

SPRACHGEBRAUCH IN SOZIALEN MEDIEN

Gabelica, Marija

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Split / Sveučilište u Splitu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:172:807455>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-10**

Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of humanities and social sciences](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

FILOZOFSKI FAKULTET

Preddiplomski sveučilišni studij Njemački jezik i književnost

ZAVRŠNI RAD

SPRACHGEBRAUCH IN SOZIALEN MEDIEN

MARIJA GABELICA

Split, 2022.

Abteilung für deutsche Sprache und Literatur
Bachelorstudium der deutschen Sprache und Literatur

BACHELORARBEIT

SPRACHGEBRAUCH IN SOZIALEN MEDIEN

Verfasserin:

Marija Gabelica

Betreut von:

Doz. Sandra Lukšić

Split, September 2022

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| 1. Einführung: Soziale Medien | 1 |
| 2. Kommunikation..... | 3 |
| 2.2. Information | 4 |
| 2.3. Instant Messenger (IM) | 4 |
| 3. Sprachgebrauch in sozialen Medien | 5 |
| 3.1. Facebook..... | 5 |
| 3.2. Snapchat und Instagram..... | 5 |
| 3.3. Whatsapp | 6 |
| 3.3.1. Neuheiten bei Whatsapp | 6 |
| 4. Sprachstil und Sprachvariation in sozialen Netzwerken | 8 |
| 4.1. Syntax | 8 |
| 4.1.1. Ellipse | 9 |
| 4.2. Lexik..... | 9 |
| 4.4. Tippfehler..... | 11 |
| 4.5. Klein- und Großschreibung | 11 |
| 4.6. Abkürzungen..... | 11 |
| 4.7. Anglizismen | 13 |
| 4.8. Akronyme | 14 |
| 4.9. Schimpfwörter und Slangwörter | 16 |
| 5. Emojis | 18 |
| 6. Interpunktion | 20 |
| 6.1. Iteration..... | 20 |
| 7. Einfluss auf den Rezipienten..... | 22 |
| 8. Schlussbemerkung..... | 23 |
| 9. Zusammenfassung | 24 |
| 10. Summary..... | 24 |
| 11. Bibliographie | 25 |
| 11.1. Literatur | 25 |
| 11.2. Internetquellen | 27 |

1. Einführung: Soziale Medien

Der Fachbegriff „Soziale Medien“, eine Übersetzung des englischen „social media“, ist aus sozial- und kommunikationswissenschaftlicher Sicht eigentlich redundant: Alle Medien sind insofern sozial, als sie Teil von Kommunikationsakten, Interaktionen und dem sozialen Handeln sind. Zudem deckt die Bezeichnung eine große Vielfalt von Anwendungen ab, die nur schwer auf einen Nenner zu bringen sind¹. Diese zwei Merkmale – bessere Möglichkeiten, Inhalte online zu veröffentlichen und zu bearbeiten sowie besserer Austausch mit anderen – sind keine strikten definitorischen Kriterien. Aber sie helfen, den eher schwammigen Begriff der „sozialen Medien“ zumindest etwas einzugrenzen. Zudem machen sie deutlich, dass soziale Medien einen neuartigen Raum zwischen der massenmedialen und der interpersonalen Kommunikation schaffen und einnehmen².

Bei den allen Unterschieden in der Verbreitung und Funktionsweise ist aber eine erste wesentliche Gemeinsamkeit dieser Angebote, dass sie es Menschen ermöglichen, Informationen aller Art mit Hilfe der digital vernetzten Medien anderen zugänglich zu machen³.

Ein zweiter gemeinsamer Nenner ist, dass soziale Medien dazu genutzt werden, bestehende soziale Beziehungen zu pflegen oder neue Beziehungen zu knüpfen. Zugleich werden zwischenmenschliche Beziehungen in den sozialen Medien „verdatet“ und in Algorithmen eingespeist, um die Informationen über die Vorlieben und Aktivitäten einer Person innerhalb ihres Beziehungsgeflechts zum Filtern, zum Empfehlen und zur Vorhersage zukünftiger Handlungen zu nutzen. Die gemeinsame Zielsetzung der sozialen Medien ist – neben verschiedenen anderen – der kommunikative Austausch und die soziale Interaktion⁴.

Soziale Medien basieren auf der medien- und informationstechnologischen Infrastruktur. Erstens erleichtern sie, Informationen aller Art im Internet zugänglich zu machen und zu bearbeiten. Sie erleichtern auch ohne große technische Vorkenntnisse Texte, Bilder, Videos oder Audioaufnahmen im Internet zu veröffentlichen und sie so einem potenziell großen Publikum zugänglich zu machen. Zweitens erlauben uns soziale Medien, mit anderen Nutzern auszutauschen; sie bringen also dialogische Merkmale mit ins Spiel⁵.

¹ Schmidt, Hinrik Jan; Taddicken, Monika. *Handbuch Soziale Medien*. Wiesbaden: Springer VS 2017.

² Ebda.

³ Ebda.

⁴ Ebda.

⁵ Ebda.

Netzwerkplattformen werden gelegentlich auch „soziale Netzwerke“ oder „Online-Communities“ genannt. Ihr Prinzip besteht darin, dass man sich als Nutzer auf einer Plattform registriert und Angaben zur eigenen Person hinterlegt, also z. B. zu ihren Interessen, Vorlieben oder beruflichen Kompetenzen. Auch Kontaktinformationen und ein Bild gehören dazu. Ausgehend von diesem Profil macht man Beziehungen zu anderen Nutzern „explizit“, bestätigt diese also, wie oben beschrieben, als „Freunde“ oder „Kontakte“. Über direkte Nachrichten, in thematischen Gruppen o. ä. kann man sich mit seinen eigenen Kontakten unterhalten oder auch mit bislang fremden Personen austauschen, mithin sein eigenes Netzwerk erweitern⁶.

⁶ Ebda.

2. Kommunikation

Kommunikation ist ein Prozess des Austauschs und die Übertragung von Informationen im Alltagsleben. Heute gibt es viele Formen der Kommunikation, wie auch Vorstellungen und Meinungen darüber, was unter Kommunikation verstanden wird und wie die menschliche Kommunikation funktioniert. Es existiert keine Definition, die allgemein anerkannt ist.

Kommunikation ist der Prozess des Zeichenaustauschs zw. Menschen, Tieren, innerhalb lebender Organismen wie auch innerhalb oder zwischen technischen Systemen bzw. zwischen dem Menschen und dem technischen System. Bei der menschlichen Kommunikation handelt es sich um einen wechselseitigen Prozess der Bedeutungsvermittlung, um Interaktion. Als international gesteuerter Übertragungsvorgang erfolgt Kommunikation zwischen Personen und Personengruppen bzw. zwischen Mitgliedern von Organisationen, Institutionen und Verbänden oder durch die Zwischenschaltung eines technischen Verbreitungsmittels. Kommunikation findet zwischen zwei oder mehreren Personen statt, wobei es einen Sender und einen oder mehrere Empfänger gibt. Während des ganzen Kommunikationsprozesses sind die Rollen von Sender und Empfänger austauschbar und ein Wechsel findet normalerweise ständig statt⁷. Elemente des Kommunikationsaktes sind Sender, Empfänger, Code, Kanal, Kontext und Inhalt. Zum Kommunikationsprozess gehören Verschlüsselung, Übermittlung und Entschlüsselung⁸.

2.1. Kommunikationsmodell

Das Sender-Empfänger-Modell geht auf die Mathematiker Claude Shannon und Warren Weaver zurück. In ihrem Modell geht es darum, dass ein Sender (Person A) eine Botschaft/Nachricht an den Empfänger (Person B) übermittelt⁹. Der Ausgangspunkt des Kommunikationsprozesses ist die Informationsquelle (der Sender). Dieser wählt eine Nachricht aus und übermittelt sie mit Hilfe eines Sendegeräts (dem Kodierer) in Form von Signalen. Die Signale werden in einem spezifischen Kanal übertragen und vom Adressaten (dem Empfänger) mit Hilfe eines Empfangsgeräts (dem Decoder) aufgenommen und entschlüsselt¹⁰. Falls beim Empfänger eine andere Botschaft ankommt als die, die der Sender übermitteln wollte, ist es zu einer Störung des Kommunikationsprozesses gekommen¹¹.

⁷ Zhou, Boxin. *Linguistische Aspekte der Kommunikation in sozialen Netzwerken. Schreibphänomene mit ökonomischen Funktionen*. München: GRIN Verlag 2019.

⁸ Güney, Hacer. *Interkulturelle Kommunikation. Definition, Kommunikationsmodelle und kommunikative Einordnung*. München: GRIN Verlag 2017.

⁹ Röhner, J.; Schütz, A. *Psychologie der Kommunikation*. Wiesbaden: Springer Fachmedien 2016.

¹⁰ Ebda.

¹¹ <https://studyflix.de/biologie/sender-empfaenger-modell-2694> (Stand: 23.8.2022).

2.2. Information

»Information [...] an eine physikalische Erscheinung als Informationsträger gebundene Nachricht, die etwas Neues mitteilt, Wissen vermehrt, Nichtwissen oder Unwissen beseitigt« (Lewandowski 1976: 272). Dieser Informationsbegriff ist weitgehend der alltagsweltliche, der Information als Wissen bzw. Wissenserweiterung durch Fakten, als Neuigkeit oder Nachricht fasst¹².

2.3. Instant Messenger (IM)

Eine spezifische und in der Gegenwart bedeutende Form des Chats ist Instant-Messaging (Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 81). „Der Ausdruck *Instant Message* wurde von Paul A. Lineberger geprägt. Er beschrieb damit in seinen Science–Fiction-Geschichten aus den 1960er Jahren Nachrichten, die mit Überlichtgeschwindigkeit über interstellare Distanzen hinweg verschickt werden konnten.“ (Poczynek 2010: 106)¹³.

Instant-Messaging (IM) bedeutet eine sofortige Übertragung von Nachrichten bzw. Nachrichtensofortversand. Es ist eine Kommunikationsform, bei der sich in der Regel zwei oder mehr Teilnehmer via Textnachrichten miteinander unterhalten. Unter dem Begriff Instant-Messaging versteht man also das „Chatten“¹⁴. Die Funktion von Chats ist, „zu plaudern, neue Leute kennenzulernen, Informationen auszutauschen, zu spielen oder zu flirten“ (Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 146). Hierbei findet der Austausch von Kurz-/Textnachrichten als Dialog in der Regel innerhalb von Sekunden statt – eine schnelle Internetverbindung aller Teilnehmer wird vorausgesetzt. Die bekanntesten Clients sind der Facebook-Messenger und WhatsApp-Messenger¹⁵.

¹² Fiehler, Reinhard. „Kommunikation, Information und Sprache, Alltagsweltliche und wissenschaftliche Konzeptualisierungen und der Kampf um die Begriffe“. In: Weingarten, Rüdiger (Hrsg.), *Information ohne Kommunikation? Die Loslösung der Sprache vom Sprecher*. Frankfurt a/M: Fischer 1990, 99 – 128.

¹³ Runkehl, Jens; Schlobinski, Peter; Siever, Torsten. *Sprache und Kommunikation im Internet. Überblick und Analysen*. Osnabrück/Seelze: Westdeutscher Verlag 1998.

¹⁴ Das englische *to chatten* bedeutet auf Deutsch *plaudern* (Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 72-73).

¹⁵ Gerlof, Ronny. *Die deutsche Sprache im Zeitalter der neuen Medien*. München: GRIN Verlag 2015.

3. Sprachgebrauch in sozialen Medien

3.1. Facebook

Facebook ist mit 1,44 Milliarden Nutzern das größte soziale Netzwerk weltweit. Dabei bietet Facebook vielseitige Möglichkeiten, um persönliche Daten der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Sie können Fotos und Videos hochladen, Vorlieben und Befindlichkeiten sowie den Beziehungsstatus, ihre aktuelle Position und noch viele weitere private Informationen veröffentlichen und mit anderen Mitgliedern teilen¹⁶.

Die Website ist an die Öffentlichkeit orientiert. Niemals in der gesamten Geschichte der Menschheit haben mehr Menschen direkt miteinander kommuniziert als auf Facebook. Für Millionen in Deutschland und Hunderte Millionen in der ganzen Welt ist Facebook die primäre Nachrichtenquelle¹⁷.

Laut den Social-Media-Trends 2018 von Bitkom nutzen fast 70 Prozent der Deutschen Facebook (78% der 14-bis-29-jährigen, 69% der 30-49-jährigen, 59% der 50-64-jährigen und 44% der über 65-jährigen). Bei den älteren Zielgruppen, insbesondere den Silver Surfern (Nutzern ab 50 Jahren) wächst Facebook noch. Laut dem Social-Media-Atlas 2018/2019 erzielt Facebook sogar nur noch in der Zielgruppe der 50-59-jährigen Zuwächse. Selbst bei der Zielgruppe 60+ sind die Nutzerzahlen rückläufig¹⁸.

3.2. Snapchat und Instagram

Snapchat ist ein wichtiges Kommunikationsmittel. Snaps haben meist keinen wichtigen Inhalt, aber man möchte trotzdem auf irgendeine Art und Weise Kontakt mit der Person haben, an die man sie sendet. Snapchat hat unsere Sprache sehr verändert: Die Reaktionen müssen schnell und direkt sein, weil ein verschickter Snap gerade mal 10 Sekunden eingeblendet bleibt. Deswegen regieren hier die Abkürzungen: Alle Jugendlichen wissen, was mit den Begriffen „tbh“, „btw“ oder „lol“ gemeint ist¹⁹. Snapchat ist eine Social-Media-Plattform mit einer sehr

¹⁶<https://www.vibss.de/vereinsmanagement/marketing/social-media/facebook/wer-nutzt-facebook> (Stand: 22.8.2022).

¹⁷ Boie, Johannes. *Zensur in sozialen Medien – Wie Facebook Menschen zum Schweigen bringt*. Online: <http://www.sueddeutsche.de> (Stand: 18.8.2022).

¹⁸ <https://www.vibss.de/vereinsmanagement/marketing/social-media/facebook/wer-nutzt-facebook> (Stand: 23.8.2022).

¹⁹ <https://blog.supertext.ch/2019/11/so-veraendern-social-media-unsere-sprache> (Stand: 4.6.2022).

jungen Zielgruppe. Nur 13% der rund 6 Mio. aktiven Snapchat-Nutzer in Deutschland sind älter als 35 Jahre, hingegen 72% unter 25 Jahre alt²⁰.

Instagram ist vom Prinzip sehr ähnlich wie Snapchat: das Bild steht im Zentrum – ganz egal mit welchem Motiv. Die Like- und Kommentarfunktion unterhalb der Fotos ist aber genauso wichtig, schließlich möchte man auch hier eine Reaktion erhalten. Wir reagieren meistens unter Freunden mit kurzen, englischen Ausdrücken oder Emojis. Diese Art von Reaktionen passen zu Instagram, weil die App viel mehr mit visuellen Elementen und viel weniger mit Sprache arbeitet²¹.

Die Generation Z (geboren zwischen 1997 und 2012) präferiert soziale Medien mit kurzweiligen, unterhaltsamen Inhalten, wie Instagram, Snapchat oder TikTok²².

3.3. Whatsapp

WhatsApp ist eigentlich keine klassische Social-Media-Plattform, da ein Austausch in der Regel nur One-to-One erfolgt und das dem Grundgedanken von Social Media widerspricht. WhatsApp ist ein Chat-Dienst, der innerhalb kürzester Zeit die SMS als Dienst für Kurznachrichten abgelöst hat²³.

3.3.1. Neuheiten bei Whatsapp

Im Jahr 2022 bekommen die Nutzer eine neue Möglichkeit, auf eine Nachricht direkt mit einem Emoji zu reagieren. Die Emoji-Reaktionen ähneln dabei den Likes auf Facebook. Wer künftig eine Whatsapp-Nachricht erhält, kann direkt mit einer entsprechenden Emotion darauf reagieren. Statt also extra eine Antwort zu schreiben, die beispielsweise Zustimmung signalisiert, kann die Nachricht durch Antippen jetzt auch direkt zum Beispiel mit einem „Daumen-hoch“ oder „Herz und Co.“ kommentiert werden. Der Einsatz von Emoji-Reaktionen in Whatsapp ist allerdings noch immer beschränkt. Zu Einführung des neuen Features stehen bislang nur sechs Reaktionen zu Verfügung²⁴. Das soll die Kommunikation vereinfachen, schneller machen und an ihr Spaß machen. Solche Kommunikation dauert sehr kurz, lässt sich

²⁰ <https://www.vibss.de/vereinsmanagement/marketing/social-media/facebook/wer-nutzt-facebook> (Stand: 22.8.2022).

²¹ <https://blog.supertext.ch/2019/11/so-veraendern-social-media-unsere-sprache> (Stand: 4.6.2022).

²² <https://www.vibss.de/vereinsmanagement/marketing/social-media/facebook/wer-nutzt-facebook> (Stand: 22.8.2022).

²³ <https://www.fuer-gruender.de/wissen/unternehmen-fuehren/marketing/pr/social-media-plattformen> (Stand: 22.8.2022).

²⁴ <https://www.mz.de/leben/technik/neues-whatsapp-update-so-funktionieren-die-neuen-emoji-reaktionen-3374304> (Stand: 18.8.2022).

leichter unterbrechen, es gibt keine Antwort, nur Reaktion auf Nachricht, was zu Missverständnissen führen kann.

Bei Whatsapp geht es um eine gegenseitige Bestätigung unserer sozialen Beziehung zueinander, zum Beispiel der Freundschaft. Wir zeigen: Mit unserer „Beziehung“ ist alles in Ordnung. Während beim Telefonieren an der Tonlage der Stimme zu erkennen ist, ob meine Gesprächspartner*innen angespannt, genervt, traurig oder fröhlich sind, ist bei einer Whatsapp-Nachricht sehr viel Sensibilität notwendig, um herauszufinden, wie es meinen Chatspartner*innen gerade geht. Als Antwort gibt es in der Regel einen Smiley, ein „toll“, „super“ oder ähnliche kurze emotionale, aber inhaltlich wenig aussagekräftige Reaktionen. Wir bewegen uns nur noch in einem bestimmten festgelegten Rahmen von Kommunikation. Es ist gar nicht so einfach, dabei ein stabiles Selbst aufrechtzuerhalten. Es stört zwar ein Telefon, aber eine kurze Nachricht kann einen ebenso in Sekundenschnelle verunsichern, aufregen oder in gute oder schlechte Laune versetzen und damit unseren Tagesrhythmus aus dem Takt bringen²⁵.

²⁵ Buttkewitz, Uta. *Smiley. Herzchen. Hashtag*. Wiesbaden: Springer 2020.

4. Sprachstil und Sprachvariation in sozialen Netzwerken

Es gibt nicht nur erhebliche Unterschiede zwischen Kommunikationsformen wie z. B. Chatten und Bloggen, sondern auch eine große Variation innerhalb derselben Form in unterschiedlichen Kontexten. Dennoch gibt es bestimmte Formulierungsmuster, die als „typische“ Elemente der internetbasierten Kommunikation (bzw. teilweise auch der „Sprache der SMS“) gelten. Dazu gehören Emotikons wie „;-)“ und interaktive Einheiten, die als Akronyme (z. B. „lol“ aus „laughing out loud“) oder aus unflektierten Verbstämmen (z. B. „lach“ aus „lachen“ oder „seufz“ aus „seufzen“) gebildet sind. Die sprachlichen Besonderheiten der internetbasierten Kommunikation erschöpfen sich keinesfalls in der Verwendung dieser Elemente, sie sind aber in fast allen einschlägigen Aufstellungen zur „Netzsprache“ bzw. zum „Netzzargon“ aufgeführt und spielen auch für die öffentliche Debatte zum Thema eine zentrale Rolle²⁶.

4.1. Syntax

Ein Ziel der sozialen Medien ist, in wenig Zeichen möglichst viel Inhalt unterzubringen. Das gelingt mit kurzen und einfachen Sätzen. Häufig werden zu diesem Zweck auch Artikel und Pronomen weggelassen und der Satz wird zu einem Fragment. Das kann auch schnell zu Missverständnissen führen, besonders wenn der Kontext nicht klar ist²⁷.

Auf der Ebene der Syntax und des Textbaus befindet sich ein parataktischer, reihender Satzbau mit wenig zusammengestellten Sätzen und unklaren Ganzsatzgrenzen; es wird sowohl ein inkonsequenter Gebrauch von Kohäsionsmitteln und Gliederungssignalen beobachtet als auch eine assoziative, kooperativ konstituierte Themenentwicklung. Die kommunikative Grundhaltung im Chat orientiert sich im Rahmen des alltäglichen Gesprächs von Angesicht zu Angesicht zwischen miteinander vertrauten Gesprächspartnern, die sich in der Sprecher- und Hörerrolle abwechseln. Charakteristisch hierfür sind kurze Planungszeiten bei der Produktion und kurze Verarbeitungszeiten für die Rezeption²⁸.

²⁶ Storrer, Angelika. „Sprachstil und Sprachvariation in sozialen Netzwerken“. In: Job-Frank, Barbara; Mehler, Alexander; Sutter, Tilmann (Hrsg.), *Dynamik sozialer und sprachlicher Netzwerke. Konzepte, Methoden und empirische Untersuchungen an Beispielen des WWW*. Wiesbaden: Springer VS 2013, 331- 366.

²⁷ <https://www.kapiert.de/blog/sprachgebrauch-auf-social-media/> (Stand: 7.6.2022).

²⁸ Storrer, Angelika. *Getippte Gespräche oder dialogische Texte*. Berlin: De Gruyter 2001.

4.1.1. Ellipse

Ellipsen entstehen nach Bußmann (2002:187) durch das Weglassen „von sprachlichen Elementen, die auf Grund von syntaktischen Regeln oder lexikalischen Eigenschaften (z. B. Valenz eines Verbs) notwendig und rekonstruierbar sind“²⁹.

Ellipsen sind ein effektives und daher beliebtes Mittel im Chat. Wie häufig die Chatter elliptische Ausdrücke gebrauchen, ist wegen der Menge der Beiträge unmöglich zu ermitteln. Einige Beispiele sollen aber zeigen, wie Ellipsen im Chat eingesetzt werden können:

- (1) [*ich*] *hab mir mal wieder ne andere farbe rausgesucht* (tour05)
- (2) [*ich*] *dachte schon das ist was für taubstumme ...* (tour33)
- (3) [*ich bin*] *freizeitradlerin* (tour63)
- (4) [*waren/sind die*] *finger wieder schneller als tastatur?* (tour64)
- (5) [*es ist*] *schön bunt hier* (tour21)
- (6) *weisst du das wir schon über eine stuinde hier sind und ausser dem df war niemand da !! [Das ist] traurig* (tour05)

Das Personalpronomen *ich* ist im Chat wie in der Kommunikation von Angesicht zu Angesicht nicht notwendig, weil durch die Anzeige des Spitznamens (engl. *nickname*) der Produzent eines Beitrags identifiziert ist. Daher kann *ich* wegfallen. Auch das Prädikat kann entfallen, wenn es klar ist, dass die Chatterin auf sich selber referiert (Beispiel 3). Im nächsten Beispiel (4) könnte eine Vergangenheits- oder Gegenwartsform gemeint sein. Trotzdem funktioniert die Ellipse³⁰.

4.2. Lexik

Auf der Ebene der Lexik manifestiert sich die Präferenz für einfache, kurze und umgangssprachlich markierte Ausdrücke, für typisch sprechsprachliche Partikeln, Interjektionen und eine gehäufte Verwendung von Floskeln und sprachlichen Versatzstücken³¹.

Während dialektale Lexik recht selten auftritt, ist ein relativ hoher Gebrauch umgangssprachlicher Lexik zu beobachten, was sich wiederum auf den Einfluss sprechsprachlicher Faktoren auf die Chat-Kommunikation zu erklären lässt. *Torte* (für *junges Mädchen*), *rumbaggern* (für *herumflirten*), *rumlabern* (für *lamentieren, viel reden*), *abfahren*

²⁹ Luckhardt, Kristin. *Stilanalysen zur Chat-Kommunikation. Eine korpusgestützte Untersuchung am Beispiel eines medialen Chats*. TU Dortmund: digitale Ressource: <http://hdl.handle.net/2003/26055> 2009. (17.8.2022).

³⁰ Ebda.

³¹ Storrer, Angelika. *Getippte Gespräche oder dialogische Texte*. Berlin: De Gruyter 2001.

(auf jmdn.) (für von jmdm. begeistert sein), aber logo (für logisch/ klar), alles paletti (für alles in Ordnung), klaro (für klar! Wird gemacht!) sind nur einige Beispiele aus dem umgangssprachlichen Wortschatz der Chat-Teilnehmer³².

4.3. Stilistische Mittel

Die bisher behandelten graphostilistischen Mittel unterliegen sicherlich einer chatspezifischen Eigendynamik, sind aber – und dies war uns wichtiger Ansatzpunkt – direkte oder indirekte Reflexe von Mündlichkeit im Chat-Diskurs. Direkter Ausdruck von Mündlichkeit ist der Gebrauch von Onomatopoesie, Interjektionen und Gesprächspartikeln. Unter den Lautwörtern/ Interjektionen tritt am häufigsten das Simulieren von Lachen auf (*haha, ha ha*), meistens in iterierter Form *hahahahaha*, sowie *oh* in verschiedenen Variationen für Überraschung, Erstaunen, Bedauern etc³³.

Die Verwendung von Gesprächspartikeln hat im Chat wie in der gesprochenen Sprache unterschiedliche Funktionen. Die kommunikativen Funktionen sind mit denen in der gesprochenen Sprache identisch, allerdings treten nicht alle Funktionen auf, da nicht alle sprechsprachlichen Ausdrucksmittel wiedergegeben werden (können) und eine Differenzierung nach den vielfältigen intonatorischen Mitteln nicht möglich ist³⁴.

Ein weiterer Niederschlag der gesprochenen Sprache in der Chat-Kommunikation sind Tilgungen (z. B. *nich* → *nicht*), Assimilationen (z. B. *wars* → *war es*) und Reduktionen (*sehn* → *sehen*) als typische Merkmale der Umgangssprache (Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 102).

Einige weitere im Korpus belegte Lautwörter/Interjektionen sind: *ah, aua, igitt, iih, oops/ ups, pssst, tsss, tztztz, uah, uiii, wow* (Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 101).

Unter Assimilationen tritt am häufigsten die des *es*-Pronomens (*wars, seh's*) und des Personalpronomens der 2. Person Singular (*haste* → *hast du, biste* → *bist du*) sowie die des Artikels nach Präpositon, Partikel und Verb (*aufm, noch'n, is'n*)³⁵.

³² Runkehl, Jens; Schlobinski, Peter; Siever, Torsten. *Sprache und Kommunikation im Internet. Überblick und Analysen*. Osnabrück/Seelze: Westdeutscher Verlag 1998.

³³ Ebda.

³⁴ Ebda.

³⁵ Ebda.

Die Assimilation der femininen und maskulinen Personalpronomina der 3. Person (*kannse* → *kann sie*, *isser* → *iste r*, *r* – vokalisiert *hatta* → *hat er*) tritt selten auf (Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 103).

4.4. Tippfehler

Als die häufigsten Tippfehler gelten die Verdreher (*laufen* → *luafen*), Anschlagfehler (*Hauptbahnhog*) und bestimmte Fehler in Groß- und Kleinschreibung (*DEutschland*) (Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 36). Diese Typen verursachen gewöhnlich keine Kommunikationsprobleme, weil die Ausdrücke auch trotz des Fehlers verständlich und eindeutig sind, darum werden sie meistens vom Schreiber nicht korrigiert. Ein anderer Fall sind die Tippfehler, die zwar auch nur gering sind, damit ist aber nicht klar, was der Schreiber meint oder wo der Tippfehler die Bedeutung des ganzen Satzes verändert. Darum werden diese Fehler korrigiert, sobald der Produzent sie bemerkt, auch noch nach der Absendung (Luckhardt 2009: 45-46). Die Tippfehler hängen oft mit dem schnellen Tippen und dem Faktum zusammen, dass der Chatter zugleich schreiben und den Verlauf der Konversation verfolgen muss (Storrer 2001: 9-10).

4.5. Klein- und Großschreibung

In sozialen Netzwerken wird oft die Groß- und Kleinschreibung nicht eingehalten, Punkte und Kommata werden ebenfalls oft weggelassen. Selbst hier sieht die WissenschaftlerIn keine negativen Auswirkungen auf die Sprache. Es gab Studien, die sich genau damit befasst haben, und es wurde bestätigt, dass es keine negativen Auswirkungen davon gäbe³⁶. Die Erklärung hat gegeben: „Wir müssen davon ausgehen, dass Schriftsprache erlernt wird, bevor man überhaupt über soziale Medien agieren kann. Also: Ich brauche die Kompetenz, schreiben zu können, bevor ich überhaupt über Messenger oder auf sozialen Netzwerken schreibe.“ Der Deutschunterricht sei deshalb die Basis, das Fundament. Dies sei nach wie vor sehr wichtig. Und daran ließe sich die Kompetenz messen³⁷.

4.6. Abkürzungen

Besonders auffällig in der Sprache der sozialen Medien sind Abkürzungen. Abkürzung gebe es seit jeher in der Sprache, das sei nicht neu. In verschiedenen Fachsprachen sei das weit verbreitet, in der Medizin oder bei der Bundeswehr. „Das ist also nichts Neues, das ist etwas

³⁶ <https://www.swr3.de/aktuell/whatsapp-facebook-so-beeinflussen-soziale-medien-die-deutsche-sprache-102.html> (Stand: 4.6.2022).

³⁷ Ebda.

Ökonomisches, was wir verwenden.“ *Sprachökonomie*, nennen das die Wissenschaftler: Der Sprecher will sich unnötigen Aufwand ersparen (2019)³⁸.

Viele englische Abkürzungen wie LOL (*Laughing out Loud*) und die Steigerung ROFL (*Rolling On Floor, Laughing*) sind längst in der deutschen Sprache gebräuchlich geworden und werden gut verstanden. Auch Phänomene, wie das von Rapper Drake publik gemachte YOLO (*You only live once*) aus 2011, halten sich weiterhin hartnäckig im Alltag, besonders auf Plattformen wie Twitter und Instagram. Damit aber nicht genug: die neuen Anglizismen, wie *squad* für eine Freundesgruppe oder *lit* als Synonym für „toll“, verbreiten sich rasend schnell unter Jugendlichen³⁹.

Neben diesen Anglizismen sind aber auch hierzulande entstandene Kurzformen wie HDGDL (*Hab dich ganz doll lieb*) oder GG (*Großes Grinsen*) fest etabliert. Inzwischen hält zusätzlich der sogenannte Gamerjargon, der ursprünglich in Rollenspielen oder auf Multiplayer-Plattformen verwendet wurde, Einzug in den Sprachgebrauch der Teens und Tweens⁴⁰. In diesem Zusammenhang steht GG nun für *Good Game*, also für ein besonders faires und unterhaltsames Match.⁴¹

Einige als offiziell geltende Chat-Abkürzungen sind:

(7) *ASAP = as soon as possible* = „so bald wie möglich“

(8) *FYI = for your information* = „zur Info“ oder nur „damit du es weißt“

(9) *Wg?* = „Wie geht's?“

(10) *BTW = By The Way* = „übrigens“

(11) *ATM = At The Moment* = „momentan“

(12) *OMG = Oh My God* = „Oh mein Gott“

³⁸<https://www.swr3.de/aktuell/whatsapp-facebook-so-beeinflussen-soziale-medien-die-deutsche-sprache-102.html> (Stand:4.6.2022).

³⁹ <https://www.berlitz.com/de-de/blog/sprache-soziale-netzwerke> (Stand: 4.6.2022).

⁴⁰ *Tween*: ein junger Mensch im Alter von 20 bis 29 Jahren (eine anglisierende Bildung zu engl. *twenty*).

⁴¹ <https://www.berlitz.com/de-de/blog/sprache-soziale-netzwerke> (Stand: 4.6.2022).

(13) *OT = Off Topic* = „etwas hat nicht mit dem eigentlichen Thema zu tun“

Es können aber auch Buchstaben und Zahlen verwendet werden, um ganze Silben zu ersetzen:

(14) *4U = for you* = „für dich“

(15) *CU = see you* = „Tschüß“

(16) *Gr8 = great* = „großartig“

(17) *Me2 = me too* = „ich auch“

(18) *Y? = why?* = „warum?“⁴²

Eine weitere beliebte Abkürzung ist „*nh*“. Sie kommt zum Beispiel mitten im Satz vor: „*Ich hab mir nh Pause gegönnt.*“ Diese Abkürzung meint einfach nur den abgekürzten Artikel „*Ich hab mir EINE Pause gegönnt.*“ Am Ende einer Frage verstärkt „*nh*“ die Frage: „*Das Spiel war cool, nh?*“ Das meint: „*Das Spiel war cool, ne?*“ Das Jugendwort des Jahres 2021 gehört „*Cringe*“, was das Fremdschämen und deshalb erschauern meint. „*Banalverkehr*“ ist auch ein Modewort. Es bezeichnet einen langweiligen Chatverlauf⁴³.

4.7. Anglizismen

Besonders beliebt ist es, neue Wörter aus dem Englischen zu übernehmen, die man dann an Regeln der deutschen Sprache anpasst und im Alltag benutzt. Anglizismen, aus denen immer weitere Neologismen entstehen, helfen lexikalische Lücken, vor allem im Bereich der Technik und des Internets, auszufüllen. Ein Beispiel sind die Wörter *Blog, bloggen, Photoblog, Blogger* usw., die heutzutage sehr häufig benutzt werden (Marx/Weidacher 2014: 97). Das Internet hat uns viele neue Wörter gegeben, v. a. Bezeichnungen der sozialen Netzwerke und Webseiten, die man täglich benutzt (Instagram, Youtube, Facebook) und davon abgeleitete Verben (*chatten, bloggen, googeln*), Termini aus verschiedenen Bereichen wie Wirtschaft (*PayPal, E-*

⁴² <https://www.kapiert.de/blog/sprachgebrauch-auf-social-media/> (Stand: 7.6.2022).

⁴³ <https://www.radioessen.de/artikel/studien-aus-essen-wie-social-media-whatsapp-videochats-unsere-sprache-und-kommunikation-veraendern-1126247.html> (Stand: 25.8.2022).

shop, Internetbanking), Unterhaltung (*Gif, Vlog, Emoji*) oder Technik (*App, Notebook, Chrome*) (Marx/Weidacher 2014: 94).

Anglizismen spielen eine wichtige Rolle - Alltagssprachliche Wörter wie *sorry, cool, shit, thanks, wow* finden sich neben *hi, bye, hello, see you* und *okay* häufiger in der Chat-Kommunikation. Neben Alltagssprachlichen Anglizismen finden sich hier auch computerspezifische Anglizismen, die in das Deutsche integriert werden: *host, user banner, kick, filterkick, login, anzupingen, scroll mal, weired nick, gecancelte, zip es doch* etc.⁴⁴.

4.8. Akronyme

Ein bestimmter Typ der Abkürzungen sind Akronyme. Akronyme benutzt man vor allem in Chats und auf sozialen Netzwerken, keine Ausnahme sind aber auch E-Mails und Foren. Außer der Ökonomisierungsfunktion gelten sie als Beweis für die „Zugehörigkeit zur Internet-Community“ (Marx/Weidacher 2014: 125). Mit Abkürzungen und Akronymen zeigt man, dass man erfahren im Bereich der Internetsprache ist und dass man lange Zeit an einer Online-Kommunikation beteiligt ist. Akronyme werden oft durch Sternchen markiert (**lol**) und können durch Iteration intensiviert werden (*loooooo!*) (Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 105). Man wendet sie auch in der gesprochenen Sprache an, wo sie als eine Einheit (*YOLO, PLZ*) oder nach den einzelnen Buchstaben (*WTF*) ausgesprochen werden.

Die Verwendung von Akronymen in den sozialen Medien hat in den letzten Jahren explosionsartig zugenommen, was nicht nur darauf zurückzuführen ist, dass Plattformen wie Twitter die Anzahl der Zeichen beschränken, sondern auch mit der Einfachheit und Effektivität von Akronymen zu tun hat⁴⁵:

- (19) *AMA = Ask Me Anything* = „frag mich, was Du willst“ (ein beliebtes Akronym auf Social-Media-Plattformen, mit dem Prominente und Influencer sich mit ihren Fans verbinden)

“Hi, Ich bin John Doe, der Superstar-DJ. AMA diesen Freitag!”

- (20) *ASL = Age/Sex/Location* = „Alter/Geschlecht/Ort“ (es wird verwendet, um jemanden kennenzulernen)

⁴⁴ Runkehl, Jens; Schlobinski, Peter; Siever, Torsten. *Sprache und Kommunikation im Internet. Überblick und Analysen*. Osnabrück/Seelze: Westdeutscher Verlag 1998.

⁴⁵ <https://www.yuqo.de/der-definitive-leitfaden-fur-akronyme-in-sozialen-medien/> (Stand: 8.8.2022).

“*Wirklich nett mit Dir zu reden. ASL?*”

- (21) *ASAP = As Soon As Possible* = „so schnell wie möglich“ (es wird in Situationen benutzt, in denen Dringlichkeit vermittelt werden soll)

„*Wenn Sie mir das ASAP auf meinen Schreibtisch liefern könnten, würde ich es wirklich zu schätzen wissen.*“

- (22) *BAE = Before Anyone Else* = „vor allen anderen“ (es wird genutzt, wenn man sich liebevoll an jemanden wendet, der einem viel bedeutet; auch zwischen besten Freunden verwendet)

“*Ich liebe Dich, BAE.*”

- (23) *CU = See You* = „wir sehen uns“ (es wird online verwendet, um Gespräche zu beenden)

“*Schön, von Dir zu hören, CU later.*“

- (24) *FB = Facebook* = „Abkürzung für die Social-Media-Plattform *Facebook*“

“*Folgen Sie uns auf FB, um keines der heißesten Gerüchte zu verpassen.*”

- (25) *ILY = I Love You* = „Ich liebe Dich“ (es bezeichnet ein Liebesbekenntnis zwischen zwei Menschen)

„*Vergiss nicht, ILY.*“

- (26) *IG = Instagram* = „Abkürzung für *Instagram*“

„*Folgst Du mir dieses Wochenende auf IG, folge ich Dir.*“

- (27) *K/KK/KL = Okay/Okay Cool/Cool* = „Variationen für die Bestätigung einer Frage oder Aussage“ (*KK* wird normalerweise unter Freunden verwendet)

„*Ich werde heute Abend zum Treffen kommen, aber wahrscheinlich etwas später als gewöhnlich.*“

Antwort: „*KK.*“

- (28) *MT = Modified Tweet* = „modifizierter Tweet“ (ein auf Twitter verwendetes Akronym, wenn ein Benutzer versucht, eine zu lange Nachricht manuell zu retweeten)

„Dieser Artikel ist unglaublich! *MT: Der ultimative Leitfaden für soziale Medien, Akronyme von Yuqo.*“

- (29) *TY/THX = Thank You/Thanks* = „danke dank Dir/Ihnen“ (Sie sparen Zeichen ein, während Sie sich höflich und verbindlich geben)

„Unser 50%-Angebot war ein großer Erfolg. *TY für all Ihre Unterstützung.*“⁴⁶

4.9. Schimpfwörter und Slangwörter

Die Debattenkultur in sozialen Netzwerken ist nicht selten beleidigend, verletzend, aggressiv oder aber auch hasserfüllt und bedrohlich⁴⁷. Doch Sprache ist nicht nur ein Narrativ. Sie deutet Gegebenheiten und bereitet auf das Handeln vor. Die Diskussionen im Netz dienen nicht nur als Ort des Austausches, sondern auch als Ort konkreter Verabredungen und Planungen von Aktionen⁴⁸.

Sprachliche Äußerungen dienen aber nicht lediglich der Verbreitung von Informationen, sondern sind performativ, d. h. mit Sprache kann etwas getan werden, indem etwas befohlen, versprochen, behauptet, angewiesen oder erklärt wird (vgl. Tophinke 2014: 5)⁴⁹. Schimpfwörter werden in der Regel dazu eingesetzt, andere Menschen zu beleidigen, bloßzustellen oder abzuwerten, indem diesen oftmals negative Attribute zugeschrieben werden (vgl. Geck 2014: 12). Das Schimpfwortinventar von Sprachen untersteht dabei einem konstanten Wandel und kann in der Regel verschiedenen Zeitgeschichten zugeordnet werden: Schimpfwörter wie *Schurke*, *Mistkerl* oder *Fiesling* werden dementsprechend heutzutage eher selten bzw. kaum mehr verwendet (vgl. Tophinke 2014: 6), während neue Schimpfwörter erfunden und verbreitet werden (vgl. Geck 2014: 12)⁵⁰.

Slangwörter sind Ausdrücke, die in bewußtem Gegensatz zur natürlichen oder regelmäßigen Sprache gebraucht werden: sie sind in allen Gesellschaftsklassen bei gewissen

⁴⁶ <https://www.yuqo.de/der-definitive-leitfaden-fur-akronyme-in-sozialen-medien/> (Stand: 8.8.2022).

⁴⁷ Vogel, Inna.; Regev, Roey; Steinebach, Martin. „Automatisierte Analyse Radikaler Inhalte im Internet“. In: David, K.; Geihls, K.; Lange, M.; Stumme, G. (Hrsg.), *Informatik 2019: 50 Jahre Gesellschaft für Informatik – Informatik für Gesellschaft*. Bonn: Gesellschaft für Informatik e.V. 2019, 233- 245.

⁴⁸ Ebda.

⁴⁹ Ebda.

⁵⁰ Ebda.

Stimmungen und Launen und bei bestimmten Anlässen anzutreffen, wenn ein Sprecher das natürliche oder übliche Wort zu vermeiden wünscht, weil es ihm zu flach oder zu wenig fesselnd erscheint und er eine stärkere Wirkung zu erreichen strebt, indem er sich vom gewöhnlichen Ausdruck losmacht⁵¹.

Die Jugendsprache selber ist mit sehr unterschiedlichen Wörtern ausgestattet. Viele davon sind Wortzusammensetzungen und Anglizismen. Das Interessante hierbei sind die verschiedenen Wörter aus denen wiederum neue Wörter entstehen. Diese haben äußerst abwechslungsreiche Einflüsse. Meist werden Wörter aus anderen Sprachen, darunter Englisch, Türkisch etc. übernommen und entweder in den deutschen Satzbau eingefügt oder entsprechend angepasst. Zudem werden auch bereits vorhandene Wörter oder Anglizismen weiter durch Wortneuzusammensetzungen verändert. Dabei nimmt man zwei bereits vorhandene Wörter, egal, ob diese zusammenpassen oder nicht, und fügt sie zusammen. So entstehen ganz neue Wörter mit ganz neuen Bedeutungen⁵². Charakteristisch für Jugendsprache ist unter anderem ein bestimmter Wortschatz. Ebenso sind Stilmittel wie Ironie oder Provokation Teil davon. In den vergangenen Jahren wurden zudem viele Abkürzungen verwendet (z. B. *Yolo* für *You only live once*, zu Deutsch "*Man lebt nur einmal*"; *GM* zu „*Guten Morgen*“; *ACC* zu „*eigentlich*“; *GF* zu „*Freundin*“ oder *IK* zu „*Ich weiß*“) ⁵³.

⁵¹ Jespersen, Otto. *Die Sprache, ihre Natur, Entwicklung und Entstehung*. Hildesheim: Georg Olms Verlag 2003.

⁵² Schäfer, Lea. *Forschungsarbeit zum Sprachwandel, Jugendsprache, Einfluss durch soziale Medien*. Online: Königswinter: Deutsch E- Kursus 20/21 Integrative Gesamtschule Oberpleis 2021. https://www.koenigswinter.de/de/datei/anzeigen/id/47857,1081/lea_scha%E2%95%A0%C3%AAfer_forschungsarbeit_zum_sprachwandel.pdf. (Stand: 24.8.2022).

⁵³https://www.t-online.de/leben/familie/schulkind-und-jugendliche/id_18055098/cringe-cornern-und-co-das-kleine-woerterbuch-der-jugendsprache.html (Stand: 24.8.2022).

5. Emojis

Emojis können ein Gesichtsausdruck abbilden. Emojis in Textnachrichten, egal ob alleinstehend oder zusammen mit Text, haben sich weltweit durchgesetzt. Sie sichern eine bestimmte emotionale Einordnung einer Nachricht und ihr Verständnis, ersetzen nicht nur die fehlende Mimik oder Gestik online, sondern werden häufig zur Beziehungspflege genutzt, als selbstverständliches Ausdrucksmittel⁵⁴. Mit einem Smiley geben wir einem Gefühl noch größeren Wert. Ein Beispiel ist *Ich bin so froh* vs. *Ich bin so froh* 😊 (Marx/Weidacher 2014: 148). Smileys können eine Äußerung auch entspannen, z. B. *Wenn du es machst, rufe ich die Polizei an* 😊. Mit dem Smiley zeigt der Autor an, dass er seine Aussage nicht so ernst meint und dass der Zusatz über die Polizei ganz übertrieben ist (Marx/Weidacher 2014: 149).

Emojis umfassen nur einen Teilbereich aller bildlichen Ausdrucksmittel. Daneben kommen in Sozialen Medien auch Fotos, Videos, Sticker, GIFs, Memes oder über ASCII-Zeichen dargestellte Emoticons zum Einsatz. Alle diesen Elementen haben Schriftcharakter, doch für Fotos und Videos beispielsweise trifft dies nicht zu, sie stehen nicht auf einer Linie mit Schriftzeichen und lassen sich nicht auf dieselbe Weise wie diese in den Text einfügen. Emojis dagegen sind in den Schreibprozess integriert - und das in zweierlei Hinsicht: Sie können über einen Tastendruck bzw. eine Unicode-Zeichenkombination in eine Nachricht hineingeholt werden und sie sind direkte Bestandteile der jeweiligen Nachricht.

Smileys können aber auch den Sinn des Satzes wenden und Sarkasmus zur Aussage bringen. Wenn man nur *Das ist super!* schreibt, scheint es, dass man es wirklich so meint. Wenn man aber einen traurigen Smiley zugibt *Das ist wirklich super!* 😞, versteht der Empfänger, dass die Aussage umgekehrt gemeint ist (Marx/Weidacher 2014: 149). Die Bildsymbole kann man nicht mit Hilfe von einzelnen Zeichen schaffen, darum entstanden sie mit der Entwicklung der Technologien. Mit dem zwinkernden Smiley ist es noch schwieriger, weil es eine Reihe von Meinungen über seine Bedeutung gibt. Laut Mehrheit veranschaulicht er Flirt oder Sarkasmus (Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 97).

Emoticons dienen auch als Zeit- und Raumspeicher. Es ist schneller, ein bestimmtes Emoticon anzuwenden, als die Gefühle und Meinungen mit den Worten zu beschreiben. Sie können für sich selbst sprechen (ein Herzsymbol als Reaktion auf ein Foto, oder ein

⁵⁴ <https://www.radioessen.de/artikel/studien-aus-essen-wie-social-media-whatsapp-videochats-unsere-sprache-und-kommunikation-veraendern-1126247.html> (Stand: 25.8.2022).

Fernsehersymbol als Antwort auf die Frage *Was machst du?*), in Verbindung mit einem oder mehreren Wörtern benutzt werden, z. B. *Abend auf [Biersymbol]*? usw. (Marx/Weidacher 2014: 148).

Emoticons⁵⁵ stellen meistens Smileys dar, kleine Gesichter, die verschiedene Gefühle äußern. In der letzten Zeit werden aber viele neue Emoticons entwickelt und z. B. unter Facebook-Messenger-Emoticons findet man fast jede Sache oder Aktivität, die einem einfällt (Marx/Weidacher 2014: 147). Im ihrem Buch unterscheiden Runkehl, Schlobinski und Siever zwei Typen von Emoticons – Smileys und Bildsymbole (Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 42).

Smileys können auf Grund ihrer kommunikativen Funktionen als eine Kompensationsstrategie für den Gebrauch verbaler und non-verbaler Merkmale in der gesprochenen Sprache begriffen werden. Das, was im Gespräch Gesprächspartikeln und Interjektionen, Prosodie, Mimik und Gestik funktional leisten, wird im Chat durch Smileys und andere Mittel ausgedrückt⁵⁶.

Weiter gibt es die Möglichkeit, dass in einer Nachricht nur Emojis stehen – ganz ohne Text. Das ist z. B. der Fall, wenn in einem Whatsapp-Dialog auf die Frage nach der Befindlichkeit ein lachendes Gesicht als Antwort geschickt wird⁵⁷.

⁵⁵ Das Wort *Emoticon* entstand im Japanischen durch die Verbindung der Wörter *Emotion* und *Icon* (Marx/Weidacher 2014: 147).

⁵⁶ Runkehl, Jens; Schlobinski, Peter; Siever, Torsten. *Sprache und Kommunikation im Internet. Überblick und Analysen*. Osnabrück/Seelze: Westdeutscher Verlag 1998.

⁵⁷ Marx, Konstanze; Lobin, Henning; Schmidt, Axel. *Deutsch in sozialen Medien*. Berlin: De Gruyter 2020.

6. Interpunktion

Verglichen mit Emojis sind Interpunktionszeichen (IPZ) im digitalen Sprachgebrauch weit weniger erforscht und in der Öffentlichkeit beachtet (Androutsopoulos 2020: 79).

Digitaler Sprachwandel besteht nicht in einem Verlust an Komplexität, sondern in der Umstrukturierung vorhandener Zeichenrepertoires (u. a. der Interpunktion) und Entstehung neuer Zeichenrepertoires (etwa Emojis), um neu aufkommenden kommunikativen Bedürfnissen zu entsprechen. Allerdings ist der Bedarf an grafischer Kontextualisierung kein Garant für den Gebrauch von Satzzeichen (Androutsopoulos 2020: 80).

Die Auslassung des Punktes am Ende digitaler Nachrichten wird gewöhnlich als Folge der grafischen Gestaltung der Nachrichtenthreads eingestuft. Da die grafische Rahmung einer Messenger-Nachricht auch ihren Abschluss markiert, scheint der finale Punkt in seiner syntaktischen Funktion zumindest am Ende der Nachricht redundant. Baron/Ling (2011: 59) sprechen hier vom „Sparsamkeitsprinzip“ (engl. *principle of parsimony*). In experimentellen Studien stellen Gunraj et al. (2016) und Houghton/Upadhyay/Klein (2018) fest, dass ein Schlusspunkt eine Messenger-Nachricht als unaufrichtig oder ruppig zu erscheinen lässt. Androutsopoulos/Mc Sweeney (2018) beschreiben die Funktion des Schlusspunktes als Signal einer thematischen oder handlungsbezogenen Grenze. Je nach Kontext kann er als Markierung einer thematischen Abgeschlossenheit, eines Beharrens auf der eigenen Position, einer fehlenden Bereitschaft zur weiteren Verhandlung oder der Dispräferenz verstanden werden.

6.1. Iteration

Die Iteration von Frage- und Ausrufezeichen ist wohl das auffälligste Phänomen digitaler Interpunktion, das gemeinhin als expressives Verfahren verstanden wird. Die Iteration eines Zeichens bringt grundsätzlich eine Intensivierung zum Ausdruck, die je nach Kontext als Steigerung, Nachdruck oder Bekräftigung verstanden wird³. Bezogen auf IPZ lässt sich eine einfache Ikonizitätsregel wie folgt ausdrücken: Je mehr Tokens des Zeichens, desto stärker die emotionale Beteiligung der Schreibenden an ihrer Äußerung⁵⁸.

Iteration wird manchmal mit der Großschreibung verbunden. Damit äußert der Produzent Schreien und Streben nach der Aufmerksamkeit (HALLOOOOOOOO) (Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 77). Iteration von Punkten bedeutet gewöhnlich eine Pause

⁵⁸ Marx, Konstanze; Lobin, Henning; Schmidt, Axel. *Deutsch in sozialen Medien*. Berlin: De Gruyter 2020.

(Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 99) und wird auch von der Interpunktionszeicheniteration am häufigsten verwendet.

Iteration ist ein bekanntes Mittel der Intensivierung, was auch bei Emoticons gilt, wobei sie durch die Wiederholung des letzten Zeichens erreicht wird – z. B. :-DDD, :-))), :-**⁵⁹. Es ist schneller, nur ein Zeichen zu wiederholen als alle. Bei den Bildsmileys und Bildsymbolen funktioniert die Intensivierung anders, weil man sie einfach mit einem Klick erreicht. Darum benutzt man zur Intensivierung eine Reihe des bestimmten Smileys – z. B. 😊😊😊 (Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 97).

Aus dieser Perspektive ist die Wiederholung von kommunikativen IPZ kein Versuch, eine bestimmte prosodische Struktur ins Schriftliche zu übertragen, sondern eine modalitätsspezifische Materialisierung von Ikonizität zum Zweck der expressiven Intensivierung⁵⁹.

⁵⁹ Ebda.

7. Einfluss auf den Rezipienten

Marx (2021: 4) ist der Meinung, dass die Sprache sich nicht verschlechtert: “Wie wir uns in den sozialen Medien mitteilen, hat eigentlich gar nichts mit dem zu tun, wie wir auf Standarddeutsch schreiben oder reden. Da kann nichts verloren gehen und nichts kaputt gehen.” Marx ist der Meinung, dass, wie Jugendliche sich im Internet und wie sie sich formell ausdrücken, zwei ganz unterschiedliche Dinge sind. Es sind zwei verschiedene Arten zu kommunizieren. Dabei kann man auch nichts verlernen, da die eine Anwendung der Sprache nichts mit der anderen zu tun hat. Des Weiteren erläutert Marx: “[...] Auch die Sprache in den sozialen Medien ist ausdifferenziert. Es gibt nicht DIE Online-Sprache. Es ist ein Unterschied, mit wem ich kommuniziere“. Somit können die meisten Menschen ganz automatisch unterscheiden, mit wem sie gerade kommunizieren und passen so ihre Sprache an. Genauso so funktioniert dies auch in den sozialen Medien: Teenager sprechen und schreiben anders mit ihren Freunden, als zum Beispiel mit Erwachsenen. Laut Marx findet also keine nennenswerte negative Veränderung statt⁶⁰.

Auswirkungen der Kommunikation in sozialen Medien auf die Sprache sind also erst einmal nicht durch Studien zu belegen, so bestätigen es viele Wissenschaftler aus der Linguistik. Das Schreiben in einem Messenger würde nicht unsere Kompetenz betreffen, wie wir uns in Bewerbungsgesprächen ausdrücken, weil es zwei völlig unterschiedliche Anwendungsbereiche im Sprachsystem sind⁶¹.

⁶⁰ Schäfer, Lea. *Forschungsarbeit zum Sprachwandel, Jugendsprache, Einfluss durch soziale Medien*. Königswinter: Deutsch E- Kursus 20/21 Integrative Gesamtschule Oberpleis 2021 Online: https://www.koenigswinter.de/de/datei/anzeigen/id/47857,1081/lea_scha%E2%95%A0%C3%AAfer_forschungsarbeit_zum_sprachwandel.pdf (Stand: 27.8.2022).

⁶¹<https://www.swr3.de/aktuell/whatsapp-facebook-so-beeinflussen-soziale-medien-die-deutsche-sprache-102.html> (Stand: 26.8.2022).

8. Schlussbemerkung

Das Thema dieser Bachelorarbeit ist Sprachgebrauch in sozialen Medien. SMS, Chats und Blogs sind schriftliche Formen, die sehr viele Menschen in Anspruch nehmen. In sozialen Medien gibt es viele bestimmte Formulierungsmuster, die als „typische“ Elemente der internetbasierten Kommunikation gelten. Hier gehören Emotikons, Akronyme, Abkürzungen oder Slangwörter. Social Media leben von Schnelligkeit, die auch leicht zu Nachlässigkeit führen kann. Die Wörter werden schnell getippt und direkt gepostet, ohne den Text noch einmal durchzulesen. Dadurch können sich auch schnell mal Rechtschreibfehler einschleichen und auf Rechtschreibung sowie auf eine korrekte Zeichensetzung wird dann nicht immer geachtet. Heute kann man die Online-Welt und die reale Welt gut unterscheiden und seine Sprache bzw. Ausdrucksweise dementsprechend einer bestimmten Situation anpassen. Die sozialen Medien haben keinen besonderen Einfluss auf die Sprachentwicklung. Eine Sprache ändert sich, je nachdem, wie sich Sprecher und Hörer zueinander verhalten. Dazu sind zwei Punkte besonders wichtig: Kann ich ausdrücken, was ich sagen möchte? Und: Werde ich verstanden, ist meinem Gegenüber klar, was ich will? Es ist normal, dass die Sprache sich verändert, aber dies ist noch immer nicht eine deutlich spürbare negative Veränderung. Die Veränderung der Sprache ist besonders wichtig bei Jugendlichen. Obwohl sie sehr oft Akronyme und Slangwörter benutzen, unterscheiden sie die Online- von der natürlichen Sprache.

9. Zusammenfassung

Diese Bachelorarbeit beschäftigt sich mit der Sprache und ihren Besonderheiten in sozialen Medien. Schriftsprachliche Kommunikation spielt in sozialen Netzwerken eine zentrale Rolle. In sozialen Medien gibt es viele bestimmte Formulierungsmuster, die als „typische“ Elemente der internetbasierten Kommunikation gelten. Hier gehören Emojis, Akronyme, Anglizismen, Abkürzungen und Slangwörter. Social Media lebt von Schnelligkeit, die leicht zu Nachlässigkeit führt. Die Wörter werden schnell getippt und direkt gepostet, ohne dass man sich den Text noch einmal durchliest. Dadurch können sich auch schnell Rechtschreibfehler einschleichen und auch auf Groß- und Kleinschreibung sowie auf eine korrekte Zeichensetzung wird dann nicht immer geachtet. Es ist auch wichtig, dass soziale Medien keinen besonderen Einfluss auf die Sprachentwicklung haben.

Schlüsselwörter: *Akronyme; Emojis; Kommunikation; soziale Medien; Sprachgebrauch in sozialen Medien.*

10. Summary

This bachelor thesis deals with language and its specifics in social media. Written communication plays a central role in social networks. In social media, there are many specific wording patterns that are considered "typical" elements of Internet-based communication. This includes emojis, acronyms, anglicisms, abbreviations and slang words. Social media thrives on speed, which can easily lead to carelessness. words are typed quickly and posted directly without reading through the text again. As a result, spelling errors can quickly creep in, and people don't always pay attention to capitalization and punctuation. It is also important to note that social media have no particular influence on language development.

Keywords: *acronyms; emoji; communication; social media; language use in social media.*

11. Bibliographie

11.1. Literatur

1. Androutsopoulos, Jannis. „Digitalisierung und soziolinguistischer Wandel. Der Fall der digitalen Interpunktion“. In: Marx, Kostanze; Lobin, Henning; Schmidt, Axel (Hrsg.): *Deutsch in Sozialen Medien. Interaktiv- multimodal- vielfältig*. Berlin: De Gruyter 2020, 75-94. Online: https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/9800/file/Androutsopoulos_Digitalisierung_und_soziolinguistischer_Wandel_2020.pdf. (Stand: 17.8.2022).
2. Boie, Johannes. *Zensur in sozialen Medien – Wie Facebook Menschen zum Schweigen bringt*. Süddeutsche Zeitung Digitale Medien GmbH 2016. Online: <https://www.sueddeutsche.de/digital/zensur-in-sozialen-medien-wie-facebook-menschen-zum-schweigen-bringt-1.3130204>. (Stand: 18.8.2022).
3. Buttkewitz, Uta. *Smiley. Herzchen. Hashtag*. Wiesbaden: Springer 2020. https://books.google.hr/books?id=WQnYDwAAQBAJ&pg=PA32&dq=3.%09Buttkewitz,+Uta.+Smiley.+Herzchen.+Hashtag&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwia5PXdyO75AhUu_rsIHZNtDmgQ6AF6BAgCEAI#v=onepage&q=3.%09Buttkewitz%2C%20Uta.%20Smiley.%20Herzchen.%20Hashtag&f=false. (Stand: 18.8.2022).
4. Fiehler, Reinhard. „Kommunikation, Information und Sprache, Alltagsweltliche und wissenschaftliche Konzeptualisierungen und der Kampf um die Begriffe“. In: Weingarten, Rüdiger (Hrsg.), *Information ohne Kommunikation? Die Loslösung der Sprache vom Sprecher*. Frankfurt a/M: Fischer 1990, 99-128. https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/4605/file/Fiehler_Kommunikation_Information_und_Sprache_1990.pdf. (Stand: 24.8.2022).
5. Gerlof, Ronny. *Die deutsche Sprache im Zeitalter der neuen Medien: Sprachverfall durch neue Kommunikationskanäle in sozialen Netzwerken?* München: GRIN Verlag 2014.
6. Güney, Hacer. *Interkulturelle Definition, Kommunikationsmodelle und kommunikative Einordnung*. München: GRIN Verlag 2017.
7. Jespersen, Otto. *Die Sprache, ihre Natur, Entwicklung und Entstehung*. Hildesheim: Georg Olms Verlag 2003.
8. Luckhardt, Kristin. *Stilanalysen zur Chat-Kommunikation. Eine korpusgestützte Untersuchung am Beispiel eines medialen Chats*, TU Dortmund 2009. Online: <http://hdl.handle.net/2003/26055> (Stand: 17.8.2022).

9. Marx, Konstanze; Lobin Henning; Schmidt, Axel. *Deutsch in sozialen Medien. Interaktiv – multimodal – vielfältig*. Berlin: Walter de Gruyter 2020.
10. Marx, Konstanze; Weidacher, Georg. *Internetlinguistik: Ein Lehr- und Arbeitsbuch*. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag 2014.
11. Röhner, Jessica; Schütz Astrid. „Klassische Kommunikationsmodelle“. In: Röhner, J.; Schütz, A. (Hrsg.), *Psychologie der Kommunikation*. Wiesbaden: Springer Fachmedien 2016, 19-39.
12. Runkehl, Jens; Schlobinski, Peter; Siever, Torsten. *Sprache und Kommunikation im Internet. Überblick und Analysen*. Osnabrück/Seelze: Westdeutscher Verlag 1998.
13. Schäfer, Lea. *Forschungsarbeit zum Sprachwandel, Jugendsprache, Einfluss durch soziale Medien*. Königswinter: Deutsch E- Kursus 20/21 Integrative Gesamtschule Oberpleis 2021. online: https://www.koenigswinter.de/de/datei/anzeigen/id/47857,1081/lea_scha%E2%95%A0%C3%AAfer_forschungsarbeit_zum_sprachwandel.pdf (Stand: 27.8.2022).
14. Schmidt, Hinrik Jan; Taddicken, Monika. *Handbuch Soziale Medien*. Wiesbaden: Springer VS 2017.
15. Storrer, Angelika. „Sprachstil und Sprachvariation in sozialen Netzwerken“. In: Job-Frank Barbara; Mehler, Alexander; Sutter, Tilmann (Hrsg.), *Dynamik sozialer und sprachlicher Netzwerke. Konzepte, Methoden und empirische Untersuchungen an Beispielen des WWW*. Wiesbaden: Springer VS 2013, 331-366.
16. Storrer, Angelika. „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: De Gruyter 2001, 439-465.
17. Vogel, I.; Regev, R.; Steinebach, M.: „Automatisierte Analyse Radikaler Inhalte im Internet“. In: David, K., Geihs, K., Lange, M.; Stumme, G. (Hrsg.), *Informatik 2019: 50 Jahre Gesellschaft für Informatik – Informatik für Gesellschaft*. Bonn: Gesellschaft für Informatik e.V. 2019, 233-245.
18. Zhou, Boxin: *Linguistische Aspekte der Kommunikation in sozialen Netzwerken. Schreibphänomene mit ökonomischen Funktionen*. Masterarbeit. München: GRIN Verlag 2019.

10.2. Internetquellen

21. <https://www.berlitz.com/de-de/blog/sprache-soziale-netzwerke> (Stand: 4.6.2022).
22. <https://www.kapiert.de/blog/sprachgebrauch-auf-social-media/> (Stand: 7.6.2022).
23. <https://www.radioessen.de/artikel/studien-aus-essen-wie-social-media-whatsapp-videochats-unsere-sprache-und-kommunikation-veraendern-1126247.html> (Stand: 25.8.2022).
24. <https://blog.supertext.ch/2019/11/so-veraendern-social-media-unsere-sprache/> (Stand: 4.6.2022).
25. <https://www.yuqo.de/der-definitive-leitfaden-fur-akronyme-in-sozialen-medien/> (Stand: 8.8.2022).
26. <https://www.mz.de/leben/technik/neues-whatsapp-update-so-funktionieren-die-neuen-emoji-reaktionen-3374304> (Stand: 18.8. 2022).
27. <https://www.fuer-gruender.de/wissen/unternehmen-fuehren/marketing/pr/social-media-plattformen/> (Stand: 22.8.2022).
28. <https://www.vibss.de/vereinsmanagement/marketing/social-media/facebook/wer-nutzt-facebook> (Stand: 22.8.2022).
29. <https://studyflix.de/biologie/sender-empfaenger-modell-2694> (Stand: 23.8.2022).
30. <https://lanera-austral.com/featured/316-common-facebook-slang-words-full-form-for-chatting-and-status-messages.html> (Stand: 24.8.2022).
31. <https://www.swr3.de/aktuell/whatsapp-facebook-so-beeinflussen-soziale-medien-die-deutsche-sprache-102.html/> (Stand: 5.6.2022).

OBRAZAC I.P.

IZJAVA O POHRANI ZAVRŠNOG / DIPLOMSKOG RADA U DIGITALNI
REPOZITORIJ FILOZOFSKOG FAKULTETA U SPLITU

| | |
|---|--|
| STUDENT/ICA | MARIJA GABELICA |
| NASLOV RADA | Sprachgebrauch in sozialen Medien |
| VRSTA RADA | ZAVRŠNI RAD |
| ZNANSTVENO PODRUČJE | HUMANISTIČKE ZNANOSTI FILOLOGIJA |
| ZNANSTVENO POLJE | FILOLOGIJA |
| MENTOR/ICA (ime, prezime, zvanje) | doc.dr.sc. Sandra Lukšić |
| KOMENTOR/ICA (ime, prezime, zvanje) | / |
| ČLANOVI POVJERENSTVA (ime, prezime, zvanje) | 1. prof.dr.sc. Eldi Grubišić Pulješević 2. doc.dr.sc. Sandra Lukšić 3. izv.prof.dr.sc. Mijana M. Kovac |

Ovom izjavom potvrđujem da sam autor/ica predanog završnog diplomskog rada (zaokružiti odgovarajuće) i da sadržaj njegove elektroničke inačice u potpunosti odgovara sadržaju obranjenog i nakon obrane uređenog rada. Slažem se da taj rad, koji će biti trajno pohranjen u Digitalnom repozitoriju Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Splitu i javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15, 131/17), bude (zaokružiti odgovarajuće):

a.) u otvorenom pristupu

b.) rad dostupan studentima i djelatnicima Filozofskog fakulteta u Splitu

c.) rad dostupan široj javnosti, ali nakon proteka 6/12/24 mjeseci (zaokružiti odgovarajući broj mjeseci)

U slučaju potrebe dodatnog ograničavanja pristupa Vašem ocjenskom radu, podnosi se obrazloženi zahtjev nadležnom tijelu u ustanovi.

Split, 21.9.2022.
mjesto, datum

M. Gabelica
potpis studenta/ice

SVEUČILIŠTE U SPLITU
FILOZOFSKI FAKULTET

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja MARIJA GABERICA, kao pristupnik/pristupnica za stjecanje zvanja sveučilišnog/e prvostupnika/ce Uvodnog jezika i užit, Hrvatskog jezika i književnost, izjavljujem da je ovaj završni rad rezultat isključivo mojega vlastitoga rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio završnog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranoga rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnog rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Split, 21.9.2022.

Potpis



Plagiatserklärung

„Ich versichere, dass ich die schriftliche Hausarbeit selbstständig angefertigt und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe. Alle Stellen, die dem Wortlaut oder dem Sinn nach anderen Werken entnommen sind, habe ich in jedem einzelnen Fall unter genauer Angabe der Quelle (einschließlich des World Wide Web sowie anderer elektronischer Datensammlungen) deutlich als Entlehnung kenntlich gemacht. Dies gilt auch für angefügte Zeichnungen, bildliche Darstellungen, Skizzen und dergleichen. Ich nehme zur Kenntnis, dass die nachgewiesene Unterlassung der Herkunftsangabe als versuchte Täuschung bzw. als Plagiat gewertet und mit Maßnahmen bis hin zur Zwangsexmatrikulation gehandelt wird.“

Split, 21. September 2022

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'M. Gabelica', is written in a cursive style.