu zeigen, dass sie nicht bei Josua seien. Eric gibt seine bejahende Rückmeldung mit einem <👍>. Eine ähnliche Verwendung findet sich auch im zweiten Dialogauszug, in

dem das Daumen-runter-Emoji <👎> als explizite Ablehnung des Vorschlags zum Paintball-Spiel in einem separaten Posting eingesetzt wird.

Einen weiteren kontextabhängigen und persönlichen Emoji-Gebrauch zeigt uns Mara im folgenden Beispiel:

Beispiel 98: MoCoDa 2 #3xD2f



In der Datenbank MoCoDa 2 wird der Dialoghintergrund beschrieben, demzufolge Helena im Schulbus „unter Übelkeit als Symptom einer psychischen Belastung“ leide. Laut der Kontextbeschreibung

von der Datenspenderin fand dieser Dialog im Jahr 2015 statt, als das <🤔>-Emoji noch nicht im Unicode verfügbar war. Als Ersatz dieses weinenden Gesichts schickt Mara das Badewannen-Emoji <🚿> zur Vermittlung der überaus niedergeschlagenen Stimmung: Sie fühlt sich so, als würde sie „eine ganze Badewanne voll weinen“ wollen. Das Badewannen-Emoji setzt in diesem Kontext gemeinsames Vorwissen und konventionelle Kommunikationsgewohnheiten der beiden Interaktantinnen voraus.

10.4 Zwischenbilanz

In diesem Abschnitt wurden einerseits Gemeinsamkeiten und Unterschiede hinsichtlich funktionaler Verwendung in chinesischer und deutscher Kommunikation erörtert und andererseits der Einsatz von Emojis, Emoticons und Stickern in ihren jeweiligen Funktionen verglichen. Obwohl deutsche und chinesische Interaktionen der Schreiberinnen in unterschiedlichen Sprachen, kulturellen Hintergründen und sozialen Kontexten auf unterschiedlichen Plattformen stattfinden, weisen sie mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede auf. Sie treten je nach ihrer funktionalen Taxonomie in Erscheinung:

Auf der graphischen Ebene stehen die Funktionen der Bildzeichen im Vordergrund, Text zu ersetzen. Die größte Gemeinsamkeit besteht darin, dass Emojis ein Wort (Substantive, Verben, Adjektive usw.) oder in Form einer Phrase sogar einen ganzen Satz im Dialog substituieren können. Dies ist der Fall, wenn das Emoji dieselbe wört-

liche oder eine übertragene Bedeutung wie der Text aufweist. Beim Eintippen eines Wortes über die virtuelle Tastatur erscheinen häufig entsprechende Emojis automatisch als Vorschläge. Dieser Aspekt ist ein bedeutender Faktor für die Popularisierung des „piktoralen Schreibens“, die (teilweise) Ersetzung des Textes durch Bildzeichen (Dürscheid/Frick 2016: 105–106), im chinesischen WeChat und im deutschen WhatsApp.

Zwei weitere Unterschiede zwischen chinesischem und deutschem Kontext wurde in Bezug auf die referenzielle Verwendung von Emojis zusammengefasst. Zum Ersten können im chinesischen Schreiben lediglich ganze Schriftzeichen oder eine Wortgruppe durch Emojis ersetzt werden, während im deutschen Schreiben Emojis an die Stelle eines Wortteils einschließlich einzelner Buchstaben, eines ganzen Worts oder ganzer Phrasen treten können (vgl. Dürscheid 2016b: 459; Dürscheid/Siever 2017b: 280; Pappert 2017: 109; Siever 2015: 294). Der Grund dafür liegt in der Tatsache, dass jedes Hanzi stets als Ganzes in Form von Quadratzeichen verwendet wird. Eine Segmentierung eines Hanzi ist unüblich und führt zum Verlust seiner bedeutungstragenden Eigenschaft. Zum Zweiten werden im chinesischen Kontext ein solches Emoji und der ersetzte Text ähnlich oder gleich ausgesprochen, wie beispielsweise im Fall der Paprika- und Huhn-Emojis (Beispiel 66). Diese Möglichkeit existiert im deutschen Kontext nicht. Der Unterschied angesichts der Referenzfunktion der Emojis im deutschen und chinesischen Schreiben lautet jeweils: Emojis als Ersatz für logographische Schriftzeichen versus als Ersatz für eine Kombination alphabetischer Zeichen, die in einer Graphem-Phonem-Korrespondenz stehen.

Sowohl chinesische als auch deutsche Sticker können Wörter, Wortgruppen oder Phrasen im Dialog ersetzen, obwohl Sticker nur als separater Beitrag im Chatinterface erscheinen können. Sticker können ebenso eine Komponente der Gesamtbedeutung oder der gesamten Kommunikationsabsicht der Schreiberinnen im wechselseitigen Nachrichtenaustausch darstellen. Im Unterschied zu Emojis können Sticker dem Gegenüber eine Situation oder Szene visuell übermitteln, weswegen sie in der Messenger-Kommunikation lange sprachliche Formulierungen, wie einen Satz oder mehrere Sätze, substituieren können. Der Ersatz von Buchstaben oder Teilen von Komposita im deutschen Kontext scheint jedoch schwierig zu sein, weil Sticker als einzelne Nachrichten verschickt werden.

Auf der textuellen Ebene lassen sich vier prototypische Funktionen der Bildzeichen in der WeChat- und der WhatsApp-Kommunikation identifizieren.

(i) Die Funktion „Entschriftung“ ist eine aktuelle Besonderheit des Bildzeichengebrauchs im digitalen Schreiben, die in den verfügbaren Daten jedoch keinen großen Anteil einnimmt. Der Begriff ist einer literarischen Studie entlehnt und verweist hauptsächlich auf die Verwendung mehrerer Emojis bei gleichzeitigem vorsätzlichem Verzicht auf Text in der schriftbasierten Messenger-Kommunikation. In diesem Fall lassen sich die gesetzten Bildzeichen, vor allem Emojis, schwer in einer direkten Eins-zu-eins-Übersetzung in Sprache umsetzen.

(ii) Sowohl im WeChat- als auch im WhatsApp-Dialog entfalten sich Emojis hervorragend bei der Strukturierung der sprachlichen Botschaften innerhalb eines Beitrags. Gegenüber einem Cluster textueller Äußerungen in einem Beitrag kann der Einsatz von Bildzeichen, insbesondere farbenfrohen Emojis, eine klare Rezeptionserfahrung der Mitleserinnen herbeiführen. Eine Strukturierung durch Emojis könnte den Adressatinnen mehr Lesefreude vermitteln und dadurch das Verständnis des Inhalts beschleunigen. Zudem kann der Schwerpunkt des Geschriebenen deutlicher hervortreten. Die offensichtliche Diskrepanz bei der Strukturierung durch Emojis im chinesischen und deutschen Kontext ist darauf zurückzuführen, dass Emojis im Letzteren als Ersatz für Interpunktion in verbalen Ausdrücken zwischen zwei Teilen einer Nachricht gesetzt werden, während dies im chinesischen Kontext nicht der Fall ist. Wie in Kap. 8.1 erklärt, ist im Chinesischen im Gegensatz zum Deutschen kein Leerzeichen zwischen zwei Wörtern in einem Satz erforderlich. Ein Leerzeichen im digitalen chinesischen Schreiben fungiert bereits als Strukturierungselement, während im deutschen Kontext ein Leerzeichen zur Strukturierung nicht ausreicht und Emojis Interpunktionen ersetzen können.

(iii) Bildzeichen, vor allem Emojis, können in den Postings zu- meist als ästhetische Dekoration schriftbasierter Kommunikation verwendet werden. In diesem Fall sind sie redundant und ersetzen weder ikonische noch sprachliche Inhalte (vgl. Beißwenger/Pappert 2019b: 105). Die aus ornamentalen Gründen gesetzten Emojis sind ein Blickfang und Gestaltungsmittel der Kommunikationsstimmung, das sich nicht auf die Textebene beschränkt, sondern auch auf die

pragmatische Ebene erstreckt. Die Zusammensetzung verschiedener Emojis mit ähnlichen Merkmalen bietet eine Möglichkeit, die Kommunikation lebendiger zu gestalten. Insbesondere in Nachrichten, die der Beziehungspflege oder feierlichen Glückwünschen dienen, taucht diese Verwendung häufig auf.

(iv) Illustrierende Emojis orientieren sich an textuellen Äußerungen und überschneiden sich zumeist mit der Bedeutung des Texts. Sie erscheinen meist am Nachrichtende oder unmittelbar nach dem jeweiligen sprachlichen Ausdruck. Im digitalen Schreiben erweist sich die Illustration durch Bildzeichen oft als semantisch redundant, da die textuellen Botschaften durch die beabsichtigte Bedeutung der Bildzeichen umfasst oder repetiert werden können. Dadurch erhalten diese Botschaften oder die damit verbundenen Emotionen zusätzlichen Nachdruck (vgl. Cramer et al. 2016: 508). Diese Verwendung weist große Ähnlichkeit im chinesischen und deutschen Schreiben auf.

Die Analyse der Bildzeichenfunktionen auf der pragmatischen Ebene erfolgt aus vier Perspektiven:

(i) Die am häufigsten verwendete Funktion von Bildzeichen ist die Kommentierung, vorrangig aus „der subjektiven Sicht“ der Schreiberin im Messenger-Schreiben (Dürscheid/Frick 2016: 105). Bezüglich dieses Gebrauchs zeigen sich große Gemeinsamkeiten im chinesischen WeChat und deutschen WhatsApp. Schreiberinnen kommunizieren mithilfe von Emoticons, Emojis oder Stickern eigene Einstellungen und Bewertungen, Gefühle und Emotionen. Zudem kann durch die Iteration von Bildzeichen den Emotionen und Einstellungen Nachdruck verliehen werden.

(ii) Als zweite pragmatische Funktion habe ich in diesem Teil die Beziehungskonstituierung durch Bildzeichen hervorgehoben, die sich in manchen Kontexten mit anderen Funktionen überlappt. Emojis, Emoticons und Sticker können der Beziehungsgestaltung im Messenger-Dialog dienen; sie haben in erster Linie positive Bedeutungen und vermitteln den Rezipientinnen Wertschätzung, Vertrautheit, Zuneigung usw. In chinesischen wie auch in deutschen Kontexten erscheinen Emojis oder Emoticons am Nachrichtende oder als separater Beitrag am Dialogende, wenn sie stereotypisch der Beziehungsarbeit dienen.

(iii) Als dritte pragmatische Funktion wurde die Signalisierung des Schreiberwechsels im Dialog beleuchtet: Bildzeichen dienen der Eröffnung oder Beendigung eines Dialogs oder markieren den

Schreiberwechsel im Kommunikationsverlauf. In vielen Fällen treten Bildzeichen anstelle textueller Begrüßungen auf, um die Kommunikation von Beginn an in einem freundlichen Kontext zu gestalten. Als Beendigung eines Dialogs können Bildzeichen verbale Verabschiedungen ersetzen und Mitleserinnen den Dialogabschluss signalisieren. Zudem werden Bildzeichen ökonomisch als Rückmeldung im laufenden Austausch gesetzt, ohne sprachliche Formulierungen, wenn die Kommunikation auf natürliche Weise zu Ende geht. In diesem Fall kann sich diese Funktion mit anderen Funktionen überschneiden, z.B. der Kommentierung oder Beziehungskonstruktion. Als ein Symbol der Übergabe des Schreiberwechsels in der Interaktion werden Bildzeichen zum Themawechsel oder zur Übergabe des Schreiberwechsels an andere Chatterinnen eingesetzt.

(iv) Bildzeichen, insbesondere Sticker, finden in der chinesischen WeChat-Kommunikation häufig als Andeutungen Verwendung. Dabei können durch diese Bildzeichen schwer auszusprechende oder gesichtsbedrohende Inhalte unterschwellig geäußert werden, sodass die Schreiberinnen im Dialog nicht peinlich berührt sind. Diese implizite Nutzung von Bildzeichen steht im Zusammenhang mit der chinesischen Kultur, die großen Wert auf soziale Harmonie, soziale Beziehungen und das Gesichtswahren legt. Die Kommunikationsweise ist dabei eher indirekt, insbesondere in potenziell gesichtsverletzenden Kommunikationssituationen. Der chinesische Ausdruck „hanxu“ (implizit; Pinyin: „hán xù“; Hanzi: 含蓄) charakterisiert diese „zurückhaltend[e], reserviert[e], implizit[e] und indirekt[e]“ Kommunikationsart (Chen 2012: 152).

Ergänzend sei darauf hingewiesen, dass die von Pappert (2017) herausgestellten ludischen, ökonomischen und rahmenden Funktionen in der vorliegenden Arbeit keiner spezifischen Funktionskategorie zugeordnet sind. Der Hauptgrund dafür ist, dass sie sich in verschiedenen funktionalen Anwendungen widerspiegeln. Der „spielerische Einsatz“ (Imo/Lanwer 2019: 291) von Bildzeichen bei der ludischen Funktion ist typischerweise referenziell, illustrativ oder kommentierend und kommt selbstverständlich im „Duell mit Stickern“ im weiteren Sinne vor. In der schriftlichen Kommunikation können Bildzeichen den Schreiberinnen sowohl beim Versenden als auch beim Empfangen und in weiteren zirkulierenden Rückkopplungen Spaß und Amüsement bereiten. Darüber hinaus können Bildzeichen, wie zuvor erwähnt, in einigen Fällen ebenfalls eine ökonomische Funktion

erfüllen, indem sie als visueller Ersatz für Text dienen und als Einleitungs- und Abschlussformel fungieren. Die von Pappert (2017) beschriebene Rahmungsfunktion der Bildzeichen in einer vertrauten und lockeren Nahkommunikation kann gleichfalls als eine allgemeine Wirkung von Bildzeichen im Dialog betrachtet werden. Sie beruht auf der Herstellung einer positiven Kommunikationsstimmung durch ein Cluster von Emojis zur Ausschmückung, zur Beziehungsarbeit, zur positiven Kommentierung durch bildliche Elemente usw.

In diesem Zusammenhang muss ich mit besonderem Nachdruck den Umstand unterstreichen, dass ein Bildzeichen im schriftlichen Dialog nicht ausschließlich über eine einzige Funktion verfügt, obgleich es eine Hauptfunktion haben kann. Funktionen von Bildzeichen überlappen sich in deren Einsatz. Daneben können demselben Bildzeichen in verschiedenen Dialogen divergente Bedeutungen und Funktionen im Messenger-Schreiben zugeordnet werden. Wie Imo (2015b: 147) zu Emoticons im SMS-Schreiben anmerkt, sollten Funktionsklassen nicht als klar abgegrenzte Kategorien betrachtet werden, sondern vielmehr als „offene Klassen, die Mischfunktionen zulassen können und zudem als indexikalische Ausdrücke stark vom Kontext – gegeben durch die Vorgängeräußerung(en) oder Vorgänger-SMS – bestimmt sind“.

Schlussbetrachtung

11.1 Antworten auf die Forschungsfragen

In dieser Studie wurde das chinesische WeChat- und deutsche WhatsApp-Schreiben mit einem Fokus auf der Bildzeichen-Verwendung kontrastiv betrachtet. Mit dieser Untersuchung habe ich zwei Forschungslücken zum interpersonalen Messenger-Schreiben geschlossen. Zum einen wurden die chinesische und deutsche schriftliche Kommunikation sowie die darin vorkommende Bildzeichen-Verwendung hinsichtlich der Kulturspezifika, Schriftsysteme und Kommunikationsgewohnheiten ausführlich dargestellt. Zum anderen wurde der Sticker-Gebrauch als Teil der Bildzeichen-Verwendung im Messenger-Schreiben analysiert. Basierend auf zwei Datenbanken deckt die Betrachtung der Bildzeichen-Verwendung quantitativ und qualitativ einen breiten Phänomenbereich in Einzel- und Gruppendialogen ab.

Im Folgenden werde ich meine Untersuchungsergebnisse zusammenfassen und die drei Leitfragen beantworten:

(i) Welche Kommunikationsphänomene sind im interpersonalen Messenger-Schreiben zu beobachten?

Obwohl China den Druck mit beweglichen Lettern über 400 Jahre früher als Europa erfunden hat, setzten sich Schreibtechnologien wie der Telegraf, die Schreibmaschine und Computer wie auch das Internet und Messenger-Dienste später als in westlichen Ländern durch (siehe Kapitel 3.1). Mittlerweile wurden die beiden Messenger-Dienste zu multifunktionalen Kommunikationsplattformen weiterentwickelt (siehe Kapitel 2.2 und 2.3). Neben den Kernfunktionen von Messenger-Diensten wie Chatten und Anrufen ermöglicht WhatsApp beispielsweise den Nutzerinnen, mit Emojis zu reagieren, während WeChat Funktionen wie den Emoji-Regen und die Emoji-Bombe bietet, die sich zunehmend in Chat-Interaktionen etablieren. Die aktuelle Kommunikation im WeChat- und WhatsApp-Schreiben ist das Ergebnis

einer Wechselwirkung zweier Aspekte: erstens die technischen Affordanzen im Kommunikationsbereich, welche das Messenger-Schreiben ermöglicht und damit das digitale Schreiben beeinflusst; zweitens das sprachliche und kulturelle Repertoire, das Schreiberinnen in die Interaktion einbringen.

In Hinsicht auf die Kommunikationsgestaltung sind drei Spezifika zu identifizieren, die sowohl auf chinesische WeChat- als auch deutsche WhatsApp-Kommunikation zutreffen. Erstens neigen Schreiberinnen dazu, vollständige Nachrichten in einzelnen, grammatisch nicht abgeschlossenen, inhaltlich unvollständigen und relativ kurzen „Chunks“ zu versenden. Interessanterweise findet im Messenger-Schreiben beider Sprachen das absichtliche Chunking von Äußerungen zum Ausdruck bestimmter Emotionen statt. Zweitens werden Interpunktionszeichen im digitalen Schreiben vielfach „umfunktioniert“ und „variiert“ (Siebenhaar 2020: 81). Die Emotionalisierung der Interpunktion vollzieht sich einerseits durch Iteration, indem die Intensität der Äußerungen durch die Erhöhung der Anzahl von Interpunktionszeichen verstärkt wird. Andererseits entsprechen Interpunktionszeichen im Dialog nicht zwangsläufig den grammatischen Regeln, sondern vielmehr der pragmatischen Absicht in der Kommunikation. Überdies ist das Auslassen von Interpunktion oder die Ersetzung von Satzzeichen durch Emojis im digitalen Schreiben häufig anzutreffen. Drittens präsentiert sich die schriftliche Kommunikation in Messenger-Diensten stark multimodal: Sprachliche Zeichen, graphische Kommunikationsmittel, Internet-Links, Videos usw. bilden zusammen eine Kommunikation. Viertens ist die Verwendung der Präsequenz, insbesondere im chinesischen WeChat, hervorzuheben. In diesem Fall schicken chinesische Verfasserinnen vor dem Hauptinhalt eine einzelne verbale Sequenz wie „Was machst du jetzt?“, „Bist du (am Handy) da?“ usw. oder ein Bildzeichen, um so die Verfügbarkeit und Kommunikationsbereitschaft der Gegenseite sicherzustellen.

Auf der zeitlichen Ebene erfolgt die Messenger-Interaktion quasi-synchron, d.h., dass Schreiberinnen trotz ihrer geographischen Distanz durch gleichzeitige Teilnahme an der Kommunikation mit minimalem Zeitabstand auf Nachrichten ihrer Gegenüber reagieren. Zudem ist im alltäglichen Schreiben kein festgesetztes Ende erforderlich; der Dialog bleibt offen und kann jederzeit je nach Thema wieder begonnen und beendet werden. Dadurch werden die traditionellen Ein-

stiegs- und Ausstiegsfloskeln von Briefen, vor allem im informellen Schreiben mit vertrauter Sozialbeziehung, entbehrlich.

Bezüglich der Messenger-Nutzerinnen habe ich dargelegt, wie vielfältig die sozialen Kontexte sind, in denen sich chinesische Schreiberinnen begegnen. Durch WeChat können Verfasserinnen eine Vielzahl von Personen aus unterschiedlichen Lebensbereichen über soziale Hierarchieebenen hinweg kontaktieren.

(ii) Wodurch zeichnet sich die Bildzeichen-Verwendung in der WeChat- und WhatsApp-Kommunikation aus?

Angesichts der unterschiedlichen Bezeichnungen für graphische Kommunikationsmittel (siehe Kapitel 4.1) wurden für diese Studie Begriffe wie Emojis, Emoticons und Sticker einheitlich definiert. Emoticons umfassen sowohl die aus ASCII-Zeichen bestehenden vertikalen Varianten des Westens als auch die frontal orientierten asiatischen Darstellungen sowie die vielfältigen Kaomojis. Anstelle der Unicode-Kodierung wurden Farbigkeit, die Unveränderbarkeit durch Nutzerinnen, die Einbettung in Text und die Referenz auf Sachverhalte als wesentliche Merkmale von Emojis definiert. Dadurch fallen auch plattformspezifische Bildzeichen, die nicht in Unicode abgebildet sind, in die Kategorie der Emojis. Sticker sind spezielle Bildzeichen in Messenger-Anwendungen, die als eigenständige Nachrichten verschickt werden; sie lassen sich nicht vergrößern oder direkt ins Handyalbum speichern, sondern nur zu den Favoriten in der jeweiligen App hinzufügen. In dieser Arbeit wurden zudem statische und animierte GIFs sowie Memes als Sticker klassifiziert, die entweder rein bildlich, textuell oder eine Kombination aus beidem sind.

Die Einbettung von Bildzeichen im Dialog betrachte ich als zentrales Merkmal, aufgrund dessen das Messenger-Schreiben als multimodal untersucht werden kann. Ihre relevante Stelle zeigt sich ebenfalls bei der Auswertung der chinesischen und deutschen Datenbank: Emojis sind bei weitem die am häufigsten genutzten graphischen Kommunikationsmittel sowohl im WeChat- als auch im WhatsApp-Schreiben. Sie werden in WhatsApp häufiger verwendet als in WeChat; auch treten in WhatsApp mehr unterschiedliche Emojis auf, obwohl WeChat-Nutzerinnen eine größere Auswahl haben. In beiden Messenger-Diensten werden Emojis zumeist entweder als eigenständiger Beitrag gesendet oder am Ende eines Satzes innerhalb einer Nachricht platziert. Sticker hingegen machen im MoCoDa-2-Korpus

keinen relevanten Anteil aus, während sie in mehr als der Hälfte der untersuchten WeChat-Dialoge vorkommen. Nur wenige Dialoge der XISU-Datenbank enthalten Emoticons, während sie in einem Gutteil der WhatsApp-Dialoge in großer Vielfalt verwendet werden. In WhatsApp-Dialogen werden Emoticons überwiegend am Ende eines Beitrags und am zweithäufigsten innerhalb von textuellen Äußerungen in einer Nachricht eingesetzt.

Basierend auf der detaillierten Untersuchung zu den einzelnen Dialogen zeigen sich viele Merkmale bei der Bildzeichen-Verwendung über Sprachen und Kommunikationsplattformen hinweg. Der Einsatz von Bildzeichen ist kommunikativ-situativ, spontan und dynamisch. Deren Stil, Anzahl und Frequenz können je nach Thema und Kontext variieren. Die Einbettung von Bildzeichen kann sich im Kommunikationsverlauf ändern, dabei nehmen Dialogstimmung, Reaktionen der Gegenseite sowie gegenseitiges Verständnis Einfluss. Die gewählten Bildzeichen in der Kommunikation reflektieren den Geschmack und die Präferenzen der Nutzerinnen und dienen der Darstellung der Selbstidentität. In der Gruppenkommunikation tragen Bildzeichen zur Gruppenidentität bei, indem sie gemeinsame Aktivitäten unterstützen.

Wenn Schreiberinnen Bildzeichen im Dialog einbetten, beschränken sie sich nicht nur auf einen einzigen Zeichentyp: Emojis und Sticker können als Ikon, Index und Symbol fungieren. Die Relation zwischen dem Bildzeichen und dem bezeichneten Sachverhalt ist stark von Kontext und kulturellen Konventionen abhängig, die Senderin und Empfängerin eines Bildzeichens können sie möglicherweise als unterschiedliche Zeichentyp wahrnehmen. Viele Sticker sind animiert oder enthalten Text, was ihre semiotische Qualität in der Kommunikation beeinflusst. Die intermodale Relation zwischen Text und Bildzeichen in der Messenger-Kommunikation kann entweder akkommodierend oder einschränkend sein. Die Ergänzung von Verbalem durch Bildzeichen besteht in der Veranschaulichung von Texten oder der Erweiterung sprachlicher Inhalte, z.B. zum Evozieren von Emotionen, zum Aufrufen von Frames sowie zur Vermittlung von Konnotationen sprachlicher Äußerungen. Umgekehrt kann die Ergänzung von Bildzeichen durch Verbales der Konkretisierung von graphisch übermittelter Bedeutung dienen. Einschränkungen können durch fehlende multimodale Kompetenz, Einsatz im unpassenden Kontext oder persönliche Abneigungen entstehen.

Die Funktionen von Bildzeichen habe ich auf drei Ebenen ausgeführt. Auf der graphischen Ebene können Bildzeichen textuelle Äußerungen ersetzen, auf der textuellen Ebene lassen sich Bildzeichen als Mittel zur Entschriftung, Strukturierung, Ausschmückung sowie Illustration im Dialog setzen, auf der pragmatischen Ebene entfalten sich Bildzeichen zur Kommentierung und Beziehungsgestaltung, Markierung des Schreiberwechsels sowie Andeutung. An diesen Funktionen werden Unterschiede zwischen chinesischem und deutschem Schreiben sowie auch zwischen Stickern und Emojis ersichtlich, wie ich im Passus 11.4 dargelegt habe.

(iii) Welche schriftsystem- und kulturabhängigen Unterschiede weisen chinesische und deutsche Interaktionen mit Bildzeichen im digitalen Schreiben auf?

Verschiedene Kommunikationsphänomene in WeChat und WhatsApp, die auf die Unterschiede des chinesischen und des deutschen Schriftsystems zurückzuführen sind, betreffen vor allem die Ersetzung von Verbalem in der Strukturierung textueller Äußerungen durch Bildzeichen. Wenn Emojis Hanzi ersetzen, können sie den Text aufgrund von Ähnlichkeiten der Bedeutung oder Aussprache ersetzen, jedoch können sie nicht Teil eines Schriftzeichens werden. Dahingegen können Emojis im Deutschen einzelne Buchstaben und Wörter ersetzen, wobei die zu ersetzenden Buchstabensequenzen und die ersetzenden Emojis für gewöhnlich in einem Zusammenhang auf der Bedeutungsebene stehen. Im anderen Fall strukturieren Emojis verschiedene sprachliche Äußerungen im digitalen Schreiben und fungieren als Ersatz für Interpunktionen. In der chinesischen Schrift, die quadratische Zeichen verwendet, können Emojis als Leerzeichen fungieren. Hingegen erfüllen Emojis diese Funktion im Deutschen nicht. Hierbei ist noch ein Unterschied auf der sprachlichen Ebene im chinesischen und deutschen Kontext zu ergänzen. Im Chinesischen treten Wortspiele normalerweise anhand von Homophonie oder ähnlicher Aussprache zwischen divergenten Schriftzeichen im digitalen Schreiben auf. Im Deutschen hingegen basieren Wortspiele eher auf der Wiederholung von Vokalen oder Konsonanten oder auf Änderungen der Buchstaben innerhalb eines Wortes.

Mit kulturellen Unterschieden verbundene Kommunikationsspezifika im Messenger-Schreiben lassen sich wie folgt zusammenfassen: Im Vergleich zur individualistischen Kultur westlicher Länder, die

Werte wie Eigeninitiative und Freiheit des Individuums betont, ist der Kollektivismus für Chinesinnen von großem Belang. Als „Musterbeispiel des Kollektivismus“ (Günthner 1993: 71) legen Chinesinnen besonderen Wert auf Beziehungsgestaltung, Aufbau und Pflege von Beziehungsnetzwerken sowie soziale Harmonie. Dies spiegelt sich im Aufbau der eigenen Community, was sich auch in der intensiven Nutzung zahlreicher WeChat-Gruppen innerhalb und außerhalb von China zeigt (siehe Beispiele 49, 50, 52 und 53). Im Gegensatz dazu ist in deutschsprachigen Kulturen eine striktere Abgrenzung unterschiedlicher sozialer Bereiche zu beobachten. Hier wird das Verhalten der Menschen von der sozialen Nähe zu ihrem Interaktionsgegenüber und dem Kontext, in dem sie interagieren, beeinflusst (vgl. Schroll-Machl 2007: 79, 2013: 143).

Deutschsprachige Länder sind durch eine Low-Context-Kultur gekennzeichnet, während China eine High-Context-Kultur aufweist. Kontextgebundenheit und Flexibilität der Kommunikation sind je nach Situation von großer Bedeutung in der chinesischen Kommunikation (vgl. Liang/Kammhuber 2007: 181; Müthel 2006: 109). Daher kann das Verständnis von Stickern im spezifischen monomodalen Phänomen „Duell mit Stickern“ in WeChat von deren ursprünglichen Bedeutung abweichen. Die jeweilige Kommunikationssituation verleiht Stickern einen potenziell erweiterten Bedeutungsraum in der Interaktion. Überdies wird Indirektheit in der Kommunikation von Chinesinnen besondere Bedeutung beigemessen. Chinesische Schreiberinnen nutzen gerne Bildzeichen, insbesondere Sticker, um die intendierte Bedeutung anzudeuten, statt potenziell problematische Äußerungen direkt auszudrücken. Die Verwendung von Bildzeichen ist tief im chinesischen digitalen Schreiben verankert. In der typischerweise multimodalen Umgebung der Messenger-Kommunikation stellt das Phänomen ‚Duell mit Stickern‘ eine bemerkenswerte Ausnahme dar, indem es eine reine Monomodalität – ausschließlich non-verbale Interaktion – hervorhebt.

11.2 Ausblick

(i) Datenbankaufbau

Die WhatsApp-Datenbank MoCoDa 2 und die WeChat-Datenbank von XISU enthalten eine Vielzahl von Dialogen mit umfangreichen Themen aus der vielfältigen Alltagskommunikationen zwischen ver-

schiedenen Schreiberinnen. Dennoch bestehen Optimierungspotenziale hinsichtlich der Erweiterung des Datenumfangs und der Anpassung an die technologische Entwicklung der Kommunikationsplattformen.

In Datenbanken, die auf Datenspenden von Studentinnen an regionalen Universitäten basieren, sollte die potenzielle Ungleichverteilung der gespendeten Daten minimiert werden, beispielsweise hinsichtlich geographischer Herkunft, Berufe und Altersgruppen der Schreiberinnen. Neben Studentinnen in Universitätsstädten könnten Menschen unterschiedlichen Alters und mit verschiedenen beruflichen und regionalen Hintergründen dazu angeregt werden, ihre Dialoge zu spenden.

Die jetzigen Messenger-Plattformen erfüllen bereits menschliche Kommunikationsbedürfnisse, jedoch werden die Konzerne auch zukünftig neue technische Angebote in WeChat und WhatsApp entwickeln. Damit werden Plattformen einerseits an die Bedürfnisse der Nutzerinnen nach neuen Kommunikationsmöglichkeiten und neuen Erfindungen angepasst, andererseits lenken Konzerne in gewissem Maße die Kommunikationsentwicklung der Menschen durch ihre Innovationen und Erfindung neuer Angebote. Datenbanken müssen parallel dazu dem Trend der Kommunikationsentwicklung folgen und neue Funktionen integrieren. Beispielsweise werden GIFs und Sticker in den Dialogdaten von MoCoDa 2 nie als originale Versionen gezeigt. Zudem wird die neue Funktion von WhatsApp, mit Emojis auf eine Nachricht zu reagieren, in der Dialogdatenbank noch nicht angegeben. Die funktionalen Angebote von WeChat sind in der XISU-Datenbank gut präsentiert, und die Sammlung von Dialogen in Word-Dateien erleichtert die Arbeit damit. Allerdings besteht weiterhin eine Herausforderung hinsichtlich der Übertragung von Word-Dateien auf die Website. Beispielsweise sollte in der Präsentation der roten Umschläge berücksichtigt werden, dass auf ihnen Emojis angebracht werden können. Auch die graphische Auflösung von Stickern, zumal wenn sie Text enthalten, ist verbesserungswürdig.

Schließlich unterstreicht die Problematik des Datenschutzes in der XISU-Datenbank die Notwendigkeit, Bewusstsein für Datenschutz zu verstärken und Anonymisierungsverfahren zu implementieren. Diese sind essentiell für die Gewährleistung der Forschungsintegrität und den Schutz der Privatsphäre der Datenspenderinnen.

(ii) Forschungspotenzial

Bislang existiert noch keine umfassende Kombination aus quantitativen und qualitativen Methoden zur detaillierten Untersuchung von Bildzeichen-Verwendungen in der Messenger-Kommunikation. Aufgrund technischer Einschränkungen war es mir nicht möglich, die Verwendungshäufigkeit von Stickern in WeChat- und WhatsApp-Datenbanken quantitativ auszuwerten. Eine systematische quantitative Untersuchung der Sticker-Nutzung in der chinesischen und deutschen Messenger-Kommunikation könnte aufschlussreich sein, sobald Sticker in den Datenbanken problemlos gelesen werden können.

Abschließend möchte ich einen Ausblick auf weitere Forschungsmöglichkeiten im Bereich der kontrastiven Untersuchung von Bildzeichen in chinesischer und deutscher Messenger-Kommunikation geben. Sofern ausreichend Dialogdaten zur Verfügung stehen, könnte eine Persona von Bildzeichen-Nutzerinnen, ein Prototyp einer bestimmten Nutzergruppe, im digitalen Schreiben erfasst werden. Ein Vergleich zwischen Schreiberinnen verschiedener Altersgruppen und eine Diskussion über den Anpassungsgrad älterer Menschen an das digitale Schreiben könnte ebenso aufschlussreich sein. Die Analyse von Tendenzen in der Verwendung von Bildzeichen über bestimmte Zeiträume, z.B. ein Jahr oder fünf Jahre, in Messenger-Diensten in Abhängigkeit von der jährlichen Datenmenge wäre ebenfalls bedeutsam. Zudem wäre eine ausführliche Untersuchung zum Verständnis und zur Verwendung sowie ein Vergleich zwischen Gemeinsamkeiten und Unterschieden von Bildzeichen, etwa aus Unicode abgeleiteten Emojis, im chinesischen WeChat und deutschen WhatsApp von Interesse. Natürlich sollten Forscherinnen ihre eigenen subjektiven Perspektiven in der qualitativen Analyse so weit wie möglich vermeiden und stattdessen mit Kontexten und Kommunikationshintergründen ihrer Forschungsgegenstände vertraut sein. In diesem Sinne könnten Fragebogen und Interviews eingesetzt werden, um die Präzision der Betrachtung zu erhöhen.

Derzeit erhalten die Funktionen von Messenger-Diensten nach jahrelanger Entwicklung zwar ständig kleine Updates, aber die grundlegenden und manche zusätzlichen Funktionen haben sich bereits gefestigt oder sind ausgereift. Messenger-Dienste sind fest im Alltag integriert. Die wachsende Beliebtheit von kurzen Videoclips auf Plattformen wie TikTok oder in den Instagram Reels bringt sicherlich neue Kommunikationsphänomene mit sich, die die alltägli-

chen Interaktionen maßgeblich prägen. Lassen Sie uns gespannt sein, wie sich Technologie im Zusammenspiel mit menschlicher Vorstellungskraft und Kreativität weiterentwickeln wird. Es bleibt spannend zu beobachten, welche neuen Möglichkeiten der Kommunikation zwischen Menschen entstehen werden und inwieweit unsere derzeitige schriftliche Kommunikation davon beeinflusst werden wird.

Literatur

- AG ARD-Multimedia (1997): ARD-Online-Studie 1997: Onlinenutzung in Deutschland. Online unter: <https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/1997/Online97.pdf> (letzter Zugriff am 21.04.2023).
- Aggeler, Madeleine (2017): The origins of the Kermit sipping tea meme. In: Bustle. Online unter: <https://www.bustle.com/p/what-is-the-kermit-sipping-tea-meme-a-history-of-this-muppets-shade-69015> (letzter Zugriff am 06.03.2023).
- Ai, Chuan / Chen, Bin / He, Lingnan / Lai, Kaisheng / Qiu, Xiaogang (2018): The National Geographic Characteristics of Online Public Opinion Propagation in China Based on WeChat Network. In: *GeoInformatica* 22(2), S. 311–334.
- Al Zidjaly, Najma (2022): Covid-19 WhatsApp Sticker Memes in Oman. In: *SAGE Journals* 33(5), S. 690–716.
- Alexander, Kerstin (2013): *Kompendium der visuellen Information und Kommunikation*. 2. Auflage. Berlin/Heidelberg: Springer.
- Álvarez, José Aldemar (2016): Meaning Making and Communication in the Multimodal Age: Ideas for Language Teachers. In: *Colombian Applied Linguistics Journal* 18(1), S. 98–115.
- Ammannati, Marco (2016): Twitter-Posting von Brexit-Emoji. Online unter: <https://twitter.com/marcoammannati/status/746337860589060096> (letzter Zugriff am 23.04.2023).
- Amosun, Tunde Simeon / Jianxun, Chu / Rufai, Olayemi Hafeez / Muhideen, Sayibu / Shahani, Riffat / Shah, Zakir / Koroma, Jonathan (2021): WeChat usage during COVID-19 pandemic lockdown: the mediating role of online self-disclosure on quality of friendship and well-being. In: *Global Knowledge* 71(3), S. 121–139.
- Androutsopoulos, Jannis (2018): Digitale Interpunktion: Stilistische Ressourcen und soziolinguistischer Wandel in der informellen digitalen Schriftlichkeit von Jugendlichen. In: Ziegler, Arne (Hrsg.): *Jugendsprachen: Aktuelle Perspektiven internationaler Forschung*. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 721–748.

- Androutsopoulos, Jannis / Georgakopoulou, Alexandra (2008): Youth, discourse, and interpersonal management. In: Antos, Gerd / Ventola, Eija / Weber, Tilo (Hrsg.): *Handbook of Interpersonal Communication*. De Gruyter. S. 457–480.
- Antos, Gerd / Opiłowski, Roman (2014): Auf dem Weg zur Bildlinguistik. Perspektiven für eine neue linguistische Subdisziplin aus deutsch-polnischer Sicht. In: Antos, Gerd / Opiłowski, Roman / Jarosz, Józef (Hrsg.): *Sprache und Bild im massenmedialen Text: Formen, Funktionen und Perspektiven im deutschen und polnischen Kommunikationsraum*. Wrocław / Dresden: ATUT / Neisse. S. 19–42.
- Apple (2022): Memoji auf dem iPhone oder iPad Pro verwenden. Online unter: <https://support.apple.com/de-de/HT208986> (letzter Zugriff am 15.04.2023).
- ARD/ZDF (o.J.): Online-Studie. Nutzung von Messengern. Online unter: <https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/social-media-und-messenger/messenger/> (letzter Zugriff am 23.04.2023).
- Arens, Katja (2014): WhatsApp: Kommunikation 2.0. Eine qualitative Betrachtung der multimedialen Möglichkeiten. In: König, Katharina / Bahlo, Nils (Hrsg.): *SMS, WhatsApp & Co.: Gattungsanalytische, kontrastive und variationslinguistische Perspektiven zur Analyse mobiler Kommunikation*. Münster: Monsenstein und Vannerdat. S. 81–106.
- Arens, Katja (2019): Bild-Makros in der Facebook-Interaktion. Eine medienlinguistische Betrachtung multimodaler Kommunikate und ihrer interaktiven Aushandlung. In: *Networx* (86). Online unter: <https://www.repo.uni-hannover.de/handle/123456789/4696> (letzter Zugriff am 21.04.2023).
- Armbruster, Alexander (2017): Gesichtserkennung mit WeChat: Ersetzt in China bald eine App den Ausweis? In: *FAZ*. Online unter: <https://www.faz.net/1.5361454> (letzter Zugriff am 15.04.2023).
- Auer, Peter (1986): Kontextualisierung. In: *Studium Linguistik* (19), S. 22–47.
- Auer, Peter (2014): Anmerkungen zum Salienzbezug in der Soziolinguistik. In: *Linguistik Online* 66(4), S. 7–20. Online unter: <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/1569> (letzter Zugriff am 06.04.2023).
- Baacke, Dieter (2007): *Medienpädagogik*. 2. Auflage. Tübingen: Niemeyer.

- Baron, Naomi (2010): Discourse Structures in Instant Messaging: The Case of Utterance Breaks. In: *Language at internet* 7 (4), S. 1–32.
- Baron, Naomi (2012): The Impact of Electronically-Mediated Communication on Language Standards and Style. In: Nevalainen, Terttu / Traugott, Elizabeth Closs: *The Oxford Handbook of the History of English*. Oxford: Oxford University Press. S. 329–340.
- Baudusch, Renate (2013): Zur Reform der Zeichensetzung – Begründung und Kommentar. In: Augst, Gerhard / Blüml, Karl / Nerius, Dieter / Sitta, Horst (Hrsg.): *Zur Neuordnung der deutschen Orthographie: Begründung und Kritik*. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 243–258.
- Bauer, Nathalie (2016): Onymische Anredeformen in computervermittelter Kommunikation – zur vokativen Verwendung von Rufnamen in WhatsApp-Interaktionen. In: *Arbeitspapier* (26). Online unter: <http://arbeitspapiere.sprache-interaktion.de/stud/arbeitspapiere/arbeitspapier26.pdf> (letzter Zugriff am 11.04.2023).
- Becker, Robert (1994): *Besser miteinander umgehen: Die Kunst des interaktiven Managements*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Beißwenger, Michael (2002): Getippte „Gespräche“ und ihre trägermediale Bedingtheit: Zum Einfluß technischer und prozeduraler Faktoren auf die kommunikative Grundhaltung beim Chatten. In: Schröder, Ingo W. / Voell, Stéphane (Hrsg.): *Moderne Oralität: Ethnologische Perspektiven auf die plurimediale Gegenwart*. Marburg: Curupira. S. 265–299.
- Beißwenger, Michael (2003): Sprachhandlungskoordination im Chat. In: *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 31(2), S. 198–231.
- Beißwenger, Michael (2007): *Sprachhandlungskoordination in der Chat-Kommunikation*. Berlin / Boston: De Gruyter.
- Beißwenger, Michael (2015): Sprache und Medien: Digitale Kommunikation. In: *Studikurs Sprach- und Textverständnis. E-Learning-Angebot der öffentlich-rechtlichen Universitäten und Fachhochschulen und des Ministeriums für Innovation, Wissenschaft und Forschung (MIWF) des Landes Nordrhein-Westfalen*. S. 1–66.
- Beißwenger, Michael (2018): WhatsApp, Facebook, Instagram & Co.: Schriftliche Kommunikation im Netz als Thema in der Sekundarstufe. In: Gailberger, Steffen / Wietzke, Frauke (Hrsg.): *Deutschunterricht in einer digitalen Gesellschaft. Unterrichts Anregungen für die Sekundarstufen*. Weinheim: Beltz Juventa. S. 91–124.

- Beißwenger, Michael / Fladrich, Marcel / Imo, Wolfgang / Ziegler, Evelyn (2020): Die Mobile Communication Database 2 (MoCoDa 2). In: Marx, Konstanze / Lobin, Henning / Schmidt, Axel (Hrsg.): Deutsch in Sozialen Medien. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 349–352.
- Beißwenger, Michael / Pappert, Steffen (2018): Internetbasierte Kommunikation. In: Liedtke, Frank / Tuchen, Astrid (Hrsg.): Handbuch Pragmatik. Stuttgart: J.B. Metzler. S. 448–459.
- Beißwenger, Michael / Pappert, Steffen (2019a): Face work mit Emojis. Was linguistische Analysen zum Verständnis sprachlichen Handelns in digitalen Lernumgebungen beitragen können. In: Beißwenger, Michael / Knopp, Matthias (Hrsg.): Soziale Medien in Schule und Hochschule. Frankfurt a.M.: Peter Lang. S. 101–144.
- Beißwenger, Michael / Pappert, Steffen (2019b): Handeln mit Emojis: Grundriss einer Linguistik kleiner Bildzeichen in der WhatsApp-Kommunikation. Duisburg: Universitätsverlag Rhein-Ruhr.
- Beißwenger, Michael / Pappert, Steffen (2019c): How to Be Polite with Emojis: A Pragmatic Analysis of Face Work Strategies in an Online Learning Environment. In: European Journal of Applied Linguistics De Gruyter Mouton. 7(2), S. 225–254.
- Beißwenger, Michael / Pappert, Steffen (2020): Small Talk mit Bildzeichen: Der Beitrag von Emojis zur digitalen Alltagskommunikation. In: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik 50(1), S. 89–114.
- Bentele, Günter / Brosius, Hans-Bernd / Jarren, Otfried (2003): Öffentliche Kommunikation: Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Bessing, Joachim (2019): Emojis: Digitale Bildkulturen. Berlin: Klaus Wagenbach.
- Bitkom (2008): Government 2.0. Web 2.0 für die öffentliche Verwaltung – Grundzüge, Chancen, Beispiele und Handlungsvorschläge. Online unter: <https://www.bitkom.org/sites/main/files/file/import/E-Government-Web-2-0-fuer-die-oeffentliche-Verwaltung.pdf> (letzter Zugriff am 03.05.2023).
- Bitkom (2018): Kaum eine Textnachricht kommt noch ohne Emoji aus. Online unter: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Kaum-eine-Textnachricht-kommt-noch-ohne-Emoji-aus.html> (letzter Zugriff am 03.05.2023).

- Bitkom (2022): World Emoji Day: Kaum eine Nachricht kommt ohne Emoji. Online unter: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/World-Emoji-Day-2022> (letzter Zugriff am 03.05.2023).
- Böhm, Markus (2018): WeChat: Messenger-Dienst hat jetzt eine Milliarde registrierte Konten. In: Der Spiegel. Online unter: <https://www.spiegel.de/netzwelt/apps/wechat-messenger-dienst-hat-jetzt-eine-milliarde-registrierte-konten-a-1196762.html> (letzter Zugriff am 12.04.2023).
- Bonacchi, Silvia (2014a): Rituale des Alltags und habitualisiertes Verhalten im (un)höflichen Miteinander. Komplimentierverhalten und Scheinbeleidigungen. In: Bąk, Paweł/Rolek, Bogusława / Małgorzata, Sieradzka (Hrsg.): Text–Satz–Wort. Studien zur germanistischen Linguistik. Rzeszów: WUR. S. 29–45.
- Bonacchi, Silvia (2014b): Scheinbeleidigungen und perfide Komplimente: kulturologische Bemerkungen zur obliquen Kommunikation in interkultureller Perspektive. In: Lukas, Katarzyna / Olszewska, Danuta (Hrsg.): Deutsch im Kontakt und im Kontrast. Frankfurt a. M.: Peter Lang. S. 341–356.
- Bonacchi, Silvia / Andreeva, Bistra (2015): Freundlich oder feindlich? Zur illokutionären Struktur und phonetischen Realisierung von indirekten supportiven und derogativen Sprechakten am Beispiel von Scheinbeleidigungen (mock impoliteness). In: Lingwistyka Stosowana 15 (4), S. 1–19.
- Bonacchi, Silvia / Andreeva, Bistra (2017): Aggressiv oder supportiv? Phonetische Disambiguierung von mock impoliteness (Banter-Äußerungen) im Vergleich Deutsch-Polnisch. In: Bonacchi, Silvia (Hrsg.): Verbale Aggression. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 123–144.
- Bonderer, Larissa (2015): „Schreiben Sie noch oder emojisieren Sie schon?“ Funktionen von Emoticons und Piktogrammen in WhatsApp. In: Germanistik in der Schweiz (12), S. 87–104.
- Bonderer, Larissa / Dürscheid, Christa (2019): „What’s up, Students?“ Beschäftigung mit WhatsApp im Deutschunterricht – Pro und Contra. In: Beißwenger, Michael / Knopp, Matthias (Hrsg.): Soziale Medien in Schule und Hochschule: Linguistische, sprach- und mediendidaktische Perspektiven. Frankfurt a.M.: Peter Lang. S. 145–164.
- Bousfield, Derek (2008): Impoliteness in Interaction. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

- Bovermann, Philipp (2019): Sprache im Netz: „Auslassungspunkte sind am tollsten“. In: Süddeutsche Zeitung. Online unter: <https://www.sueddeutsche.de/kultur/satzzeichen-ausrufezeichen-zeichensetzung-rechtschreibung-grammatik-1.4368389> (letzter Zugriff am 06.04.2023).
- Bressem, Jana (2018): Sprache multimodal – Strukturen und Funktionen von Gesten im Sprachgebrauch. In: Rora, Constanze / Sichardt, Martina (Hrsg.): Gesten gestalten – Spielräume zwischen Sichtbarkeit und Hörbarkeit. Hildesheim: Georg Olms. S. 35–56.
- Brinker, Klaus / Cölfen, Hermann / Pappert, Steffen (2018): Linguistische Textanalyse: Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden, 9. Auflage. Berlin: Erich Schmidt.
- Brinker, Klaus / Sager, Sven Frederik (2010): Linguistische Gesprächsanalyse: eine Einführung. 5. Auflage. Berlin: Erich Schmidt.
- Brosius, Hans-Bernd (2016): Warum Kommunikation im Internet öffentlich ist. In: Publizistik 61(4), S. 363–372.
- Brown, Penelope / Levinson, Stephen C. (2008): Politeness. Some Universals in Language Usage. 17th printing. Cambridge: University Press.
- Bucher, Hans-Jürgen (2007): Textdesign und Multimodalität. Zur Semantik und Pragmatik medialer Gestaltungsformen. In: Roth, Kersten Sven / Spitzmüller, Jürgen (Hrsg.): Textdesign und Textwirkung in der massenmedialen Kommunikation. Konstanz: UVK. S. 49–76.
- Bucher, Hans-Jürgen (2011a): „Man sieht, was man hört“ oder: Multimodales Verstehen als interaktionale Aneignung. Blickaufzeichnungsstudie zur Rezeption von zwei Werbespots. In: Schneider, Jan Georg / Stöckl, Hartmut (Hrsg.): Medientheorien und Multimodalität: Ein TV-Werbespot – Sieben methodische Beschreibungsansätze. Köln: Herbert von Halem. S. 109–150.
- Bucher, Hans-Jürgen (2011b): Multimodales Verstehen oder Rezeption als Interaktion. Theoretische und empirische Grundlagen einer systematischen Analyse der Multimodalität. In: Diekmannshenke, Hajo / Klemm, Michael / Stöckl, Hartmut (Hrsg.): Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele. Berlin: Erich Schmidt. S. 123–156.
- Bucher, Hans-Jürgen (2012a): Intermodale Effekte in der audiovisuellen Kommunikation: Blickaufzeichnungsstudie zur Rezeption von zwei Werbespots. In: Bucher, Hans-Jürgen / Schumacher,

- Peter (Hrsg.): Interaktionale Rezeptionsforschung. Theorie und Methode der Blickaufzeichnung in der Medienforschung. Wiesbaden: Springer VS. S. 257–298.
- Bucher, Hans-Jürgen (2012b): Multimodalität – ein universelles Merkmal der Medienkommunikation. Zum Verhältnis von Medienangebot und Medienrezeption. In: Schumacher, Peter / Bucher, Hans-Jürgen (Hrsg.): Interaktionale Rezeptionsforschung: Theorie und Methode der Blickaufzeichnung in der Medienforschung. Wiesbaden: Springer. S. 51–82.
- Bucher, Hans-Jürgen (2019): Multimodalität als Herausforderung für die Visuelle Kommunikationsforschung. In: Lobinger, Katharina (Hrsg.): Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung. Wiesbaden: Springer. S. 651–677.
- Büchi, Romain (2011): Schrift und Notation. In: Germanistik in der Schweiz (8), S. 85–136.
- Buggisch, Christian (2019): Social Media, Messenger und Streaming – Nutzerzahlen in Deutschland 2019. In: Christian Buggischs Blog. Online unter: <https://buggisch.wordpress.com/2019/01/02/social-media-messenger-und-streaming-nutzerzahlen-in-deutschland-2019/> (letzter Zugriff am 21.03.2023).
- Bundesnetzagentur (2022): Nutzung von Online-Kommunikationsdiensten in Deutschland 2021. Online unter: <https://www.bundesnetzagentur.de/DE/Fachthemen/Digitalisierung/Technologien/Onlinekomm/start.html> (letzter Zugriff am 21.04.2023).
- Burghard, Anne (2022): Beliebtheit von Messengerdiensten ungebrochen. In: tagesschau. Online unter: <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/verbraucher/nutzung-online-kommunikationsdienste-101.html> (zuletzt geprüft am 21.04.2023).
- Busch, Albert / Stenschke, Oliver (2014): Germanistische Linguistik. Tübingen: Narr.
- Busch, Florian (2021): Digitale Schreibregister. Kontexte, Formen und metapragmatische Reflexionen. Berlin / Boston: De Gruyter.
- Bußmann, Hadumod (2008): Lexikon der Sprachwissenschaft. 4. Auflage. Stuttgart: Kröner.
- CAICT (The China Academy of Information and Communications Technology): WeChat Economic Social Impact Report 2017. Online unter: http://www.caict.ac.cn/kxyj/qwfb/ztbg/201805/t20180503_168382.htm (letzter Zugriff am 20.04.2023).

- CAICT (The China Academy of Information and Communications Technology): WeChat Economic and Social Impact Report 2018. Online unter: http://www.caict.ac.cn/xwdt/ynxw/201903/t20190304_195494.htm (letzter Zugriff am 20.04.2023).
- CAICT (The China Academy of Information and Communications Technology): WeChat Economic and Social Impact Report 2019. Online unter: http://www.caict.ac.cn/xwdt/ynxw/202005/t20200514_281775.htm (letzter Zugriff am 20.04.2023).
- Chalmann, Elena / Thiel, Sebastian (2002): Sprache | Gestik. Kommunikative Intelligenz. Online unter: https://www.techfak.uni-bielefeld.de/ags/wbski/lehre/digiSA/KommIntelligenz/chalman_thiel.pdf (letzter Zugriff am 06.04.2023).
- Chang, David (2018): Die Geschichte des Internets vom Web 1.0 bis Web 4.0 kompakt erklärt. In: ABIS Cloud. Online unter: <https://abis-cloud.de/blog/das-internet-kompakt-erklaert/> (letzter Zugriff am 07.03.2023).
- Che, Xianhui / Ip, Barry (2018): Social Networks in China. Cambridge: Chandos Publishing.
- Chen, Yimin (2016): Untersuchung des „Grünen Huts“ In: Xungen (05) 53–57. (陈益民 2016.“绿帽子”考[J].寻根(05). S. 53–57).
- Chen, Yujie / Mao, Zhifei / Qiu, Jack Linchuan (2018): Super-Sticky Wechat and Chinese Society. Bingley: Emerald Publishing.
- Chen, Zheng (2012): Interkulturelle Kommunikation aus chinesischer Perspektive: Ein interdisziplinärer Ansatz. Dissertation. Berlin: Humboldt-Universität Berlin.
- China Rundreisen (2023): Chinesisches Sternzeichen/Horoskop 2023: inkl. Berechnen, Tabelle & Bedeutung. In: China Rundreisen. Online unter: <https://www.chinarundreisen.com/chinesisches-horoskop/> (letzter Zugriff am 26.04.2023).
- Constine, Josh (2018): Zuckerberg Says the Future Is Sharing via 100B Messages & 1B Stories/Day. In: TechCrunch. Online unter: <https://social.techcrunch.com/2018/10/30/close-friendsbook/> (letzter Zugriff am 18.04.2023).
- Coulmas, Florian (1981): Über Schrift. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Cramer, Henriette / de Juan, Paloma / Tetreault, Joel (2016): Sender-Intended Functions of Emojis in US Messaging. In: Proceedings of the 18th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services. Florence, Italy: ACM. S. 504–509.

- Crystal, David (2010): Die Cambridge Enzyklopädie der Sprache. Lizenzausgabe. Berlin: Haffmans & Tolkemitt.
- Crystal, David (2011): Internet Linguistics: A Student Guide. London: Routledge.
- Cui, Di / Li, Xueqing (2020): Mobile Messaging Apps and Relationship Management: The Case of WeChat in China. In: Ling, Rich / Fortunati, Leopoldina / Goggin, Gerard / Lim, Sun Sun / Li, Yuling (Hrsg.): The Oxford Handbook of Mobile Communication and Society. Oxford University Press. S. 175–186.
- Culpeper, Jonathan (2011): Impoliteness: Using Language to Cause Offence. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dainas, Ashley R. / Herring, Susan C. (2021): Interpreting Emoji Pragmatics. In: Chaoqun Xie / Yus, Francisco / Haberland, Hartmut (Hrsg.): Approaches to Internet Pragmatics: Theory and Practice. Amsterdam: John Benjamins. S. 107–144.
- Danesi, Marcel (2017): The Semiotics of Emoji. London: Bloomsbury.
- Daniel, Jennifer (2022): Emoji Frequency. In: Unicode. Online unter: <https://home.unicode.org/emoji/emoji-frequency/> (letzter Zugriff am 06.04.2023).
- de Saussure, Ferdinand (2001): Grundfragen der allgemeinen Sprachwissenschaft. 3. Auflage. Berlin / New York: De Gruyter.
- de Seta, Gabriele (2018): Biaoqing: The Circulation of Emoticons, Emoji, Stickers, and Custom Images on Chinese Digital Media Platforms. In: First Monday 23 (9). Online unter: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/9391> (letzter Zugriff am 03.04.2023).
- Deppermann, Arnulf / Riecke, Andrea (2006): Krieg der Worte: Boasten und Dissen im HipHop-Battle. In: Richard, Birgit / Neumann-Braun, Klaus (Hrsg.): Ich-Armeen: Täuschen – Tarnen – Drill. Paderborn: Wilhelm Fink. S. 157–166.
- Deppermann, Arnulf / Schmidt, Axel (2001): ‚Dissen‘: eine interaktive Praktik zur Verhandlung von Charakter und Status in Peer-Groups männlicher Jugendlicher. In: Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie (62), S. 79–98.
- Der World Emoji Day. Offizielle Website. Online unter: <https://worldemojiday.com/> (letzter Zugriff am 21.04.2023).
- Ding, Xianghua / Chen, Yunan / Ding, Zhaofei / Xu, Yiwen (2019): Boundary Negotiation for Patient-Provider Communication via

- WeChat in China. In: Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction (3), S. 1–24.
- Dölling, Evelyn (2001): Multimediale Texte: Multimodalität und Multicodalität. In: Hess-Lüttich, Ernest W.B. (Hrsg.): Medien, Texte und Maschinen: Angewandte Mediensemiotik. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 35–50.
- Döring, Nicola (2003): Sozialpsychologie des Internet: Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. 2. Auflage. Göttingen: Hogrefe.
- Douban: Diskussionen über das Thema „Missverständnisse durch den Versand der Sticker an die Eltern“. Online unter: https://www.douban.com/gallery/topic/165829/?dt_dapp=1&dt_platform=com.douban.activity.wechat_friends (letzter Zugriff am 30.04.2023).
- Douban: Emoji-Diskussionsgruppe. Online unter: <https://www.douban.com/group/topic/166944665/> (letzter Zugriff am 30.04.2023).
- Döveling, Katrin (2019): Bilder von Emotionen – Emotionen durch Bilder. Eine interdisziplinäre Perspektive. In: Lobinger, Katharina (Hrsg.): Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung. Wiesbaden: Springer VS. S. 63–82.
- Dresner, Eli / Herring, Susan C. (2010): Functions of the Nonverbal in CMC: Emoticons and Illocutionary Force. In: Communication Theory 20(3), S. 249–268.
- Drösser, Christoph (2000): Der Druck mit beweglichen Lettern wurde bereits vor Gutenberg erfunden. Stimmt's? In: Die Zeit. Online unter: https://www.zeit.de/2000/31/200031.stimmts_gutenber.xml (letzter Zugriff am 13.04.2023).
- Du, Yongdao (2013): Wie viele chinesische Schriftzeichen gibt es? (Austausch mit Leserin). In: Paper of people. Online unter: http://paper.people.com.cn/rmrhwb/html/2013-01/05/content_1180554.htm (letzter Zugriff am 19.04.2023). 杜永道 (2013): 汉字有多少个? (语文信箱) 人民日报海外版 (06).
- Duden Online-Wörterbuch. Online unter: <https://www.duden.de/rechtschreibung/schreiben> (letzter Zugriff am 21.04.2023).
- Dudzik, Karina (2017): Darstellung des Begriffs Toleranz im Deutschen und im Polnischen aus Frame-semantischer Perspektive. In: Linguistik Online 83(4), S. 1–27. Online unter: <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/3783> (letzter Zugriff am 06.04.2023).

- Dürscheid, Christa (2003): Medienkommunikation im Kontinuum von Mündlichkeit und Schriftlichkeit. Theoretische und empirische Probleme. In: Zeitschrift für Angewandte Linguistik (38), S. 37–56.
- Dürscheid, Christa (2005): Medien, Kommunikationsformen, kommunikative Gattungen. In: Linguistik Online 22(1) S. 3–16. Online unter: <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/752> (letzter Zugriff am 06.04.2023).
- Dürscheid, Christa (2007a): Private, nicht-öffentliche und öffentliche Kommunikation im Internet. In: Neue Beiträge zur Germanistik 4(6), S. 22–41.
- Dürscheid, Christa (2007b): Schrift – Text – Bild: Ein Brückenschlag. In: Zeitschrift für germanistische Linguistik 35(3), S. 269–282.
- Dürscheid, Christa (2016a): Einführung in die Schriftlinguistik. 5. Auflage. Stuttgart: UTB.
- Dürscheid, Christa (2016b): Neue Dialoge – Alte Konzepte? Die schriftliche Kommunikation via Smartphone. In: Zeitschrift für Germanistische Linguistik, 44 (3), S. 437–468.
- Dürscheid, Christa (2018a): Die personale Kommunikation im Internet – (k)ein Dialog? In: Bauer, Emmanuel J. (Hrsg.): Das dialogische Prinzip: Aktualität über 100 Jahre. Darmstadt: WBG. S. 29–53.
- Dürscheid, Christa (2018b): Internetkommunikation, Sprachwandel und DaF-Didaktik. In: Moraldo, Sandro M. (Hrsg.): Sprachwandel: Perspektiven für den Unterricht Deutsch als Fremdsprache. Heidelberg: Universitätsverlag Winter. S. 141–159.
- Dürscheid, Christa (2018c): Von der Mündlichkeit zur Schriftlichkeit. Normen in der Internetkommunikation. In: Informationen zur Deutschdidaktik (4), S. 93–100.
- Dürscheid, Christa (2018d): Bild, Schrift, Unicode. In: Mensching, Guido / Lalande, Jean-Yves / Hermes, Jürgen / Neufeind, Claes (Hrsg.): Sprache – Mensch – Maschine. Beiträge zu Sprache und Sprachwissenschaft, Computerlinguistik und Informationstechnologie. Köln: Universität zu Köln. S. 269–286.
- Dürscheid, Christa (2020a): Emojis sind überall. Schreiben in digitalen Zeiten. In: Medien in Krisenzeiten. 93 (3), S. 62–65.
- Dürscheid, Christa (2020b): Zeichen setzen im digitalen Schreiben. In: Androutsopoulos, Jannis / Busch, Florian (Hrsg.): Register des

- Graphischen: Variation, Interaktion und Reflexion in der digitalen Schriftlichkeit. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 31–51.
- Dürscheid, Christa (2021a): Kleine Texte im Vergleich: Untertitel versus WhatsApp. In: Pappert, Steffen / Roth, Kersten Sven (Hrsg.): Kleine Texte. Frankfurt a.M.: Peter Lang. S. 119–140.
- Dürscheid, Christa (2021b): Koch / Oesterreicher und die (neuen) Medien: Anmerkungen aus germanistischer Sicht. In: Gruber, Teresa / Grübl, Klaus / Scharinger, Thomas (Hrsg.): Was bleibt von kommunikativer Nähe und Distanz? Mediale und konzeptionelle Aspekte sprachlicher Variation. Tübingen: Narr. S. 60–81.
- Dürscheid, Christa / Brommer, Sarah (2009): Getippte Dialoge in neuen Medien. Sprachkritische Aspekte und linguistische Analysen. In: Linguistik Online 37(1), S 3–20. Online unter: <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/511> (letzter Zugriff am 06.04.2023).
- Dürscheid, Christa / Frick, Karina (2014): Keyboard-to-Screen-Kommunikation gestern und heute: SMS und WhatsApp im Vergleich. In: Mathias, Alexa / Runkehl, Jens / Siever, Torsten (Hrsg.): Sprachen? Vielfalt! Sprache und Kommunikation in der Gesellschaft und den Medien. Eine Online-Festschrift zum Jubiläum von Peter Schlobinski. Networx (64). S. 149–181. Online unter: <https://www.repo.uni-hannover.de/bitstream/handle/123456789/2985/networx-64.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (letzter Zugriff am 03.03.2023).
- Dürscheid, Christa / Frick, Karina (2016): Schreiben digital: Wie das Internet unsere Alltagskommunikation verändert. Stuttgart: Alfred Kröner.
- Dürscheid, Christa / Meletis, Dimitrios (2019): Emojis: a grapholinguistic approach. In: Haralambous, Yannis (Hrsg.): Grapholinguistics and its applications. Brest: Fluxus Editions. S. 167–183.
- Dürscheid, Christa / Schneider, Jan Georg (2015): Satz – Äußerung – Schema. In: Felder, Ekkehard / Gardt, Andreas: Handbuch Sprache und Wissen. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 167–194.
- Dürscheid, Christa / Siever, Christina Margrit (2017): Jenseits des Alphabets – Kommunikation mit Emojis. In: Zeitschrift für germanistische Linguistik 45(2), S. 256–285.
- Dürscheid, Christa / Wagner, Franc / Brommer, Sarah (2010): Wie Jugendliche schreiben. Berlin / Boston: De Gruyter.

- Egerer, Juliane (2010): Von Waldtrollen und Hauszwerge. Norwegens übernatürliche Wesen als Erzählfiguren. Berlin: LIT.
- Ehrenheim, Andrea (2011): Das Textdesign der Stellenanzeige: linguistisch und interdisziplinär. Frankfurt a.M.: Peter Lang.
- Eisenberg, Peter (1996): Sprachsystem und Schriftsystem. In: Günther, Hartmut / Ludwig, Otto (Hrsg.): Schrift und Schriftlichkeit: Ein interdisziplinäres Handbuch internationaler Forschung, Band 2. Berlin / New York: De Gruyter. S. 1368–1380.
- Eisenberg, Peter (2016): Der Buchstabe und die Schriftstruktur des Wortes. In: Wöllstein, Angelika (Hrsg.): Duden – Die Grammatik: unentbehrlich für richtiges Deutsch. Berlin: Dudenverlag.
- Eisenlauer, Volker (2016): Facebook als multimodaler digitaler Gesamttext. In: Klug, Nina-Maria / Stöckl, Hartmut (Hrsg.): Handbuch Sprache im multimodalen Kontext. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 437–454.
- Emojipedia. Offizielle Website über Emojis in WhatsApp. Online unter: <https://emojipedia.org/whatsapp/> (letzter Zugriff am 24.04.2023).
- Emojipedia.org: 😘 Kissing Face. <https://emojipedia.org/kissing-face/> (letzter Zugriff am 25.03.2023).
- Emoticon-Liste mit Bedeutung. Online unter: <http://educado4u.blogspot.com/2015/06/list-of-emoticons.html> (letzter Zugriff am 20.04.2023).
- ETH Bibliothek (2019): Fragen? Senden Sie uns eine WhatsApp-Nachricht! Neu antwortet die ETH-Bibliothek auf Ihre Fragen und Anliegen auch via WhatsApp. Online unter: <https://ethz.ch/studierende/de/news/studierenden-news/2019/12/fragen-senden-sie-uns-eine-whatsapp-nachricht.html> (letzter Zugriff am 26.04.2023).
- Facebook-Webseite über Sticker-Sendung. Online unter: <https://www.facebook.com/help/333033546818929/> (letzter Zugriff am 17.04.2023).
- Felder, Samuel (2020): Individuelle Verschriftungsmuster in schweizerdeutschen WhatsApp-Chats. In: Androutsopoulos, Jannis / Busch, Florian (Hrsg.): Register des Graphischen. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 93–132.
- Feng, Shaoyan / Liang, Zibin / Zhang, Rongkai / Liao, Wei / Chen, Yuan / Fan, Yunping / Li, Huabin (2017): Effects of Mobile Phone WeChat Services Improve Adherence to Corticosteroid Nasal Spray Treatment for Chronic Rhinosinusitis after Functional En-

- doscopy Sinus Surgery: A 3-Month Follow-up Study. In: Eur Arch Otorhinolaryngol 274(3), S. 1477–1485.
- Fink, Verena (2020): Quick Guide KI-Projekte – einfach machen. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Finkel, Simone (2021): Versteckte WhatsApp-Funktion: So viele Nachrichten hast Du schon verschickt. In: CHIP Online. Online unter: https://www.chip.de/news/Geheime-WhatsApp-Funktion-So-viele-Nachrichten-haben-Sie-schon-verschickt_182835392.html (letzter Zugriff am 05.04.2023).
- Fix, Ulla (2008): Text und Textlinguistik. In: Janich, Nina (Hrsg.): Textlinguistik: 15 Einführungen. Tübingen: Narr. S. 15–34.
- Fladrich, Marcel / Imo, Wolfgang (2020): ♀ – = ♂ –? Oder: Das Gelächter der Geschlechter 2.0: Emoji-gebrauch in der WhatsApp-Kommunikation. In: Marx, Konstanze / Lobin, Henning / Schmidt, Axel: Deutsch in Sozialen Medien: Interaktiv – multimodal – vielfältig. Berlin / Boston: de Gruyter. S. 95–122.
- Frey, Andreas (2017): Emojis kennt jetzt auch der Duden. In: FAZ. Online unter: <https://www.faz.net/aktuell/wissen/geist-soziales/emojis-kennt-jetzt-auch-der-duden-15157800.html> (letzter Zugriff am 06.04.2023).
- Fricke, Ellen (2012): Grammatik multimodal: Wie Wörter und Gesten zusammenwirken. Berlin / Boston: De Gruyter.
- Frischherz, Bruno / Sprenger, Elisabeth (2016): Kommunizieren mit Bild und Text Grundlagen – Fall-beispiele – Praxistipps. Zürich: Versus.
- Frogger, Queso (2015): But That’s None of My Business. In: Know Your Meme. Online unter: <https://knowyourmeme.com/memes/but-thats-none-of-my-business> (letzter Zugriff am 06.04.2023).
- Gatti, Elena / Richter, Christina (2019): Digitales China: Basiswissen und Inspirationen für Ihren Geschäftserfolg im Reich der Mitte. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Ge, Jing / Herring, Susan C. (2018): Communicative Functions of Emoji Sequences on Sina Weibo. In: First Monday 23 (11). Online unter: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/9413> (letzter Zugriff am 01.04.2023).
- Germanistische Institutspartnerschaft (GIP) Münster – Xi’an. Webseite des GIP-Programms. Online unter: <https://www.uni-muenster.de/Germanistik/Internationales/Kooperationen/gip/index.html> (letzter Zugriff am 18.04.2023).

- Giesen, Christoph (2019): WeChat, Tiktok, Toutiao – Chinas große Apps. In: Süddeutsche Zeitung. Online unter: <https://www.sueddeutsche.de/digital/wechat-tiktok-china-apps-social-media-1.4374183> (letzter Zugriff am 22.04.2023).
- Giesen, Christoph / Herrmann, Boris (2020): Wie das Internet nach China kam. In: Süddeutsche Zeitung. Online unter: <https://www.sueddeutsche.de/politik/internet-china-geschichte-tiktok-wechat-1.5084916> (letzter Zugriff am 03.04.2023).
- Gliese, Verena (2019): Blogger Relations als Teilbereich der Medienarbeit: Unternehmenskommunikation mit neuen Öffentlichkeiten. Wiesbaden: Springer.
- Glück, Helmut (2011): Ikonizität der Schrift? In: Knigge, Carsten / Loprieno, Antonio / Mersmann, Birgit (Hrsg.): Bild Macht Schrift: Schriftkulturen in bildkritischer Perspektive. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft. S. 67–79.
- Glück, Helmut / Rödel, Michael (2016): Metzler Lexikon Sprache. Stuttgart: J.B. Metzler.
- Goffman, Erving (1977): Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Goffman, Erving (2010): Interaktionsrituale über Verhalten in direkter Kommunikation. 9. Auflage. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Graziani, Thomas (2019): Was sind WeChat-Miniprogramme? Eine einfache Einführung. In: WalktheChat. Online unter: <https://walkthechat.com/de/wechat-mini-programs-simple-introduction/> (letzter Zugriff am 11.04.2023).
- GreenSmilies: Smilie-Lexikon. Online unter: <https://www.greensmilies.com/smilie-lexikon/> (letzter Zugriff am 30.04.2023).
- Grimm, Rüdiger (2005): Digitale Kommunikation. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Grimm, Rüdiger / Delfmann, Patrick (2017): Digitale Kommunikation: Sprache, Protokolle und Daten-formate in offenen Netzen. 2. Auflage. Berlin / Boston: De Gruyter.
- Gross, Harro / Fischer, Klaus (1998): Einführung in die germanistische Linguistik. 3. Auflage. München: Iudicium.
- Große, Franziska (2011): Bild-Linguistik: Grundbegriffe und Methoden der linguistischen Bildanalyse in Text- und Diskursumgebungen. Frankfurt a.M.: Peter Lang.
- Gu, Wei (2022): Autoiteration oder Simultanpräsenz? Zum mehrfachen Auftreten von Emojis in WhatsApp-Beiträgen. In: Akten des

- XIII. Kongresses der Internationalen Vereinigung für Germanistik (IVG), Palermo, 26.–31.7.2021. Bern: Peter Lang. S. 575–591.
- Gu, Wei (2024): Geburtstagsglückwünsche in digitalen Dialogen: Ein Vergleich zwischen deutschsprachigen WhatsApp- und chinesischen WeChat-Messengernachrichten. In: *Linguistische Berichte* (227). S. 27–62.
- Gülich, Elisabeth / Mondada, Lorenza (2008): *Konversationsanalyse: Eine Einführung am Beispiel des Französischen*. Berlin / Boston: De Gruyter.
- Günther, Hartmut (1988): *Schriftliche Sprache: Strukturen geschriebener Wörter und ihre Verarbeitung beim Lesen*. Tübingen: Niemeyer.
- Günthner, Susanne (1993): *Diskursstrategien in der interkulturellen Kommunikation: Analysen deutsch-chinesischer Gespräche*. Tübingen: Niemeyer.
- Günthner, Susanne (2008): Projektorkonstruktionen im Gespräch: Pseudoclefts, die Sache ist-Konstruktionen und Extrapositionen mit es. In: *Gesprächsforschung* (9), S. 86–114.
- Günthner, Susanne (2011): Zur Dialogizität von SMS-Nachrichten – eine interaktionale Perspektive auf die SMS-Kommunikation. In: *Networx* (60). Online unter: <https://www.repo.uni-hannover.de/handle/123456789/2981> (letzter Zugriff am 05.04.2023).
- Günthner, Susanne (2016): Praktiken erhöhter Dialogizität: onymische Anredeformen als Gesten personifizierter Zuwendung. In: *Zeitschrift für Germanistische Linguistik* 44(3), S. 406–436.
- Günthner, Susanne (2018): Perspektiven einer sprach- und kulturvergleichenden Interaktionsforschung: Chinesische und deutsche Praktiken nominaler Selbstreferenz in SMS-, WhatsApp- und WeChat-Interaktionen. In: *Gesprächsforschung* (19), S. 478–514.
- Günthner, Susanne (2022): Aspekte der sequenziellen Organisation von Personenreferenzen in trans-lokaler Chat-Kommunikation: Zur Ko-Produktion „alternativer“ Selbst- und Fremdreferenzen in deutschen und chinesischen WhatsApp- und WeChat-Interaktionen. In: *Gesprächsforschung* (23), S. 66–88.
- Günthner, Susanne / Kriese, Saskia (2012): Dialogizität in der chinesischen und deutschen SMS-Kommunikation – eine kontrastive Studie. In: *Linguistik Online* 57(7), S. 43–70. Online unter: <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/6309> (letzter Zugriff am 06.04.2023).

- Guo, Lei (2017): WeChat as a Semipublic Alternative Sphere: Exploring the Use of WeChat Among Chinese Older Adults. In: *International Journal of Communication* (11), S. 408–428.
- Haas, Alexander / Brosius, Hans-Bernd (2011): Interpersonal-öffentliche Kommunikation in Diskussionsforen: Strukturelle Äquivalenz mit der Alltagskommunikation? In: Wolling, Jens / Will, Andreas / Schumann, Christina (Hrsg.): *Medieninnovationen. Wie Medienentwicklungen die Kommunikation in der Gesellschaft verändern*. Konstanz: UVK. S. 103–119.
- Haas, Alexander / Keyling, Till / Brosius, Hans-Bernd (2010): Online-Diskussionsforen als Indikator für interpersonale (Offline-) Kommunikation? Methodische Ansätze und Probleme. In: Jakob, Nikolaus / Zerback, Thomas / Jandura, Olaf / Marcus Maurer (Hrsg.) *Das Internet als Forschungsinstrument und -gegenstand in der Kommunikationswissenschaft*. Köln: Herbert von Halem. S. 246–267.
- Hanekop, Heidemarie / Wittke, Volker (2006): Die Entwicklung neuer Formen mobiler Kommunikation und Mediennutzung. In: *Internetökonomie der Medienbranche*. Göttingen: Universitätsverlag. S. 109–138.
- Harwit, Eric (2017): WeChat: Social and Political Development of China's Dominant Messaging App. In: *Chinese Journal of Communication* 10(3), S. 312–327.
- Haugh, Michael / Bousfield, Derek (2012): Mock Impoliteness, Jocular Mockery and Jocular Abuse in Australian and British English. In: *Journal of Pragmatics* 44(9), S. 1099–1114.
- Hauptstock, Amelie / König, Katharina / Zhu, Qiang (2010): Kontrastive Analyse chinesischer und deutscher SMS-Kommunikation – ein interaktionaler und gattungstheoretischer Ansatz. In: *Networx* (58). Online unter: <https://www.repo.uni-hannover.de/handle/123456789/2979> (letzter Zugriff am 06.04.2023).
- Hausendorf, Heiko (2009): Das pragmatische Minimum: Materialität, Sequentialität, Medialität. In: *Oberfläche und Performanz: Untersuchungen zur Sprache als dynamischer Gestalt*. Tübingen: Niemeyer. S. 187–199.
- Hausendorf, Heiko (2015): Interaktionslinguistik. In: Eichinger, Ludwig (Hrsg.): *Sprachwissenschaft im Fokus. Positionsbestimmungen und Perspektiven*. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 43–69.

- Hauser, Françoise (2015): Gebrauchsanweisung Chinesisch: So funktioniert die meistgesprochene Sprache der Welt. Stuttgart: Reclam.
- Hector, Tim Moritz (2017): Nutzungskontexte und Dialogizität von WhatsApp-Sprachnachrichten. In: Arbeitspapier (Nr. 27). Online unter: <http://arbeitspapiere.sprache-interaktion.de/stud/arbeitspapiere/arbeitspapier27.pdf> (letzter Zugriff am 11.04.2023).
- Hein, Christoph / Ankenbrand, Hendrik / Welter, Patrick / Lindner, Roland / Nestler, Franz (2021): Mobiles Bezahlen: Warum Asien auf Super-Apps setzt. In: FAZ. Online unter: <https://www.faz.net/aktuell/finanzen/digital-bezahlen/warum-asien-auf-super-apps-zum-bezahlen-setzt-17309291.html> (letzter Zugriff am 02.04.2023).
- Heise, Nele / Schmidt Jan-Hinrik (2014): Ethik der Online-Forschung. In: Welker, Martin / Taddicken, Monika / Schmidt, Jan-Hinrik (Hrsg.): Handbuch Online-Forschung. Sozialwissenschaftliche Datengewinnung und -Auswertung in digitalen Netzen. Köln: Herbert von Halem. S. 519–539.
- Hellmann, Norbert (2015): Neuer Umgang mit dem rotem Umschlag. In: Neue Zürcher Zeitung. Online unter: <https://www.nzz.ch/wirtschaft/neuer-umgang-mit-dem-rotem-umschlag-1.18487796> (letzter Zugriff am 06.04.2023).
- Henne, Helmut / Rehbock, Helmut (2001): Einführung in die Gesprächsanalyse. 4. Auflage. Berlin / Boston: De Gruyter.
- Hennecke, Angelika (2017): Sprache-Bild-Texte: Probleme, Herausforderungen und Lösungsvorschläge für die Translationswissenschaft. In: Nord, Christiane / Öncü, Mehmet Tahir / Massud, Abdel-Hafiez (Hrsg.): Übersetzungsäquivalenzen in Textsorten. Berlin: Logos. S. 53–72.
- Herdin, Thomas (2018): Werte, Kommunikation und Kultur. Baden-Baden: Nomos.
- Herring, S. C. / Dainas, A. R. (2018): Receiver Interpretations of Emoji Functions: A Gender Perspective. In: CEUR Workshop Proceedings, S. 1–8.
- Herring, Susan C. / Dainas, Ashley R. / Long, Holly Lopez / Tang, Ying (2020c): Animoji Adoption and Use: Gender Associations with an Emergent Technology. In: Workshop Proceedings of the 14th International AAAI Conference on Web and Social Media. Online

- unter: https://workshop-proceedings.icwsm.org/pdf/2020_03.pdf (letzter Zugriff am 03.04.2023).
- Herring, Susan C. / Dainas, Ashley R. (2017): „Nice Picture Comment!“ Graphics in Facebook Comment Threads. In: Proceedings of the Fiftieth Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-50). Los Alamitos: IEEE Press. S. 2185–2194.
- Herring, Susan C. / Dainas, Ashley R. (2020): Gender and Age Influences on Interpretation of Emoji Functions. In: ACM Transactions on Social Computing 3(2), S. 1–26.
- Herring, Susan C. / Dainas, Ashley R. / Lopez Long, Holly / Tang, Ying (2020b): Animoji performances: „Cuz I can be a sexy poop“. In: Language@Internet 18(1). Online unter: <https://www.languageatinternet.org/articles/2020/herring/> (letzter Zugriff am 03.02.2023).
- Herring, Susan C. / Ge, Jing (2020): Do Emoji Sequences Have a Preferred Word Order? In: Workshop Proceedings of the 14th International AAAI Conference on Web and Social Media. Online unter: http://workshop-proceedings.icwsm.org/abstract?id=2020_05 (letzter Zugriff am 24.03.2023).
- Herring, Susan C. / Dainas, Ashley R. / Long, Holly Lopez / Tang, Ying (2020a): „If I’m Close with Them, It Wouldn’t Be Weird“: Social Distance and Animoji Use. In: HCI International 2020 – Late Breaking Papers: Interaction, Knowledge and Social Media. Cham: Springer. S. 285–304
- Herring, Susan / Stein, Dieter / Virtanen, Tuija (2013): Introduction to the Pragmatics of Computermediated Communication. In: Herring, Susan C. / Stein, Dieter / Virtanen, Tuija (Hrsg.): Pragmatics of Computer-Mediated Communication. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 3–32.
- Hewstone, Miles / Martin, Robin (2014): Sozialer Einfluss. In: Jonas, Klaus / Stroebe, Wolfgang / Hewstone, Miles (Hrsg.): Sozialpsychologie. Berlin / Heidelberg: Springer. S. 269–313.
- Hille, Peter (2007): Über die Mauer in die Welt. Online unter: <https://www.dw.com/de/%C3%BCber-die-mauer-in-die-welt/a-2788577> (letzter Zugriff am 12.04.2023).
- Hitzler, Sarah (2013): Recipient Design in institutioneller Mehrparteieninteraktion. In: Gesprächsforschung (14), S. 110–132.

- Hjelmslev, Louis / Uldall, Hans Jörgen (1974): Synoptischer Abriß der Glossematik. In: Hjelmslev, Louis: Aufsätze zur Sprachwissenschaft. Stuttgart: Klett. S. 1–6.
- Hofer, Stefan (2018): Mehr als eine Milliarde User-Konten bei WeChat. In: Internet World Business. Online unter: <https://www.internetworld.de/social-media/zahlen-studien/milliarde-user-konten-wechat-1481832.html> (letzter Zugriff am 15.04.2023).
- Holly, Werner (2010): Besprochene Bilder – bebildertes Sprechen: Audiovisuelle Transkriptivität in Nachrichtenfilmen und Polit-Talkshows. In: Deppermann, Arnulf / Linke, Angelika (Hrsg.): Sprache intermedial. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 359–382.
- Holly, Werner (2015a): Bildinszenierungen in Talkshows: Medienlinguistische Anmerkungen zu einer Form von „Bild-Sprach-Transkription“. In: Girnth, Heiko / Michel, Sascha (Hrsg.): Polit-Talkshow. Interdisziplinäre Perspektiven auf ein multimodales Format. Stuttgart: ibidem. S. 123–144.
- Holly, Werner (2015b): Sprache, Bild, Text: Visualität und Intermedialität von Sprache. In: Eichiger, Ludwig (Hrsg.): Sprachwissenschaft im Fokus. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 71–92.
- Holly, Werner (2017): Fernsehen: Sekundäre Audiovisualität. In: Scheuermann, Arne / Vidal, Francesca (Hrsg.): Handbuch Medienrhetorik. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 481–500.
- Hougaard, Tina Thode / Rathje, Marianne (2018): Emojis in the Digital Writings of Young Danes. In: Ziegler, Arne (Hrsg.): Jugendsprachen: Aktuelle Perspektiven Internationaler Forschung. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 773–806.
- Howind, Felix (2020): Die Verwendung von Sprachnachrichten in WhatsApp-Kommunikation. In: Networx (89). Online unter: <https://www.repo.uni-hannover.de/handle/123456789/9868> (letzter Zugriff am 11.04.2023).
- Hu, Hsien Chin (1944): The Chinese Concepts of „Face“. In: American Anthropologist American Anthropological Association. 46(1), S. 45–64.
- Hu, Qingshan (2018): Religion und Karneval – Die Kommerzialisierung von Weihnachten in China aus der Perspektive der interkulturellen Kommunikation. In: Changjiang Literature and Art Review (06). S. 33–36 (胡青山 2018: 宗教与狂欢——从跨文化传播视野看圣诞节在中国的商业化进程. 长江文艺评论 (06), S. 33–36.).

- Hunold, Cordula (2005): Chinesisch. In: *Phonetik International*. Online unter: <https://research.uni-leipzig.de/agintern/phonetik/Downloads/Chinesisch.pdf> (letzter Zugriff am 21.02.2023).
- Imo, Wolfgang (2013): *Sprache in Interaktion: Analysemethoden und Untersuchungsfelder*. Berlin / Boston: De Gruyter.
- Imo, Wolfgang (2015a). Vom Happen zum Häppchen ... Die Präferenz für inkrementelle Äußerungsproduktion in internetbasierten Messengerdiensten. In: *Networx* (69). Online unter: <https://www.repo.uni-hannover.de/handle/123456789/2990> (letzter Zugriff am 11.04.2023).
- Imo, Wolfgang (2015b): Vom ikonischen über einen indexikalischen zu einem symbolischen Ausdruck? Eine konstruktionsgrammatische Analyse des Emoticons :-). In: Fischer, Kerstin / Stefanowitsch, Anatol / Lasch, Alexander / Bucker, Jörg: *Konstruktionen im Spannungsfeld von sequenziellen Mustern, kommunikativen Gattungen und Textsorten*. Tübingen: Stauffenburg. S. 133–162.
- Imo, Wolfgang (2016): Dialogizität – Eine Einführung. In: *Zeitschrift für Germanistische Linguistik* 44(3), S. 337–356.
- Imo, Wolfgang (2017): Interaktionale Linguistik und die qualitative Erforschung computervermittelter Kommunikation. In: Beißwenger, Michael (Hrsg.): *Empirische Erforschung internetbasierter Kommunikation*. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 81–108.
- Imo, Wolfgang / Lanwer, Jens Philipp (2019): *Interaktionale Linguistik: eine Einführung*. Stuttgart: J.B. Metzler.
- Jakob, Katharina Johanna (2017): *Medienbedingte Variation am Beispiel italienischer WhatsApp-Chats*. Dissertation. München: Ludwig-Maximilians-Universität. Online unter: <https://edoc.ub.uni-muenchen.de/24332/> (letzter Zugriff am 13.01.2023).
- JAMES-Studie (Jugend, Aktivitäten, Medien-Erhebung Schweiz) 2018. Online unter: https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2018/Ergebnisbericht_JAMES_2018.pdf (letzter Zugriff am 22.04.2023).
- JAMES-Studie (Jugend, Aktivitäten, Medien-Erhebung Schweiz) 2020. Online unter: https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2020/ZHAW_Bericht_JAMES_2020_de.pdf (letzter Zugriff am 22.04.2023).
- JAMES-Studie (Jugend, Aktivitäten, Medien-Erhebung Schweiz) 2022. Online unter: <https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload>

- /forschung/medienpsychologie/james/2018/Bericht_JAMES_2022_de.pdf (letzter Zugriff am 22.04.2023).
- Jezouit, Brittany (2017): Are Stickers the New Emoji? In: Envato. Online unter: <https://envato.com/blog/stickers-new-emoji/> (letzter Zugriff am 25.04.2023).
- JIM-Studie (Jugend, Information, Medien) 2021. Online unter: <https://www.mpfs.de/studien/jim-studie/2022/> (letzter Zugriff am 21.04.2023).
- Jucker, Andreas H. / Dürscheid, Christa (2012): The Linguistics of Keyboard-to-Screen Communication. A New Terminological Framework. In: *Linguistik Online* 56 (6/12), S. 39–64. Online unter: <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/6584/9174> (zuletzt geprüft am 20.02.2023).
- Jugend-Internet-Monitor (2022): Aktuelle Daten zur Social-Media-Nutzung von Österreichs Jugendlichen. Online unter: <https://www.saferinternet.at/services/jugend-internet-monitor/> (letzter Zugriff am 21.04.2023).
- Just, Christian (2023): WhatsApp-Communitys: So ordnen Sie Ihre Chat-Gruppen in einer Community. In: *Computerbild*. Online unter: <https://www.computerbild.de/artikel/cb-News-Internet-WhatsApp-Communities-34040375.html> (letzter Zugriff am 20.03.2023).
- Kageyama, Yuri (2017): Shigetaka Kurita: The man who invented the emoji. In: *The Star*. Online unter: <https://www.thestar.com/business/2017/09/21/shigetaka-kurita-the-man-who-invented-the-emoji.html> (letzter Zugriff am 24.02.2023).
- Kamp, Matthias (2019): NZZ Asien: Das alles kann die Mega-App WeChat. In: *Neue Zürcher Zeitung*. Online unter: <https://www.nzz.ch/nzz-asien/die-touristen-aus-china-haben-richtig-viel-geld-ld.1527540> (letzter Zugriff am 11.02.2023).
- Kaomoji-Webseite. Online unter: <http://kaomoji.ru/en/> (letzter Zugriff am 23.04.2023).
- Kappas, Arvid / Müller, Marion G. (2006): Bild und Emotion — ein neues Forschungsfeld. In: *Publizistik* 51(1), S. 3–23.
- Kasperk, Garnet / Woywode, Michael / Kalmbach, Ralf (2006): *Erfolgreich in China: Strategien für die Automobilzulieferindustrie*. Berlin / Heidelberg: Springer.
- Keller, Rudi (2018): *Zeichentheorie: Eine pragmatische Theorie semiotischen Wissens*. 2. Auflage. Stuttgart: UTB.

- Kemp, Simon (2023): Digital around the world. In: DataReportal – Global Digital Insights. Online unter: <https://datareportal.com/global-digital-overview> (letzter Zugriff am 14.04.2023).
- Kennedy, Pagan (2012): Who Made That Emoticon? In: The New York Times. Online unter: <https://www.nytimes.com/2012/11/25/magazine/who-made-that-emoticon.html> (letzter Zugriff am 03.04.2023).
- Kielholz, Annette (2008): Online-Kommunikation: Die Psychologie der neuen Medien für die Berufspraxis. Berlin: Springer.
- Kiesendahl, Jana (2011): „Dozenten sind ja schon vor den Prüfungsphasen immer so nervlich am Ende“: Zur Funktion informeller Gesprächssequenzen im hochschulischen Sprechstundengespräch. In: Birkner, Karin / Meer, Dorothee (Hrsg.): Institutionalisierte Alltag: Mündlichkeit und Schriftlichkeit in unterschiedlichen Praxisfeldern. Mannheim: Verlag für Gesprächsforschung. S. 51–66.
- Kinnison, Li Qing (2017): Power, Integrity, and Mask – An Attempt to Disentangle the Chinese Face Concept. In: Journal of Pragmatics (114), S. 32–48.
- Klemm, Michael / Stöckl, Hartmut (2011): Bildlinguistik — Standortbestimmung, Überblick, Forschungsdesiderate. In: Diekmannshenke, Hajo / Klemm, Michael / Stöckl, Hartmut (Hrsg.): Bildlinguistik: Theorien – Methoden – Fallbeispiele. Berlin: Erich Schmidt. S. 7–18.
- Klug, Nina-Maria (2012): Das konfessionelle Flugblatt 1563–1580: Eine Studie zur historischen Semiotik und Textanalyse. Berlin / Boston: De Gruyter.
- Klug, Nina-Maria / Stöckl, Hartmut (2015): Sprache im multimodalen Kontext. In: Felder, Ekkehard / Gardt, Andreas (Hrsg.): Handbuch Sprache und Wissen. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 242–264.
- Koch, Peter / Oesterreicher, Wulf (1985): Sprache der Nähe – Sprache der Distanz: Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte. Universität Tübingen.
- Koch, Peter / Oesterreicher, Wulf (1994): Schriftlichkeit und Sprache. In: Günther, Hartmut / Ludwig, Otto (Hrsg.): Schrift und Schriftlichkeit. Ein interdisziplinäres Handbuch internationaler Forschung. 1. Halbband. Berlin / New York: De Gruyter. S. 587–604.

- Koch, Peter / Oesterreicher, Wulf (2011): *Gesprochene Sprache in der Romania: Französisch, Italienisch, Spanisch*. 2. Auflage. Berlin / Boston: De Gruyter.
- Kohout, Annekathrin (2022): Süße Selfies, Emojis und Sticker im social web. In: *Zeitschrift für Kulturwissenschaften* 16(1), S. 23–36.
- König, Katharina (2015): Dialogkonstitution und Sequenzmuster in der SMS- und WhatsApp-Kommunikation. In: *Travaux neuchâtelois de linguistique* (63), S. 87–107.
- König, Katharina (2019a): Neue Medien – neue Mündlichkeit? Zur Dialogizität von WhatsApp-Sprachnachrichten. In: Marx, Konstanze / Schmidt, Axel (Hrsg.): *Interaktion und Medien: Interaktionsanalytische Zugänge zu medienvermittelter Kommunikation*. Heidelberg: Winter. S. 59–84.
- König, Katharina (2019b): Narratives 2.0 – A Multi-Dimensional Approach to Semi-Public Storytelling in WhatsApp Voice Messages. In: *Journal for Media Linguistics* / *Journal for Media Linguistics*. 2(2), S. 30–59.
- König, Katharina (2019c): Sequential Patterns in SMS and WhatsApp Dialogues: Practices for Coordinating Actions and Managing Topics. In: *Discourse & Communication* 13(6), S. 612–629.
- König, Katharina (2021a): Mehrsprachigkeit in transmodaler Kommunikation – Praktiken der Sprach-alternation in deutsch-arabischen WhatsApp-Chats. In: *Arbeitspapier* (84). Online unter: <http://arbeitspapiere.sprache-interaktion.de/arbeitspapiere/arbeitspapier84.pdf> (letzter Zugriff am 11.04.2023).
- König, Katharina (2021b): Text- und Audio-Postings in der mobilen Messenger-Kommunikation. Vergleichende Perspektiven auf transmodale Kommunikation. In: Tienken, Susanne / Hauser, Stefan / Luginbühl, Martin / Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.): *Methoden kontrastiver Medienlinguistik*. Bern: Peter Lang. S. 147–162.
- König, Katharina / Bahlo, Nils (2014): SMS, WhatsApp & Co. – Forschungsstand und Analyseperspektiven. In: König, Katharina / Bahlo, Nils: *SMS, WhatsApp & Co.: Gattungsanalytische, kontrastive und variationslinguistische Perspektiven zur Analyse mobiler Kommunikation*. Münster: Monsenstein und Vannerdat. S. 1–16.
- König, Katharina / Hector, Tim Moritz (2017): Zur Theatralität von WhatsApp-Sprachnachrichten. Nutzungskontexte von Audio-Postings in der mobilen Messenger-Kommunikation. In: *Networx*

- (79). Online unter: <https://www.repo.uni-hannover.de/handle/123456789/3000> (letzter Zugriff am 07.04.2023).
- Konrad, Artie / Herring, Susan C. / Choi, David (2020): Sticker and Emoji Use in Facebook Messenger: Implications for Graphicon Change. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 25(3), S. 217–235.
- Kress, Gunther R. / van Leeuwen, Theo (2021): *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Third edition. London: Routledge.
- Kriese, Saskia / Schwarzl, Linda (2012): Bericht über die Tagung „Sprache in den Medien“ vom 28.–30. Oktober 2011 in Xi'an, China. In: *Gesprächsforschung* (13), S. 89–102.
- Kutsuzawa, Gaku / Umemura, Hiroyuki / Eto, Koichiro / Kobayashi, Yoshiyuki (2022): Classification of 74 Facial Emoji's Emotional States on the Valence-Arousal Axes. In: *Scientific Reports* (12), S. 1–10.
- Landert, Daniela / Jucker, Andreas H. (2011): Private and Public in Mass Media Communication: From Letters to the Editor to Online Commentaries. In: *Journal of Pragmatics* 43(5), S. 1422–1434.
- Langisch, Lisa (2012): Repräsentation von Geschlechterrollen in female Rap-Battles. In: *Freiburger Arbeitspapiere zur Germanistischen Linguistik* (8), S. 1–44.
- Leech, Geoffrey Neil (1999): *Principles of Pragmatics*. 12th impr. London / New York: Longman.
- Lengelsen, Nils (2012): Text-Bild-Kommunikation in Zeitschriften: Eine empirische Untersuchung zu Gestaltungsstrategien und deren Rezeption am Beispiel von Spiegel, Stern und View. In: Bucher, Hans-Jürgen / Schumacher, Peter (Hrsg.): *Interaktionale Rezeptionsforschung: Theorie und Methode der Blickaufzeichnung in der Medienforschung*. Wiesbaden: Springer VS. S. 159–176.
- Li, Fan (2017): *Emoticons – Funktionen und Verwendung bei chinesischen und deutschen Studenten. Eine interkulturelle Vergleichsstudie*. Dissertation. Vechta: Universität Vechta.
- Li, Jia / Xie, Ping / Ai, Bin / Li, Lisheng (2020): Multilingual Communication Experiences of International Students during the COVID-19 Pandemic. In: *Multilingua* 39(5), S. 529–539.
- Li, Jie (1996): Das chinesische Schriftsystem. In: Günther, Hartmut / Ludwig, Otto (Hrsg.): *Schrift und Schriftlichkeit: Ein interdisziplinäres*

linäres Handbuch internationaler Forschung, Bd. 2. Berlin / New York: De Gruyter. S. 1404–1412.

- Li, Li / Yang, Yue (2018): Pragmatic Functions of Emoji in Internet-Based Communication – a Corpus-Based Study. In: Asian-Pacific Journal of Second and Foreign Language Education 3(1), S. 1–12.
- Li, Wei / Zhu, Hua (2019): Transcribing: playful subversion with Chinese characters. In: International Journal of Multilingualism Routledge. 16(2), S. 145–161.
- Li, Zheng (1994): Der erste Telegraph in der Geschichte der chinesischen Zeitungen. In: Wissen der Nachrichten (01), S. 39. (李征 1994:中国报刊史上的第一条电讯稿[J].新闻知识, 01/39.)
- Liang, Yong (1998): Höflichkeit im Chinesischen: Geschichte – Konzepte – Handlungsmuster. München: Iudicium.
- Liang, Yong / Kammhuber, Stefan (2007): Kulturunterschiede: Ergebnisse der Kulturstandardforschung – Ostasien: China. In: Thomas, Alexander / Kammhuber, Stefan / Schroll-Machl, Sylvia (Hrsg.): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band 2: Länder, Kulturen und interkulturelle Berufstätigkeit. 2. Auflage. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. S. 171–185.
- Lin, Dan / McBride-Chang, Catherine / Shu, Hua / Zhang, Yuping / Li, Hong / Zhang, Juan et al. (2010): Small Wins Big: Analytic Pinyin Skills Promote Chinese Word Reading. In: Psychological Science 21(8), S. 1117–1122.
- Line. Offizielle Webseite. Online unter: <https://line.me/en/> (letzter Zugriff am 17.04.2023).
- Linke, Angelika / Nussbaumer, Markus / Paul R. Portmann / Willi, Urs / Berchtold, Simone (2004): Studienbuch Linguistik, 5. Auflage. Tübingen: Niemeyer.
- Liu, Haiming / Ran, Linglin (2020): Duelle mit Stickern: Das Ritual und die Mentalität der Emotionsübertragung in den sozialen Medien. In: Today's Massmedia 28 (01). S. 12–15. (刘海明,冉玲玲2020:表情包斗图:社交媒体情绪传播的仪式和心态[J].今传媒28(01). S. 12–15).
- Liu, Min / Xu, Shuai (2016): Wenn Schreiberinnen nicht einer Meinung sind, beginnen sie sofort ein Duell mit Stickern: Kommunikation und Identität in der Emoji-Kommunikation. In: Journal of News Research 7(15). S. 339. (刘敏/徐帅 2016:一言不合就“斗图”——表情包传播中的交往与认同[J].新闻研究导刊. 7(15). S. 339.)

- Liu, Yi / Lu, Yunan (2019): Einflussfaktoren bei der Nutzung von roten Umschlägen in WeChat: Aus der Perspektive des psychosozialen und sozialen Kapitals. In: *Modern Communication (Journal of Communication University of China)*. 41(08), S. 151–156. (刘毅/卢雨楠 2019: 微信红包使用影响因素:基于社会心理与社会资本视角. 现代传播 (中国传媒大学学报) 41(08), S. 151–156.)
- Liu, Yinyuan (2016): *Social Media in China: Wie deutsche Unternehmen soziale Medien im chinesischen Markt erfolgreich nutzen können*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Liu, Yinyuan (2018): *Social Media Marketing in China mit WeChat: Einsatzmöglichkeiten, Funktionen und Tools für ein erfolgreiches Mobile Business*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Liu, Yue (2010): „Kulturspezifisches“ Kommunikationsverhalten? Eine empirische Untersuchung zu aktuellen Tendenzen in chinesisch-deutschen Begegnungen. München: Iudicium.
- Lobin, Henning (2014): *Engelbarts Traum: Wie der Computer uns Lesen und Schreiben abnimmt*. Frankfurt a. M. / New York: Campus.
- Lobin, Henning (2018): *Digital und vernetzt: das neue Bild der Sprache*. Stuttgart: J.B. Metzler.
- Lu, Jianming (2013): *Forschungslehrwerk der Grammatik vom modernen Chinesisch*. 4. Auflage. Peking: Verlag der Peking Universität. (陆俭明 (2013). 现代汉语语法研究教程 [M] 第4版.北京:北京大学出版社)
- Ludwig, Otto (1983): Einige Vorschläge zur Begrifflichkeit und Terminologie von Untersuchungen im Bereich der Schriftlichkeit. In: Günther, Klaus-Burkhardt / Günther, Hartmut (Hrsg.): *Schrift, Schreiben, Schriftlichkeit: Arbeiten zur Struktur, Funktion und Entwicklung schriftlicher Sprache*. Tübingen: Max Niemeyer. S. 1–16.
- Ludwig, Otto (1994): Geschichte des Schreibens. In: Günther, Hartmut / Ludwig, Otto (Hrsg.): *Schrift und Schriftlichkeit: Ein interdisziplinäres Handbuch internationaler Forschung*, 1. Halbband. Berlin / New York: De Gruyter. S. 48–65.
- Ludwig, Otto (2005): *Geschichte des Schreibens, Band 1: Von der Antike bis zum Buchdruck*. Berlin / New York: De Gruyter.
- Luginbühl, Martin (2011): Vom kommentierten Realfilm zum multi-modalen Komplex. Sprache-Bild-Beziehungen in Fernsehnachrichten im diachronen und internationalen Vergleich. In: Diek-

- mannshenke, Hajo / Klemm, Michael / Stöckl, Hartmut (Hrsg.): Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele. Berlin: Erich Schmidt. S. 257–276.
- Luo, Xi / Bi, Ruoxu / Cheng, Si (2021): Fast 60% der befragten Studierenden gaben an, dass sie von Emojis nicht loskommen. In: China Youth Daily. Online unter: http://zqb.cyol.com/html/2021-12/13/nw.D110000zgqnb_20211213_1-08.htm (letzter Zugriff am 17.04.2023). (罗希/毕若旭/程思 (2021): 近六成受访大学生表示自己不能脱离表情包-中国青年报.)
- Ma, Ying (2022): Code-Switching und Script-Switching zwischen Deutsch und Chinesisch: Eine empirische Untersuchung von Postings im sozialen Netzwerk Renren. Berlin: Erich Schmidt.
- Mai, Lisa / Wilhelm, Judith (2015): Ich weiß, wann du online warst, Schatz. Die Bedeutung der WhatsApp-Statusanzeigen für die Paarkommunikation in Nah- und Fernbeziehungen. Marburg: Tectum.
- Marx, Konstanze / Lobin, Henning / Schmidt, Axel (2020): Deutsch in Sozialen Medien: interaktiv, multimodal, vielfältig. In: Marx, Konstanze / Lobin, Henning / Schmidt, Axel (Hrsg.): Deutsch in Sozialen Medien: Interaktiv – multimodal – vielfältig. Berlin / Boston: De Gruyter. S. XI–XVI.
- Marx, Konstanze / Weidacher, Georg Ernst (2019): Internetlinguistik. Tübingen: Narr.
- McQuail, Denis (2010): Mcquail's Mass Communication Theory. 6th ed. Los Angeles / California.: Sage Publications.
- Meer, Dorothee / Pick, Ina (2019): Einführung in die Angewandte Linguistik: Gespräche, Texte, Medienformate analysieren. Stuttgart: J.B. Metzler.
- Mehner, Matthias (2019): Messenger Marketing: Wie Unternehmen WhatsApp & Co erfolgreich für Kommunikation und Kundenservice nutzen. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Mehner, Matthias (2022a): Messenger Apps Deutschland und Weltweit. In: MessengerPeople. Online unter: <https://www.messengerpeople.com/de/weltweite-nutzer-statistik-fuer-whatsapp-wechat-und-andere-messenger/> (letzter Zugriff am 27.03.2023).
- Mehner, Matthias (2022b): Nutzerzahlen für Messenger für Deutschland und weltweit. In: MessengerPeople. Online unter: <https://www.messengerpeople.com/de/nutzerzahlen-messenger-weltweit/> (letzter Zugriff am 18.04.2023).

- Meibauer, Jörg (2008): *Pragmatik: Eine Einführung*. 2. Auflage. Tübingen: Stauffenburg.
- Meibauer, Jörg (2015): *Einführung in die germanistische Linguistik*. 3. Auflage. Stuttgart: J.B. Metzler.
- Meier, Stefan (2016): Websites als multimodale digitale Texte. In: Klug, Nina-Maria / Stöckl, Hartmut (Hrsg.): *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext*. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 410–436.
- Meili, Aline (2017a): WhatsApp-Kommunikation gehörloser Personen in der Deutschschweiz – Eine qualitative Korpusanalyse (Teil I). In: *Das Zeichen* (105), S. 108–121.
- Meili, Aline (2017b): WhatsApp-Kommunikation gehörloser Personen in der Deutschschweiz – Elliptische Strukturen (Teil II). In: *Das Zeichen* (106), S. 278–289.
- Meinel, Christoph / Sack, Harald (2009): *Digitale Kommunikation: Vernetzen, Multimedia, Sicherheit*. Berlin / Heidelberg: Springer.
- Meng, Mengmeng (2015): Die soziale Wirkung der chinesischen Schreibmaschine im modernen China. In: *Die Welt der Nachrichten* (08), S. 270–272. (孟萌萌 2015: 近现代中文机械打字机的社会效应[J]. *新闻世界* (08). S. 270–272.)
- Meyer, Erin (2015): *The Culture Map: Decoding How People Think, Lead, and Get Things Done Across Cultures*. New York: Public Affairs.
- Möhrs, Christine (2021): Sprache, Emojis und Corona – im Wandel der Zeit. In: Klosa-Kückelhaus, Annette (Hrsg.): *Sprache in der Coronakrise. Dynamischer Wandel in Lexikon und Kommunikation*. Mannheim: IDS. S. 161–168.
- Morel, Etienne / Natale, Silvia (2019): Orthographie in WhatsApp & Co. Eine Untersuchung zum Normbewusstsein in der mobilen schriftbasierten Kommunikation. In: *Networx* (85). Online unter: <https://www.repo.uni-hannover.de/handle/123456789/4577> (letzter Zugriff am 01.03.2023).
- Mostovaia, Irina (2018): Nonverbale graphische Ressourcen bei Reparaturen in der interaktionalen informellen Schriftlichkeit am Beispiel der deutschen Chat-Kommunikation via IRC-Chat und WhatsApp. In: *Journal für Medienlinguistik* *Journal für Medienlinguistik* 1(1). S. 42–79.
- Müller, Andreas (2018a): Memojis: Das musst Du über die neuen Animojis in iOS 12 wissen. In: *Turn-on*. Online unter: <https://>

www.turn-on.de/tech/ratgeber/memojis-das-musst-du-ueber-die-neuen-animojis-in-ios-12-wissen-386068 (letzter Zugriff am 24.04.2023).

- Müller, Christina Margrit (2012): Multimodalität und multimodale Kompetenz. Text-Bild-Kommunikate im Social Web. In: Der Deutschunterricht 64(6), S. 22–23.
- Müller, Matthias (2018b): Eine neue Nachrichten-App macht in China Furore. In: Neue Zürcher Zeitung. Online unter: <https://www.nzz.ch/wirtschaft/zidan-duanxin-eine-neue-nachrichten-app-macht-in-china-furore-ld.1417035> (letzter Zugriff am 12.03.2023).
- Müthel, Miriam (2006): Erfolgreiche Teamarbeit in deutsch-chinesischen Projekten. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Neuland, Eva (2018): Jugendsprache. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Tübingen: A. Francke.
- Norris, Sigrid (2004): Analyzing Multimodal Interaction: A Methodological Framework. New York: Routledge.
- Nöth, Winfried (2000a): Der Zusammenhang von Text und Bild. In: Brinker, Klaus / Antos, Gerd / Heinemann, Wolfgang / Sager, Sven Frederik (Hrsg.): Text und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 489–496.
- Nöth, Winfried (2000b): Handbuch der Semiotik. 2. Auflage. Stuttgart: J.B. Metzler.
- Nöth, Winfried (2016): Verbal-visuelle Semiotik. In: Klug, Nina-Maria / Stöckl, Hartmut (Hrsg.): Handbuch Sprache im multimodalen Kontext. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 190–216.
- Ntv.de (2015): Freudentränen-Emoji gewinnt: Oxford Dictionaries kürt das „Wort des Jahres“. In: n-tv. Online unter: <https://www.n-tv.de/ticker/Oxford-Dictionaries-kuert-das-Wort-des-Jahres-article16376721.html> (letzter Zugriff am 26.04.2023).
- Orthmann, Claudia (2003): Jugendliche im Chat. Spaß bei der computervermittelten Kommunikation. In: Bug, Judith / Karmasin, Matthias (Hrsg.): Telekommunikation und Jugendkultur: Eine Einführung. Wiesbaden: Springer VS. S. 109–124.
- Osterroth, Andreas (2020): Internet-Memes als multimodale Sprechakte in öffentlichen Diskursen an-hand von Beispielen aus Antworthreads von @realDonaldTrump. In: Linguistik Online

- 101(1), S. 115–137. Online unter: <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/6680> (letzter Zugriff am 10.05.2023).
- Pappert, Steffen (2017): Zu kommunikativen Funktionen von Emojis in der WhatsApp-Kommunikation. In: Beißwenger, Michael: Empirische Erforschung internetbasierter Kommunikation. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 175–211.
- Peters, Simone / Yang, Lei (2020): Die Welt der WeChat Miniprogramme. In: Marconomy. Online unter: <https://www.marconomy.de/die-welt-der-wechat-miniprogramme-a-947591/> (letzter Zugriff am 27.04.2023).
- Pfaff, Nicolle / Hummrich, Merle / Rademacher, Sandra (2012): Kulturvergleichende Qualitative Forschung. In: Zeitschrift für qualitative Forschung 13(1/2), S. 5–12. Online unter: <https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/38753> (zuletzt geprüft am 01.04.2023).
- Pinterest – AFD-Emoji. Online unter: <https://www.pinterest.ch/pin/304344887314724992/?lp=true> (letzter Zugriff am 10.04.2023).
- Pscheida, Daniela / Trültzsch, Sascha (2007): Veröffentlichte Privatheit im Bild: zur neuen Kultur der Freizügigkeit in internetbasierten sozialen Kontaktnetzwerken. In: Pscheida, Daniela / Trültzsch, Sascha (Hrsg.): Das Web 2.0 als Agent des kulturellen Wandels, Bd. 26 (2). Frankfurt a.M.: Peter Lang. S. 245–270.
- Qiu, Xikui (1988): Abriss der Grammatologie. Shanghai: The Commercial Press. (裘锡圭 (1988). 文字学概要 [M] 第 1 版. 上海:商务印书馆).
- R Core Team (2020): R: A language and environment for statistical computing. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. Online unter: <https://www.R-project.org/> (letzter Zugriff am 05.04.2023).
- Rac, Julia (2014): Wirkungen von Emoticons: Eine Experimentalstudie. Saarbrücken: Akademikerverlag.
- Radtke, Peter (2011): Dialog in asymmetrischen Beziehungen. In: Wuckelt, Agnes / Pithan, Annebel-le / Beuers, Christoph (Hrsg.): „Und schuf dem Menschen ein Gegenüber...“ – Im Spannungsfeld zwischen Autonomie und Angewiesensein. Forum für Heil- und Religionspädagogik Band 6. Münster: Comenius-Institut. S. 9–19.
- Ranking der beliebtesten Social Networks und Messenger nach dem Anteil der Nutzer in China im Jahr 2021. In: Statista. Online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/505931/um>

frage/reichweite-von-social-networks-in-china/ (letzter Zugriff am 20.04.2023).

Rapidmail-Blog (2021): 50 Jahre E-Mail-Marketing Geschichte: Happy Birthday, E-Mail! Online unter: [https://www.rapidmail.de/blog/50-jahre-e-mail-geschichte](https://www.rapidmail.de/blog/50-jahre-e-mail-geschichte#:~:text=1996%20war%20es%20endlich%20soweit,%2DMail%2DAnbieter%20zur%20Verf%C3%BCgung!)

te#:~:text=1996%20war%20es%20endlich%20soweit,%2DMail%2DAnbieter%20zur%20Verf%C3%BCgung!; (letzter Zugriff am 21.04.2023).

Reimann, Sandra (2019): Und hab total den Heulanfall bekommen. :- (:- (:- (– Emotionskulturen im Netz am Beispiel der Selbsthilfepattform www.hungrig-online.de. In: Hauser, Stefan / Luginbühl, Martin / Tienken, Susanne (Hrsg.): Mediale Emotionskulturen. Frankfurt a.M.: Peter Lang. S. 201–218.

Rinas, Karsten / Uhrová, Veronika (2016): Perioden mit Smileys. Zum Verhältnis von Emoticons und Interpunktion. In: Linguistik Online 75(1), S. 143–166. Online unter: <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/2519> (letzter Zugriff am 06.03.2023).

Riordan, Monica A. (2017): The Communicative Role of Non-Face Emojis: Affect and Disambiguation. In: Computers in Human Behavior (76), S. 75–86.

Sachs-Hombach, Klaus (2013): Das Bild als kommunikatives Medium. Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft. 3. Auflage. Köln: Herbert von Halem.

Sacks, Harvey / Schegloff, Emanuel / Jefferson, Gail (1974): A Simplest Systematics for the Organization of Turn-Taking for Conversation. In: Language 50(4), S. 696–735.

Schanze, Robert (2018): WhatsApp & WhatsApp Business im Vergleich: Diese Unterschiede müsst ihr kennen. In: GIGA. Online unter: <https://www.giga.de/apps/whatsapp-fuer-android/specials/unterschied-zwischen-whatsapp-whatsapp-business-messenger/> (letzter Zugriff am 06.04.2023).

Schegloff, Emanuel A. (2007): Sequence Organization in Interaction: A Primer in Conversation Analysis. Cambridge: Cambridge University Press.

Schlobinski, Peter (2001): Zum Prinzip des Relativismus von Schriftsystemen – die chinesische Schrift und ihre Mythen. In: Zeitschrift für Sprachwissenschaft De Gruyter. 20(1), S. 117–146.

- Schlobinski, Peter / Siever, Torsten (2018): Sprachliche Kommunikation in der digitalen Welt. Eine repräsentative Umfrage, durchgeführt von forsa. In: *Networkx* (80). Online unter: <https://www.repo.uni-hannover.de/handle/123456789/3118> (letzter Zugriff am 01.04.2023).
- Schlobinski, Peter / Watanabe, Manabu (2003): SMS-Kommunikation – Deutsch/Japanisch kontrastiv. Eine explorative Studie. In: *Networkx* (31). Online unter: <https://www.repo.uni-hannover.de/handle/123456789/2949> (letzter Zugriff am 06.04.2023).
- Schmidt, Jan-Hinrik (2013): *Social Media*. Wiesbaden: Springer.
- Schmitz, Ulrich (2004): *Sprache in modernen Medien. Einführung in Tatsachen und Theorien, Themen und Thesen*. Berlin: Erich Schmidt.
- Schmitz, Ulrich (2006): *Schriftbildschirme. Tertiäre Schriftlichkeit im World Wide Web*. In: Androu-tsoopoulos, Jannis / Runkehl, Jens / Schlobinski, Peter / Siever, Torsten (Hrsg.): *Neuere Entwicklungen in der linguistischen Internetforschung. Zweites internationales Symposium zur gegenwärtigen linguistischen Forschung über computervermittelte Kommunikation*. Universität Hannover: 4.–6. Oktober 2004. Hildesheim / Zürich / New York: Georg Olms. S. 184–208.
- Schmitz, Ulrich (2011): *Sehflächenforschung. Eine Einführung*. In: Diekmannshenke, Hajo / Klemm, Michael / Stöckl, Hartmut (Hrsg.): *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele*. Berlin: Erich Schmidt. S. 23–42.
- Schmitz, Ulrich (2015a): *Einführung in die Medienlinguistik*. Darmstadt: WBG.
- Schmitz, Ulrich (2015b): *Text-Bild-Gefüge analysieren und verstehen*. In: *Weiterbildung* (3), S. 9–13.
- Schneider, Jan Georg / Stöckl, Hartmut: *Zur Einführung*. In: Schneider, Jan Georg / Stöckl, Hartmut (Hrsg.): *Medientheorien und Multimodalität. Ein TV-Werbespot – Sieben methodische Beschreibungsansätze*. Köln: Herbert von Halem. S. 10–38.
- Scholz, Oliver R. (2016): *Verstehen = Zusammenhänge erkennen*. In: Sachs-Hombach, Klaus (Hrsg.): *Verstehen und Verständigung. Intermediale, multimodale und interkulturelle Aspekte von Kommunikation und Ästhetik*. Köln: Herbert von Halem. S. 17–32.
- Schroll-Machl, Sylvia (2007): *Kulturunterschiede: Ergebnisse der Kulturstandardforschung – Deutschland*. In: Thomas, Alexander /

- Kammhuber, Stefan / Schroll-Machl, Sylvia (Hrsg.): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band 2: Länder, Kulturen und interkulturelle Berufstätigkeit. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. S. 72–89.
- Schroll-Machl, Sylvia (2013): Die Deutschen – Wir Deutsche: Fremdwahrnehmung und Selbstsicht im Berufsleben. 4. Auflage. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Schultz, Stefan (2016): WeChat aus China: Eine App für alles. In: Der Spiegel. Online unter: <https://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/messenger-apps-wie-china-die-mobile-zukunft-erfindet-a-1071815.html> (letzter Zugriff am 15.04.2023).
- Schürmann, Timo (2016): Scherzkommunikation in niederdeutschen WhatsApp-Nachrichten einer Gruppe von L1-NiederdeutschsprecherInnen. In: Arens, Katja / Torres Cajo, Sarah (Hrsg.): Sprache und soziale Ordnung: Studentische Beiträge zu sozialen Praktiken in der Interaktion. Münster: Mosenstein und Vannerdat. S. 187–219.
- Schwan, Ben (2018): Memoji: Apples menschliche Animojis sind geschlechtsneutral. In: Heise Online. Online unter: <https://www.heise.de/mac-and-i/meldung/Memoji-Apples-menschliche-Animojis-sind-geschlechtsneutral-4076433.html> (letzter Zugriff am 05.04.2023).
- Sheng, Yixuan (2017): Was ist aus der seit 30 Jahren in China entwickelten E-Mail geworden? In: Pin Wan. Online unter: <https://www.pingwest.com/a/122470>. (letzter Zugriff am 09.04.2023). (盛以宣2017: 在中国发展了三十年电子邮件都经历了些什么? 品玩.)
- Siebenhaar, Beat (2018a): Sprachgeschichtliche Aspekte der Verwendung von Bildzeichen im Chat. In: Czajkowski, Luise / Schmid, Hans Ulrich (Hrsg.): Sprachwandel im Deutschen. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 307–318.
- Siebenhaar, Beat (2018b): Funktionen von Emojis und Altersabhängigkeit ihres Gebrauchs in der WhatsApp-Kommunikation. In: Ziegler, Arne (Hrsg.): Jugendsprachen. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 749–772.
- Siebenhaar, Beat (2020): Informalitätsmarkierung in der WhatsApp-Kommunikation. In: Androutsopoulos, Jannis / Busch, Florian (Hrsg.): Register des Graphischen: Variation, Interaktion und Re-

flexion in der digitalen Schriftlichkeit. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 67–92.

- Sieber, Méline (2016): Panorama – Vom Messenger zur Plattform: Willkommen in meinem Gärtchen. In: Schweizer Radio und Fernsehen. Online unter: <https://www.srf.ch/news/panorama/vom-messenger-zur-plattform-willkommen-in-meinem-gaertchen> (letzter Zugriff am 02.05.2023).
- Siegrist, Fredi (2022): Massentierhaltungsinitiative – die heiße Phase beginnt! In: Bauernverband Aargau. Online unter: <https://bvaargau.ch/blog/massentierhaltungsinitiative-%E2%80%93-die-hei%C3%9F-e-phase-beginnt> (letzter Zugriff am 23.04.2023).
- Siever, Christina Margrit (2015): Multimodale Kommunikation im Social Web: Forschungsansätze und Analysen zu Text-Bild-Relationen. Frankfurt a.M.: Peter Lang.
- Siever, Christina Margrit (2016): Foto-Communitys als multimodale digitale Kommunikationsform. In: Klug, Nina-Maria / Stöckl, Hartmut (Hrsg.): Handbuch Sprache im multimodalen Kontext. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 455–475.
- Siever, Christina Margrit (2019): ‚Iconographic Communication‘ in Digital Media: Emoji in WhatsApp, Twitter, Instagram, Facebook From a Linguistic Perspective. In: Giannoulis, Elena / Wilde, Lukas R. A. (Hrsg.): Emoticons, Kaomoji, and Emoji: The Transformation of Communication in the Digital Age. Milton: Routledge. S. 127–147.
- Siever, Torsten (2006): Emoticons: Gefühle mit Zeichen. In: Mediensprache. Online unter: <https://www.mediensprache.net/de/web-sprache/chat/emoticons/> (letzter Zugriff am 06.04.2023).
- Sightlight Research Institute (2022): Weißbuch über die Entwicklung der WeChat-Videokonten im Jahr 2021. Online unter: <http://www.199it.com/archives/1390433.html> (letzter Zugriff am 27.04.2023) (视灯研究院：2021年视频号发展白皮书).
- Social Commerce Schweiz (2022): Social Media und E-Commerce in der Schweizer Bevölkerung. Online unter: <https://social-commerce-schweiz.ch/> (letzter Zugriff am 21.04.2023).
- Social Media in Österreich Report 2020 von Artworx. Online unter: <https://www.artworx.at/social-media-in-oesterreich-2020/> (letzter Zugriff am 21.04.2023).
- Sokol, Monika (2004): Verbal Duelling: Ein universeller Sprachspieltypus und seine Metamorphosen im US-amerikanischen, französ-

- sischen und deutschen Rap. In: Kimminich, Eva (Hrsg.): *Rap: More Than Words*. Frankfurt a.M.: Peter Lang. S. 113–160.
- Spitzmüller, Jürgen (2016): *Typographie – Sprache als Schriftbild*. In: Klug, Nina-Maria / Stöckl, Hartmut (Hrsg.): *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext*. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 99–120.
- Spöde, Sven (2018): *Wechat-Mini-Programme: Kleine Anwendungen mit großer Wirkung*. In: *t3n Magazin*. Online unter: <https://t3n.de/news/wechat-mini-programme-911797/> (letzter Zugriff am: 1.2.2023).
- Stahnke, Johanna (2017): *Konzeptionelle Nähe und sprachliche Routinisierung: Konversationelle Selbstreparaturen im Französischen*. Berlin / Boston: De Gruyter.
- Staiger, Michael (2011): *Filmanalyse und Medienkulturkompetenz. Zum sprach- und mediendidaktischen Potenzial audiovisueller Texte*. In: Schneider, Jan Georg / Stöckl, Hartmut (Hrsg.): *Medientheorien und Multimodalität: Ein TV-Werbespot – Sieben methodische Beschreibungsansätze*. Köln: Herbert von Halem. S. 45–69.
- Stein, Stephan (2015): *Einheiten der gesprochenen und der geschriebenen Sprache*. In: Dürscheid, Christa / Schneider, Jan Georg (Hrsg.): *Handbuch Satz, Äußerung, Schema*. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 345–369.
- Steinseifer, Martin (2011): *Die Typologisierung multimodaler Kommunikationsangebote. Am Beispiel der visuellen Aspekte seitenbasierter Dokumente*. In: Habscheid, Stephan (Hrsg.): *Textsorten, Handlungsmuster, Oberflächen: Linguistische Typologien der Kommunikation*. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 164–189.
- Stöckl, Hartmut (2004a): *Die Sprache Im Bild – Das Bild in Der Sprache: Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text: Konzepte, Theorien, Analysemethoden*. Berlin / Boston: De Gruyter.
- Stöckl, Hartmut (2004b): *In between Modes: Language and Image in Printed Media*. In: Ventola, Eija / Charles, Cassily / Kaltenbacher, Martin (Hrsg.): *Perspectives on Multimodality*. Amsterdam: John Benjamins. S. 9–22.
- Stöckl, Hartmut (2004c): *Typographie: Gewand und Körper des Textes – Linguistische Überlegungen zu typographischer Gestaltung*. In: *Zeitschrift für angewandte Linguistik* (41), S. 5–48.
- Stöckl, Hartmut (2011a): *Sprache-Bild-Texte lesen. Bausteine zur Methodik einer Grundkompetenz*. In: Diekmannshenke, Hajo /

- Klemm, Michael / Stöckl, Hartmut (Hrsg.): Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele. Berlin: Erich Schmidt. S. 43–70.
- Stöckl, Hartmut (2011b): Multimodale Werbekommunikation – Theorie und Praxis. In: Zeitschrift für angewandte Linguistik (54), S. 5–32.
- Stöckl, Hartmut (2016a): Multimodales Verstehen – Zwischen Zeichensystemwissen und Textsorten-kompetenz. In: Sachs-Hombach, Klaus (Hrsg.): Verstehen und Verständigung intermediale, multimodale und interkulturelle Aspekte von Kommunikation und Ästhetik. Köln: Herbert von Halem. S. 88–112.
- Stöckl, Hartmut (2016b): Multimodalität – Semiotische und textlinguistische Grundlagen. In: Klug, Nina-Maria / Stöckl, Hartmut (Hrsg.): Handbuch Sprache im multimodalen Kontext. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 3–35.
- Storrer, Angelika (2001): Getippte Gespräche oder dialogische Texte? Zur kommunikationstheoretischen Einordnung der Chat-Kommunikation. In: Lehr, Andrea / Kammerer, Matthias / Konerding, Klaus-Peter / Storrer, Angelika / Thimm, Caja / Wolski, Werner (Hrsg.): Sprache im Alltag: Beiträge zu neuen Perspektiven in der Linguistik. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 439–466.
- Storrer, Angelika (2018): Interaktionsorientiertes Schreiben im Internet. In: Reineke, Silke / Eichinger, Ludwig M. / Deppermann, Arnulf / Deppermann, Arnulf (Hrsg.): Sprache im kommunikativen, interaktiven und kulturellen Kontext. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 219–245.
- Storrer, Angelika (2018): Interaktionsorientiertes Schreiben im Internet. In: Reineke, Silke / Eichinger, Ludwig M. / Deppermann, Arnulf / Deppermann, Arnulf (Hrsg.): Sprache im kommunikativen, interaktiven und kulturellen Kontext. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 219–245.
- Straßner, Erich (2002): Text-Bild-Kommunikation, Bild-Text-Kommunikation. Tübingen: Niemeyer.
- Stübe, Rudolf (1918): Die Erfindung des Druckes in China und seine Verbreitung in Ostasien. Jahrbuch des Vereines Deutscher Ingenieure. In: Matschoss, Conrad (Hrsg.): Beiträge zur Geschichte der Technik und Industrie. Berlin / Heidelberg: Springer. S. 82–93.
- Studienpräsentation IGEM-Digimonitor (Interessengemeinschaft Elektronische Medien Schweiz) 2021. Online unter: <https://www.igem.ch/>

igem.ch/event/studienpraesentation-igem-digimonitor-2021/
(letzter Zugriff am 22.04.2023).

- Stumpf, Marcus (2012): Consumer Empowerment – Nutzergenerierte Kommunikation im Social Web. In: Pattloch, Annette / Rumler, Andrea / Schuchert-Güler, Pakize (Hrsg.): Digitale Kommunikation. Berlin: Uni-Edition. S. 51–76.
- Szurawitzki, Michael (2016): Zur Kulturspezifität von Emojis. In: Der Sprachdienst (2), S. 63–65.
- Szurawitzki, Michael (2017): Text-Bild-Syntax in Werbeanzeigen: KxG, Null-Instanziierung und multimodale Konstruktionen. In: Zhao, Jin / Szurawitzki, Michael (Hrsg.): Nachhaltigkeit und Germanistik. Fokus, Kontrast und Konzept. Frankfurt a.M.: Peter Lang. S. 107–125.
- Szurawitzki, Michael (2019): WeChat – Funktionsweise, technische Möglichkeiten und Emoji-Kommunikation. In: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik 49(4), S. 673–695.
- Szurawitzki, Michael (2019a): Researching digital communication practices among German-speaking expats in China: Study design. In: Language Studies and Modern Humanities 1(1), S. 22–29.
- Szurawitzki, Michael (2019b): WeChat – Funktionsweise, technische Möglichkeiten und Emoji-Kommunikation. In: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik 49(4), S. 673–695.
- Szurawitzki, Michael (2020a): Die chinesische Messaging-App WeChat als virtuelle Sprachinsel. Studien zur WeChat-Nutzung deutschsprachiger Expatriates in China. Tübingen: Narr.
- Szurawitzki, Michael (2020b): Schreiben und (viel) mehr – WeChat-Kommunikation in China. In: Literaturstrasse 21(1), S. 213–227.
- Szurawitzki, Michael (2021): Die chinesische Messaging-App WeChat. Überlegungen zu einer Erweiterung des Chatbegriffs für Messenger, zur Sammlung von Nutzungsdaten und der Rolle der Applikation in der Coronakrise in China 2020/21. In: Der Sprachdienst 5(21), S. 161–172.
- Szurawitzki, Michael (2022a): The Chinese Messaging Application WeChat as Used by German Speakers in China. Usage Practices, Multilingual Environments, Emojis, and Beyond. In: Linguistik Online 113(1), S. 111–152. Online unter: <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/8329> (letzter Zugriff am 12.04.2023).

- Szurawitzki, Michael (2022b): WeChat 2.0. Überlegungen Zum kommunikativen Potenzial der Applikation angesichts aktueller Tendenzen von Messenger-Kommunikation. In: Interkulturelles Forum der deutsch-chinesischen Kommunikation 2(1), S. 23–44.
- Tang, Ying / Hew, Khe Foon (2018): Emoticon, Emoji, and Sticker Use in Computer-Mediated Communications: Understanding Its Communicative Function, Impact, User Behavior, and Motive. In: Deng, Liping / Ma, Will W. K. / Fong, Cheuk Wai Rose (Hrsg.): New Media for Educational Change. Singapore: Springer Singapore. S. 191–201.
- Tang, Ying / Hew, Khe Foon (2019): Emoticon, Emoji, and Sticker Use in Computer-Mediated Communication: A Review of Theories and Research Findings. In: International Journal of Communication 13(0), S. 27.
- Tank, Andreas (2015): China-Marketing: Geschäftserfolg im Reich der Mitte. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Tao, Jianhua / Liu, Ruiting / Xu, Ke / Han, Weili / Zhang, Huaping / Yu, Jian / Tian, Feng / Liang, Xiaohui (2016): Kurzgeschichte des Computers in China. In: Science & Technology Review 34(14). S. 12–21. [陶建华/刘瑞挺/徐恪/韩伟力/张华平/于剑/田丰/梁晓辉 (2016): 中国计算机发展简史[J].科技导报34(14). S. 12–21].
- Tencent (2017): „Das Gesicht bedecken“, wie ist dieses Emoji in WeChat entstanden?“ In: Zhihu. Online unter: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/25300099> (letzter Zugriff am 26.04.2023).
- Tencent-Jahresberichte 2020. Online unter: <https://static.www.tencent.com/uploads/2021/04/08/27ed851251241c67fc697a18d7d8dc88.pdf> (letzter Zugriff am 20.04.2023).
- Tencent-Jahresberichte 2021. Online unter: <https://static.www.tencent.com/uploads/2022/04/07/7fb064d564c26f7f0391836ab8b8bd05.PDF> (letzter Zugriff am 20.04.2023).
- Tencent-Zwischenbericht 2022. Online unter: <https://static.www.tencent.com/uploads/2022/09/01/a51f96bb0a89310955a8c19e753e2a51.PDF> (letzter Zugriff am 20.04.2023).
- Thaler, Verena (2005): Zur Problematik der Synchronizität computer-vermittelter Kommunikation. In: Zeitschrift für Angewandte Linguistik (43), S. 79–101.
- Thomas, Alexander (2003): Analyse der Handlungswirksamkeit von Kulturstandards. In: Thomas, Alexander (Hrsg.): Psychologie interkulturellen Handelns. 2. Auflage. Göttingen: Hogrefe.

- Thomas, Alexander / Schenk, Eberhard / Heisel, Wolfgang (2015): Beruflich in China: Trainingsprogramm für Manager, Fach- und Führungskräfte. 5. Auflage. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Trepesch, Sebastian (2018): iOS 12: Das sind Memojis – und so erstellt man sie. In: GIGA. Online unter: <https://www.giga.de/downloads/ios-12/gallery/ios-12-das-sind-memojis-und-so-erstellt-man-sie/> (letzter Zugriff am 03.04.2023).
- Tu, Fangjing (2016): WeChat and Civil Society in China. In: *Communication and the Public* 1(3), S. 343–350.
- Twitter-Posting von WWF. Online unter: <https://twitter.com/WWF/status/598029545627844608> (letzter Zugriff am 15.04.2023).
- Unicode. Offizielle Webseite. Online unter: <https://unicode.org/standard/WhatIsUnicode.html> (letzter Zugriff am 29.04.2023); <https://unicode.org/emoji/charts-15.0/emoji-released.html> (letzter Zugriff am 29.04.2023); <https://home.unicode.org/emoji/emoji-frequency/> (letzter Zugriff am 29.04.2023). <http://unicode.org/emoji/charts/full-emoji-list.html> (letzter Zugriff am 29.04.2023).
- Viollet, Catherine (2005): Mechanisches Schreiben, Tippräume. Einige Vorbedingungen für eine Semiologie des Typoskripts. In: Giuriato, Davide / Stingelin, Martin / Zanetti, Sandro (Hrsg.): „Schreibkugel ist ein Ding gleich mir: von Eisen“: Schreibszenen im Zeitalter der Typoskripte, Band 2. Paderborn: Fink. S. 21–47.
- Volli, Ugo (2002): *Semiotik: Eine Einführung in ihre Grundbegriffe*. Tübingen: Francke.
- Wang, Jianxin/Li, Fan (1996): Druck mit beweglichen Lettern: Unterschiedliche Schicksale in China und Europa. In: *Chinese Journal of Journalism & Communication* (03): 71–72. (王建新/ 李凡 1996: 活字印刷术:在中国与欧洲的不同命运[J].国际新闻界,1996(03):71–72).
- Web.de-Blog (2021): Die Geschichte der E-Mail. Online unter: <https://web.de/email/tipps/posts/geschichte-der-email/87/#:~:text=Die%20erste%20E%2DMail%20im,%3A%20%E2%80%99Etomlinson%40bbntenexa%E2%80%9C> (letzter Zugriff am 21.04.2023).
- Weber, Kathrin / Schürmann, Timo (2018): Verschriftung und Normierung – niederdeutsche WhatsApp-Kommunikation innerhalb einer geschlossenen SchreiberInnengruppe. In: *Networx* (82). Online unter: <https://www.repo.uni-hannover.de/handle/123456789/3206> (letzter Zugriff am 20.04.2023).

- Webtechnologien-Website. Online unter: <https://www.webtechnologien.com/wissen/das-internet/internetdienste/> (letzter Zugriff am 21.04.2023).
- WeChat (2020): Jahresbericht 2019. Online unter: <https://www.china-z.com/2020/0109/1091393.shtml> (letzter Zugriff am 26.04.2023).
- WeChat (2019): Jahresbericht 2018. Online unter: <https://support.weixin.qq.com/cgi-bin/mmsupport-bin/getopendays> (letzter Zugriff am 20.04.2023).
- Wei, Ran / Huang, Jinghua / Zheng, Pei (2018): Use of Mobile Social Apps for Public Communication in China: Gratifications as Antecedents of Reposting Articles from WeChat Public Accounts. In: *Mobile Media & Communication* (6/1), S. 108–126.
- Wei, Ying (2017): Application of WeChat in English Teaching. In: *Proceedings of the 2017 International Conference on Culture, Education and Financial Development of Modern Society (ICCESE 2017)*. Moscow: Atlantis Press. S. 78–79.
- Weidenmann, Bernd (2011): Multimedia, Multicodierung und Multimodalität beim Online-Lernen. In: Klimsa, Paul / Issing, Ludwig J. (Hrsg.): *Online-Lernen. Handbuch für Wissenschaft und Praxis*. 2. Auflage. München: Oldenbourg. S. 73–86.
- Wen, Ting (2022): Tägliche aktive Nutzerzahl von WeChat-Miniprogramme über 450 Millionen. In: *Shanghai Securities News*. Online unter: <https://news.cnstock.com/news,bwxx-202201-4808144.htm> (letzter Zugriff: 03.04.2023). (温婷 2022: 微信小程序日活跃用户数超4.5亿-上海证券报).
- Wendt, Christina (2022): WhatsApp Statistiken: Die wichtigsten Zahlen & Fakten (2023). In: *Superchat*. Online unter: <https://www.superchat.de/blog/whatsapp-statistiken> (letzter Zugriff am 29.03.2023).
- WhatsApp. Offizielle Webseite (FAQ). Online unter: <https://faq.whatsapp.com/general/chats/about-last-seen-and-online/?lang=de> (letzter Zugriff am 21.04.2023).
- WhatsApp. Offizielle Webseite (Features). Online unter: <https://www.whatsapp.com/features/?lang=de> (letzter Zugriff am 21.04.2023).
- WhatsApp: Sticker-Set für „Vaccines for All“ (Impfstoff für alle) + Helplines für Impfungen. Online unter: <https://blog.whatsapp.com/vaccines-for-all-sticker-pack-vaccine-helplines?lang=de> (letzter Zugriff am 21.04.2023).

- „What’s up, Switzerland?“. Webseite des SNF-Forschungsprojekts. Online unter: <https://whatsup.linguistik.uzh.ch/> (zuletzt geprüft am 22.10.2023).
- White Paper von The State Council Office of the People’s Republic of China (SCIO) 2010: Studie über den chinesischen Internetstatus. Online unter: http://www.scio.gov.cn/zfbps/ndhf/2010/Document/662572/662572_1.htm (letzter Zugriff am 23.04.2023) (中华人民共和国国务院新闻办公室政府白皮书2010:中国互联网状况).
- Wikipedia. Emoticon. Online unter: <https://de.wikipedia.org/wiki/Emoticon> (letzter Zugriff am 26.04.2023).
- Wiktionary: Verzeichnis:International/Smileys. Online unter: <https://de.wiktionary.org/wiki/Verzeichnis:International/Smileys> (letzter Zugriff am 20.04.2023).
- Wolf, Thembi (2019): Deutsche Sprache: Wie WhatsApp-Chats die deutsche Grammatik beeinflussen. In: Spiegel. Online unter: <https://www.spiegel.de/panorama/deutsche-sprache-wie-whatsapp-chats-die-deutsche-grammatik-beeinflussen-a-05f44c2a-2ef0-4004-8c71-dfc13813507b> (letzter Zugriff am 06.03.2023).
- Wu, Tao (2018): Vom Briefaustausch zum Videochat: Kommunikationsmethoden spiegeln 40 Jahre dramatischer Veränderungen in China wider. In: China News. Online unter: <https://www.china-news.com.cn/gn/2018/11-27/8686134.shtml> (letzter Zugriff am 03.04.2023). (吴涛 2018: 从鸿雁传书到视频聊天: 通信方式折射中国40年巨变. 中国新闻网).
- Wu, Yixin / Trautsch, Christian (2015): Die Struktur und Funktion von mimischen Emotikons in Deutschland und in China. In: Zeitschrift für Semiotik 37(1–2), S. 177–187.
- Wyss, Eva L. / Hug, Barbara (2016): WhatsApp-Chats. Neue Formen der Turnkoordination bei räumlich-visueller Begrenzung. In: Spiegel, Carmen / Gysin, Daniel (Hrsg.): Jugendsprache in Schule, Medien und Alltag. Frankfurt a.M.: Peter Lang. S. 259–274.
- Ye, Feisheng / Xu, Tongqiang (2010): Grundriss der Linguistik. 4. Auflage. Peking: Verlag der Peking Universität. (叶蜚声/徐通锵 (2010).语言学纲要[M].北京:北京大学出版社, 第四版).
- Yu, Weihua / Zhang, Jingyi (2019): Die Analyse der Propagation dvoner Bildzeichen: Formen, Distribution und Wirkungselemente – Data-Mining auf der Grundlage der WeChat-Gruppe. In: Journalism Review (05), S. 36–43. (禹卫华,张婧怡.表情包的传播分析:形态

- 、分布与影响因素——基于微信群的数据挖掘[J]. 新闻记者 (05). S. 36-43).
- Yus, Francisco (2019): Multimodality in Memes: A Cyberpragmatic Approach. In: Bou-Franch, Patricia / Blitvich, Pilar Garcés-Conejos: Analyzing Digital Discourse: New Insights and Future Directions. Cham: Palgrave Macmillan. S. 105-131.
- Zand, Bernhard (2016): Chinas Universal-App WeChat. In: Der Spiegel. Online unter: <https://www.spiegel.de/spiegel/chinas-universal-app-wechat-a-1116165.html> (letzter Zugriff am 02.04.2023).
- Zeitungsnachricht ohne Autorangabe (2011): Zhang Chaoyang: Viele Bedauern über die letzten zehn Jahre, die Internet-Industrie ist Winner-takes-all. In: Tech-Sina. Online unter: <http://tech.sina.com.cn/i/2011-04-28/10455461475.shtml> (letzter Zugriff am 21.04.2023). (张朝阳: 十几年来遗憾很多互联网行业赢家通吃).
- Zeitungsnachricht ohne Autorangabe (2019): Sicherheitscode von Smartphones, der zweite „Frühling“ von SMS. In: San Xiang Stadt Zeitung. Online unter: <https://finance.sina.cn/2019-06-24/detail-ihytcerk8860601.d.html?oid=4078045105077819&vt=4&cid=60101&cre=cj> (letzter Zugriff am 23.04.2023) (三湘都市报 (2019): 手机验证码, 短信的“第二春”).
- Zhang, Dingxian (2010): Indirekter Kommunikationsstil im chinesischen sozio-kulturellen Kontext. In: Zhu, Jianhua / Hoberg, Rudolf (Hrsg.): Germanistische Sprachwissenschaft und Deutschunterricht in chinesisch-deutscher Perspektive. Frankfurt a.M.: Peter Lang.
- Zhang, Jingyi / Yu, Weihua (2021): Die Wahlpräferenz der nonverbalen Zeichen der Messenger-Nutzer: Von den Kategorien zu den Szenen – Data-Mining auf der Basis der 7608 Bildzeichen. In: Modern Audio-Video Arts (02): S. 48-52. (张婧怡/禹卫华 (2021): 社交媒体用户非语言符号的选择偏好: 从类别到情景——基于 7608 个表情包的数据挖掘[J]. 现代视听(02), S. 48-52).
- Zhang, Wei (2017): Frequenz und Verteilung der Emoticons auf deutschem Twitter und chinesischem Sina-Weibo. In: Sprachreport 33(4), S. 34-41.
- Zhang, Yiqiong / Herring, Susan / Gan, Suifu (2022): Graphicon Evolution on the Chinese Social Media Platform Bilibili. In: Proceedings of the Fifth International Workshop on Emoji Understanding and Applications in Social Media. Seattle, Washington, USA: Association for Computational Linguistics. S. 75-85.

- Zhang, Zara (2018): WeChat's Exclusive Emojis Express Emotions Western Apps Cannot. In: Quartz. Online unter: <https://qz.com/1329379/wechats-exclusive-emojis-express-emotions-western-apps-cannot/> (letzter Zugriff am 06.04.2023).
- Zhao, Linsen (2020): Mock Impoliteness and Co-Construction of Hudui Rituals in Chinese Online Interaction. In: Chinese Journal of Applied Linguistics 43(1), S. 45–63.
- Zhao, Ruili (2020): Big Data der neuen Studierenden an den Universitäten von Shaanxi sind da! Die Ungleichheit zwischen Männern und Frauen ist zu groß. In: Tencent News. Online unter: <https://new.qq.com/rain/a/20201009A0673700> (letzter Zugriff am 06.04.2023). (赵瑞利 (2020): 陕西高校新生大数据出炉! 男女比例悬殊太夸张了. 腾讯新闻).
- Zhong, Hui (2001): Handgeschriebene Briefe sind im letzten Jahrzehnt allmählich von der Bildfläche verschwunden, Dienstkorrespondenz zieht in die Haushalte ein. In: Wenhui Zeitung. S.1. (钟慧 2001: 十年间手写书信渐出局 服务信函进家庭[N].文汇报. S. 1).
- Zhou, Jinbo / Ni, Buchang (2020): Eine Studie über die Faktoren, die die Verwendung von WeChat-Emoticons beeinflussen, aus einer sozialkognitiven Perspektive. In: Journal of southwest university of science and technology. Philosophy and social science edition 37 (02). S. 91–97. (周劲波/倪步唱2020:社会认知视角下微信表情使用行为影响因素研究[J].西南科技大学学报(哲学社会科学版) 7(02). S. 91–97).
- Zhou, Rui / Hentschel, Jasmine / Kumar, Neha (2017): Goodbye text, hello emoji: Mobile communication on WeChat in China. In: Proceedings of the 2017 CHI conference on human factors in computing systems, S. 748–759. Online unter: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3025453.3025800> (letzter Zugriff am 21.04.2023).
- Zhu, Qiang (2015): Die Anmoderation wissenschaftlicher Konferenzvorträge: ein Vergleich des Chinesischen mit dem Deutschen. Tübingen: Narr.
- Zhuang, Yue / Zhao, Tiantian / Shao, Xuanrong (2021): Mechanism of WeChat's Impact on Public Risk Perception During COVID-19. In: Risk Management and Healthcare Policy 14, S. 4223–4233.
- Ziem, Alexander (2008): Frames und sprachliches Wissen kognitive Aspekte der semantischen Kompetenz. Berlin / Boston: De Gruyter.

- Ziem, Alexander (2018): Möglichkeiten und Grenzen linguistischer, kognitions- und medientheoretischer Frame-Analysen. In: Online-Diskurse. Multimodalität – Hypertextualität – Transmedialität. Online unter: https://www.tu-chemnitz.de/phil/imf/mk/online-diskurse/pdf/Ziem_Praesentation.pdf (letzter Zugriff am 14.04.2023).
- Zschoch, Anna (2019): Warum europäische Unternehmen WeChat nicht ignorieren dürfen. In: Massive Art. Online unter: <https://www.massiveart.com/blog/warum-europaeische-unternehmen-wechat-nicht-ignorieren-duerfen> (letzter Zugriff am 05.04.2023).
- Zuse, Horst: Frühe Rechner – Frühe Computer. Online unter: <http://www.horst-zuse.homepage.t-online.de/fruehe-computer.html> (letzter Zugriff am 22.10.2023).

13.1 Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Nutzungsstatus von WeChat (Eigene Darstellung in Anlehnung an die Berichte von CAICT und Tencent)	21
Abb. 2:	Screenshot vom Interface „Chats“	23
Abb. 3:	Screenshot vom Interface „Kontakte“	23
Abb. 4:	Screenshot vom Interface „Entdecken“	24
Abb. 5:	Screenshot vom Interface „Mich“	24
Abb. 6:	Nutzungsanteile von WhatsApp (Altersgruppe) (Quelle: Bericht 2021 der Bundesnetzagentur über die Online-Kommunikationsdienste)	27
Abb. 7:	Screenshot vom WhatsApp-Interface.....	29
Abb. 8:	Screenshot vom WhatsApp-Interface.....	29
Abb. 9:	Screenshot vom WhatsApp-Interface.....	29
Abb. 10:	Graue Häkchen	30
Abb. 11:	Blaue Häkchen.....	30
Abb. 12:	Vergleich zwischen der deutschen und chinesischen Schreibentwicklung sowie der digitalen Kommunikation (Quelle: Eigene Darstellung) ...	45
Abb. 13:	Pinyin mit 10er-Tastatur mit dem Beispiel „Schweiz“ auf Chinesisch	50
Abb. 14:	Schriftzeichen mit 10er-Tastatur mit dem Beispiel „Schweiz“ auf Chinesisch	50
Abb. 15:	Pinyin mit QWERTY-Tastatur mit dem Beispiel „Schweiz“ auf Chinesisch	50
Abb. 16:	Schriftzeichen mit QWERTY-Tastatur mit dem Beispiel „Schweiz“ auf Chinesisch	50
Abb. 17:	Endangered Emojis des WWF	54
Abb. 18:	Screenshot einer Abschlussfeier mit Emojis in der Corona-Krise.....	54
Abb. 19:	Bildzeichen zur AfD.....	54

Abb. 20:	Emoji zum Brexit.....	54
Abb. 21:	Abstimmungsposter in der Schweiz 2022.....	54
Abb. 22:	Emoticon-Eingabe im iOS-System.....	62
Abb. 23:	Emoticons auf der Tastatur von Sougou	62
Abb. 24:	Emojis-Tastatur in WeChat	64
Abb. 25:	Emojis-Tastatur in WeChat	64
Abb. 26:	Emoji-Regen auf dem Chat-Interface in WeChat – Geburtstagstorte-Emoji	65
Abb. 27:	Emoji-Regen auf dem Chat-Interface in WeChat – Kuss-Emoji	65
Abb. 28:	Emoji-Bombe auf dem Chat-Interface in WeChat – Bombe und Scheiße-Emoji	66
Abb. 29:	Emoji-Bombe auf dem Chat-Interface in WeChat – Konfettibombe-Emoji	66
Abb. 30:	„Essen & Trinken“ auf der Tastatur	67
Abb. 31:	Empfehlung durch ein Stichwort auf der Tastatur.....	67
Abb. 32:	Begriffe der Bildzeichen Emoticon, Smiley, Emoji von Siebenhaar (2018b: 753)	68
Abb. 33:	Nutzungsweise von Stickern in WeChat.....	71
Abb. 34:	WhatsApp-Dialog mit GIF.....	72
Abb. 35:	WhatsApp-Dialog mit Bild.....	72
Abb. 36:	Sticker-Interface in WhatsApp	72
Abb. 37:	Memojis im iOS-System.....	73
Abb. 38:	Drei Phasen der Entwicklung von Bildzeichen (Quelle: Konrad et al. (2020: 223))	74
Abb. 39:	Erweiterung des Modells von Koch/Oesterreicher (Quelle: Dürscheid (2003: 50))	96
Abb. 40:	Skala der Aufnahmeerwartung von Jucker/Dürscheid (2012: 47)	105
Abb. 41:	Datenerhebung in MoCoDa 2	111
Abb. 42:	Verteilung der Schreiberinnen nach Altersgruppen in MoCoDa 2	112
Abb. 43:	Verteilung der Schreiberinnen nach Geschlecht in MoCoDa 2	112
Abb. 44:	Verteilung der Schreiberinnen nach Muttersprachen in MoCoDa 2	113
Abb. 45:	Gestaltung der XISU-Datenbank (Eigene Darstellung nach den Ordern der Datenbank)	114

Abb. 46:	Beispiel für Zusammenstellung der chinesischen Dialogdaten.....	115
Abb. 47:	Verteilung der Schreiberinnen nach Altersgruppen in der XISU-Datenbank.....	116
Abb. 48:	Verteilung der Schreiberinnen nach Muttersprachen in der XISU-Datenbank.....	116
Abb. 49:	Verteilung der Schreiberinnen nach Geschlecht in der XISU-Datenbank.....	117
Abb. 50:	Anteil von Stickern in den WeChat-Dialogen	119
Abb. 51:	Anteil von Emojis in den WeChat-Gruppendialogen.....	121
Abb. 52:	Anteil von Emojis in den WeChat-Einzeldialogen	121
Abb. 53:	Anteil von Emojis in WeChat-Dialogen gesamt	122
Abb. 54:	Anteil von Stickern in den WhatsApp-Dialogen.....	123
Abb. 55:	Anteil von Emoticons in den WhatsApp-Gruppendialogen	125
Abb. 56:	Anteil von Emoticons in den WhatsApp-Einzeldialogen.....	125
Abb. 57:	Anteil von Emoticons in WhatsApp-Dialogen gesamt.....	125
Abb. 58:	Anteil von Emojis in den WhatsApp-Gruppendialogen..	126
Abb. 59:	Anteil von Emojis in den WhatsApp-Einzeldialogen	126
Abb. 60:	Anteil von Emojis in WhatsApp-Dialogen gesamt	127
Abb. 61:	Die 25 häufigsten Emojis in den WeChat-Gruppendialogen	128
Abb. 62:	Die 25 häufigsten Emojis in den WeChat-Einzeldialogen	128
Abb. 63:	Die 25 häufigsten Emojis in WeChat-Dialogen gesamt...	129
Abb. 64:	Die 15 häufigsten Emoticons in den WhatsApp-Gruppendialogen	130
Abb. 65:	Die 15 häufigsten Emoticons in den WhatsApp-Einzeldialogen.....	131
Abb. 66:	Die 15 häufigsten Emoticons in WhatsApp-Dialogen gesamt.....	132
Abb. 67:	Die 25 häufigsten Emojis in den WhatsApp- Gruppendialogen.....	133
Abb. 68:	Die 25 häufigsten Emojis in den WhatsApp-Einzeldialogen.....	134
Abb. 69:	Die 25 häufigsten Emojis in WhatsApp-Dialogen gesamt.....	135

Abb. 70:	Statistik der Positionen von Emojis in WeChat	140
Abb. 71:	Statistik der Positionen von Emoticons in WhatsApp.....	141
Abb. 72:	Statistik der Positionen von Emoticons in den Gruppen- und Einzeldialogen in WhatsApp	142
Abb. 73:	Statistik der Positionen von Emojis in WhatsApp	143
Abb. 74:	Statistik der Positionen von Emojis in WeChat und WhatsApp.....	144
Abb. 75:	Screenshot des Twitter-Postings des Dudenverlags	173
Abb. 76:	Screenshot eines WeChat-Hong-Bao	238
Abb. 77:	Kontextorientierung in der Kommunikationssituation (Quelle: Kasperk et al. (2006: 116))	179

13.2 Tabellenverzeichnis

Tab. 1:	Gesamtkorpus der quantitativen und qualitativen Untersuchung	17
Tab. 2:	Raster zur differenzierten Beschreibung medialer Angebote nach Weidenmann (2011: 76)	77
Tab. 3:	Merkmale der Zeichenmodalität von Sprache und Bild nach Stöckl (2016)	83
Tab. 4:	Beschreibung der Datenbank MoCoDa 2	111
Tab. 5:	Beschreibung der WeChat-Datenbank von XISU	115
Tab. 6:	Liste der Emoticons in der WeChat-Datenbank.....	120
Tab. 7:	Liste der Emoticons in der WhatsApp-Datenbank.....	124
Tab. 8:	Emojis mit bestimmtem Geschlecht.....	136
Tab. 9:	Geschlechtsverteilung der Emojis mit bestimmtem Geschlecht der Schreiberinnen.....	137

Wei Gu hat ihr Doktoratsstudium in germanistischer Linguistik an der Universität Zürich abgeschlossen. Derzeit ist sie an der Northeast Normal University, School of International Studies, tätig. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen in der Korpuslinguistik, der Interaktion im digitalen Schreiben sowie der interkulturellen Kommunikation.