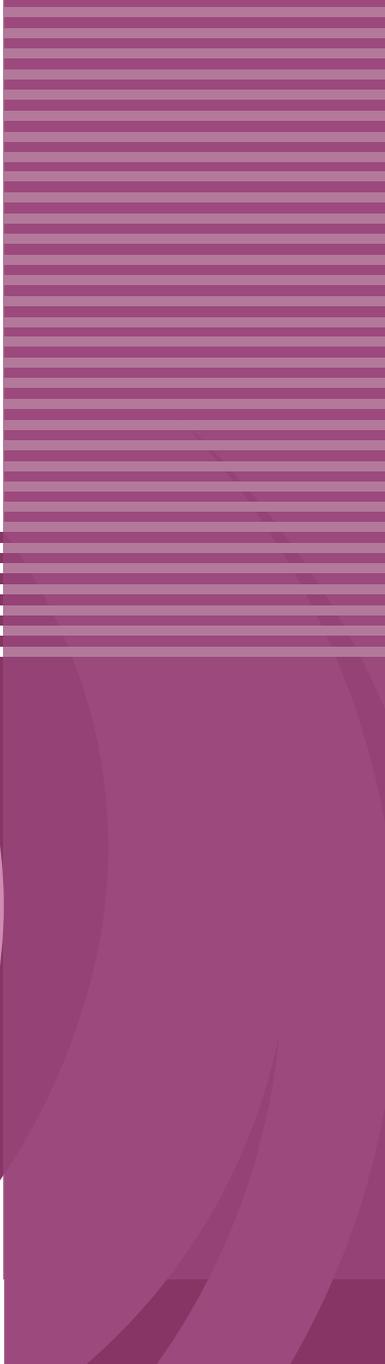


ACTA FACULTATIS PHILOSOPHICAE
UNIVERSITATIS OSTRAVIENSIS



STUDIA GERMANISTICA

Nr. 20/2017



Recenzní rada/

Rezensionsrat:

Doc. Mgr. Hana Bergerová, Dr. (Univerzita J. E. Purkyně v Ústí n. L.)
Doc. Mgr. Renata Cornejo, Ph.D. (Univerzita J. E. Purkyně v Ústí n. L.)
Univ.-Prof. Dr. Peter Ernst (Universität Wien)
Prof. PhDr. Ingeborg Fialová, Dr. (Univerzita Palackého v Olomouci)
Dr. Renate Fienhold (Universität Erfurt)
Univ.-Prof. Dr. Wynfrid Kriegleder (Universität Wien)
Doc. PhDr. Jiřina Malá, CSc. (Masarykova univerzita v Brně)
Dr hab. Anna Mańko-Matysiak (Uniwersytet Wrocławski)
Mgr. Martin Mostýn, Ph.D. (Ostravská univerzita)
Doc. PhDr. Karsten Rinas, Dr. (Univerzita Palackého v Olomouci)
Prof. Dr. Johannes Schwitalla (Universität Würzburg)
Doc. PhDr. František Štícha, CSc. (Ústav pro jazyk český AV ČR)
Doc. PhDr. Marie Vachková, Ph.D. (Univerzita Karlova v Praze)
Doc. et doc. Mgr. Iveta Zlá, Ph.D. (Ostravská univerzita)
Prof. PhDr. Iva Zündorf, Ph.D. (Masarykova univerzita v Brně)

Vědecká redakce/

Wissenschaftliche Redaktion:

Dr. Horst Ehrhardt (Universität Erfurt)
Prof. Dr. Mechthild Habermann (Universität Erlangen/Nürnberg)
Prof. Dr. hab. Marek Hałub (Uniwersytet Wrocławski)
Prof. Dr. Wolf Peter Klein (Universität Würzburg)
Prof. PhDr. Jiří Munzar, CSc. (Masarykova univerzita v Brně)
Prof. PhDr. Lenka Vaňková, Dr. (Ostravská univerzita)
Prof. Dr. DDDDr. h. c. Norbert Richard Wolf (Universität Würzburg)
Doc. PhDr. Pavla Zajícová, Ph.D. (Ostravská univerzita)

Výkonná redakce/

Verantwortliche Redakteure:

Prof. PhDr. Lenka Vaňková, Dr.
Prof. Dr. DDDDr. h. c. Norbert Richard Wolf

Technická redakce/

Technische Redaktion:

Mgr. Martin Mostýn, Ph.D.
Kamila Brychtová

Obálka/Umschlag: Mgr. Tomáš Rucki

Časopis je zařazen do mezinárodních databází ERIH Plus a EBSCO.

Die Zeitschrift ist in den internationalen Datenbanken ERIH Plus und EBSCO registriert.

The journal is included on the international databases ERIH Plus and EBSCO.

© Ostravská univerzita, Filozofická fakulta, 2017

Reg. č. MK ČR E 18718

ISSN 1803-408X

**ACTA FACULTATIS PHILOSOPHICAE
UNIVERSITATIS OSTRAVIENSIS**



**UNIVERSITY
OF OSTRAVA**

STUDIA GERMANISTICA

Nr. 20/2017

Endloses Bemühen um originelle Ausdrucksweise auf Facebook?

Milan PIŠL

Abstract

The endless effort towards original expression on Facebook?

The aim of this paper is to show that the users of social media and the members of various networks make great efforts to achieve as original, innovative and creative ways of expression as possible. In this respect, the social networking site called Facebook is no exception. However, what differs is the occasions on which the texts are created (in the form of contributions, postings, comments etc.), their particular language forms as well as their distance in relation to both private and public virtual communities. The corpus explored comprises the profiles of different Facebook-users who release their birthday wishes online.

Keywords: Facebook, social media, communication, birthday wishes

1. Einleitung

Erste Studien zu Verhaltensweisen in den sozialen Netzwerken wurden parallel zu ihren Anfängen im neuen Jahrtausend publiziert. Den Höhepunkt haben die sprach- und kommunikationswissenschaftlich angelegten Studien um das Jahr 2012 erreicht (vgl. die Arbeiten von Kaczmarek, Miler, Vaňková u. a.). In dieser Phase hat sich die Anzahl der registrierten und jeden Tag eingeloggtten Nutzer und Nutzerinnen von Facebook exponentiell erhöht. Die Statistiken aus dieser Zeit (vgl. Henning 2013) belegen, dass in der Altersgruppe 15-30 Jahre mehr als 90 % einen regelmäßigen Zugang zu Facebook (und auch zu anderen sozialen Netzwerken) hatten. Nach dieser Phase kann man eine gewisse Abneigung gegen Facebook beobachten und in Deutschland verlor das soziale Netzwerk einige Nutzer (vgl. Holzapfel 2011:16 f.). Die Vorstellungen, dass soziale Medien ein totes Projekt repräsentieren (vgl. Kurz/Rieger 2011:9), haben sich jedoch nicht bewahrheitet. Die Zahlen in der oben erwähnten Altersgruppe erreichen die absolute Mehrheit der Jugendlichen in der Gesellschaft, wobei eine Ausnahme nur die Länder darstellen, in denen der freie Zugang zu einer Palette von Internetdiensten aus politischen Gründen blockiert wird (China, Nordkorea, Weißrussland usw.).

Wie und in welcher Richtung haben sich die Verhaltensweisen und die Kommunikation auf Facebook verändert? Die blaue Ikone von Facebook ist mittlerweile zum Standardinhalt auf fast allen Webseiten geworden, wobei dies auch für andere soziale Netzwerke (Xing, LinkedIn, Pinterest u. a.) gilt. Die modernen Webseiten ermöglichen technisch ein direktes Durchklicken zu Facebook und

bieten den Nutzern an, die Inhalte zu kommentieren, zu veröffentlichen und die Bezeichnung „Es gefällt mir“ hinzufügen. Diese Lösungen legen in der ohnehin bereits vollkommen technisierten Internetwelt einen weiteren Schwerpunkt auf Multimedialität, Konnektivität und Interaktivität. Diese Umstände und immer die breitere Anwendung von sozialen Medien modifiziert auch das kommunikative Verhalten der Nutzer. Sie bemühen sich um eine möglichst starke Reflexion (die Formen siehe oben) von ihren Beiträgen, was zum ständigen Bemühen um Originalität, Kreativität und Verbalisierung von emotionalen Impulsen führt.

2. Untersuchungsmaterial

Die sprachliche und visuelle Darstellung von Geburtstagstexten hat sich in letzten Jahrzehnten stark verändert – von einer Papierkarte über Telefongespräch, E-Mail und SMS zur Online-Kommunikation. Die Formulierung einer digitalen Gratulation mittels Facebook stellt keine besondere technische Aufforderung dar – es öffnet sich dafür ein extra Fenster wie bei jedem Posting und der kreativen Umsetzung eines Geburtstagstextes werden keine Hindernisse gestellt. Dazu kommen die zahlreichen Möglichkeiten den Geburtstagswunsch visuell darzustellen, wobei die gestalterischen Instrumente dafür (Schriftart und -Größe, Hintergrundfarbe, Bilder, Emoticons, Graphiken wie Gifs usw.) eine fast unbegrenzte Zahl von Möglichkeiten und ihrer Kombinationen liefern.

Die am häufigsten vertretene demographische Gruppe repräsentieren auf Facebook Menschen unter 30 Jahren (vgl. URL 1). Sie haben im Durchschnitt etwa 130 Freunde im Facebook-Freundeskreis, loggen sich mehrmals am Tag ein bzw. bleiben rund um die Uhr online. Meistens stellt nur ein fehlender Wi-fi-Empfang das einzige Hindernis für ein ununterbrochenes Online-Regime dar. Die traditionellen Geburtstagskarten sind bei dieser Bevölkerungsgruppe fast aus dem Alltag verschwunden. Obwohl man meistens in diesem Alter gerne die Geburtstage mit den Nächsten feiert, hat sich inzwischen das Umfeld von diesen Personen vergrößert. Zurzeit muss man auch die Freunde auf Facebook und sogar die ganze Facebook-Community mitzählen. Früher musste man einen eigenen Kalender pflegen, damit kein Jubiläum vergessen wird. Heute mahnen die automatischen Meldesysteme von sozialen Netzwerken,¹ dass jemand Geburtstag hat. Dies hat jedoch enorme logistische Vorteile – man braucht keine Briefmarken und -kästen mehr, man kann jederzeit und überall (z. B. via Handy) schnell einen Geburtstagstext verfassen.

Facebook zeigt automatisch an, wann befreundete Nutzer Geburtstag haben, und gleichzeitig bietet er eine Möglichkeit an, oder, besser gesagt, bildet er eine Aufforderung zur Gestaltung eines persönlichen Geburtstagswunsches ab. Die Geburtstagstexte und -postings werden unmittelbar auf der jeweiligen Profilsseite veröffentlicht und andere Nutzer können sie ansehen bzw. kommentieren. Dies gilt natürlich als ein weiterer Impuls und aktiviert den Freundeskreis. Man kann also erwarten, dass die Wünsche unter diesen Umständen sehr häufig werden und die Mehrheit der Nutzer dieser Kommunikation beiträgt. Diese Tatsache hat sich überraschenderweise nicht bestätigt. Das Sprachmaterial (insgesamt 274 GW) für diese Studie wurde von 6 Facebook-Profilen gesammelt. Es handelt sich um eine heterogene Gruppe, denn zur am häufigsten vertretenen Altersgruppe (bis 30 Jahren) gehören nicht alle und die Verteilung von Männern und Frauen ist unproportional (2:4). Diese Ausgangsposition wird bei der Analyse und bei der Formulierung von Schlussfolgerungen mitberücksichtigt. Nach der statistischen Datenauswertung liegt der Median (der häufigste Wert in der untersuchten Masse) von erhaltenen Geburtstagswünschen bei 12 pro 100 Facebook-Freunde. Das bedeutet, im Prinzip bekommt man ein Geburtstagsposting von 12 % der befreundeten Nutzer.

¹ Diese Funktionalität kommt nicht nur bei Facebook vor, sondern auch bei anderen sozialen Netzwerken wie WhatsApp, LinkedIn, Xing usw. (vgl. URL 1).

Pauline	19 GW / 153 Freunde	23 Jahre
Dietmar	30 GW / 261 Freunde	29 Jahre
Franziska	32 GW / 333 Freunde	31 Jahre
Marco	42 GW / 528 Freunde	42 Jahre
Jana	48 GW / 536 Freunde	28 Jahre
Christina	103 GW / 970 Freunde	33 Jahre

Allgemein weisen alle Belege eine hohe emotionale Beteiligung auf, was auch natürlich die gesamte soziale (feierliche) Situation reflektiert. Die zum Ausdruck gebrachten emotionalen Konstellationen sind durchaus positiv – sie spiegeln die Glücksgefühle, thematisieren eine emotionale Zuneigung, drücken Freude und Begeisterung aus, thematisieren Wohlstimmung oder deuten auf Feier und Party hin.

3. Analyse

In der Analyse werden ausgewählte Belege untersucht und ihre einzelnen Elemente aus der funktionalen und kommunikativen Perspektive betrachtet. Obwohl der Umfang dieser Studie begrenzt ist, wurde vor allem kreatives und originelles Sprachmaterial gesammelt.



Der erste Beleg zeichnet sich durch fortgeschrittene gestalterische Kompetenzen des Autors aus und wirkt auf den ersten Blick auffällig. Die Kombination von sprachlichen und visuellen Elementen hebt die Mitteilung hervor. Der Text versucht den emotionalen Höhepunkt zu verbalisieren, indem die absolute zeitliche Dimension betont wird (*aller Zeiten*). Des Weiteren wird hier die soziale Nähe durch das Duzen (*dir*) signalisiert und die ganze Aussage wird durch das Ausrufezeichen zu einem Ausruf bzw. Wunsch. Als ein prototypisches Geburtstagsselement werden sechs brennende Kerzen abgebildet, die eine symmetrische Reihe bilden. Die ideographische Darbietung einer blauen Hand mit dem gestreckten Daumen kann heutzutage nur schwer mit einem anderen Zeichen verwechselt werden – es ist inzwischen zu einem Symbol von Facebook (Klick auf „Gefällt mir“) geworden. Es ist ein neues Ideogramm eingeführt worden, das für Freundschaft und positive Rückmeldungen steht (vgl. Pišl 2015:83). Diese Funktion erfüllt es auch in dem belegten Geburtstagswunsch, weil die kommunikative und soziale Situation auch auf Freundschaft und positiver bzw. feierlicher Stimmung basiert.

In den nachfolgenden vorgefundenen Belegen handelt es sich um relativ knappe Aussagen ohne weiteren Kontext, die mittels mehrfacher Verwendung von Emoticons oder von Ausrufezeichen emotionalisiert und intensiviert werden. Die Auswahl von Emoticons – genauer gesagt von Emojis²

² Das japanische Wort „Emoji“ bezeichnet einen neuen Typ von Ideogrammen und deren Verwendung hat seit 2015 stark zugenommen. Es ist eine besondere Ausdrucksform für die digitale und visuelle Darstellung von Emotionen, meistens in Form von animierten Gesichts- und Körperausdrücken, aber auch Gegenständen (vgl. URL 2). Eine ausführliche und ständig aktualisierte Liste von Emojis ist auf Emojipedia (URL 3) zu finden.

– geht einerseits von dem feierlichen Anlass aus und andererseits muss der Nutzer mit den von Facebook vorprogrammierten ikonischen Abbildungen vertraut sein.

Happy birthday 🎂🎉

Alles Liebe zum Geburtstagsprinzessinentag! 🎂

Alles Gute zum Geburtstag und eine extragroße Portion Sonnenschein!!!!

In den Belegen ist es zu sehen, dass die älteren Formen von Smileys und Emoticons, die durch Kombination von Interpunktionszeichen gebildet wurden, nicht mehr vertreten werden. Die Emoticons haben also in letzten Jahren (vgl. Kaczmarek 2012:116) ihre Form verändert, wobei sie komplett auf der digitalen Graphik basieren. Sie bedeuten für die Teilnehmer an der Internetkommunikation eine wichtige Methode, ihre Gefühlslage deutlicher bzw. anschaulicher ausdrücken zu können. Im Gegensatz zur persönlichen Face-to-face-Kommunikation werden Gesten, Mimik, Stimmausdruck oder auch alltägliche Gegenstände mithilfe der digitalen Graphik geäußert. Somit können neben dem Wortinhalt auch jeweilige (emotionale) Einstellungen zum Gegenüber, Aussagen über die Wahrhaftigkeit und Bedeutung der Aussage sowie den emotionalen Zustand zum Ausdruck gebracht werden. Auch soziale Rollen und gegenseitige Beziehungen zwischen den Facebook-Nutzern beeinflussen die konkrete Bedeutung des Sprachinhalts. Jedoch helfen die Emojis die Wortinhalte und Bedeutungskontexte der Postings besser zu entschlüsseln und zu verdeutlichen. In den untersuchten Belegen drohen keine Missverständnisse. Die Funktion von Emojis besteht in der kreativen und möglichst visuellen Ausdrucksweise, die den Bedeutungskontext von Geburtstagen noch weiter präzisiert und auf prototypischen Gegenständen basiert (Konfetti, Torte, Blumenstrauß).

Weitere emotionale Bekräftigung der jeweiligen Aussage realisieren die superlativischen Wortbildungselemente (*extragroße*) und zum Ziel wird hier die möglichst hohe Intensität des stereotypischen Ausdrucks bzw. dessen emotionaler Beteiligung. Die Nutzer der sozialen Netzwerke werden jedoch mit diesen typischen intensivierenden Sprachelementen ständig konfrontiert (vgl. Mazurkiewicz-Sokolovska et al 2016:17 f.) und diese Formen der quasi-emotionalen Kommunikation gelten heute als weniger herzlich bzw. als schon abgenutzt. Die Mittel der Wortbildung ermöglichen auch Worteinheiten zu bilden, die auf Originalität und Kreativität des Sprachausdrucks basieren (*Geburtstagsprinzessinentag*). In diesem Beleg handelt es sich um eine Bedeutungszuschreibung von Eigenschaften einer Prinzessin – die Jubilarin soll sich ganz besonders fühlen und den Tag wie eine Prinzessin genießen.

Die Geburtstagsglückwünsche spiegeln häufig eine Beziehung zwischen dem Adressaten und Empfänger wider:

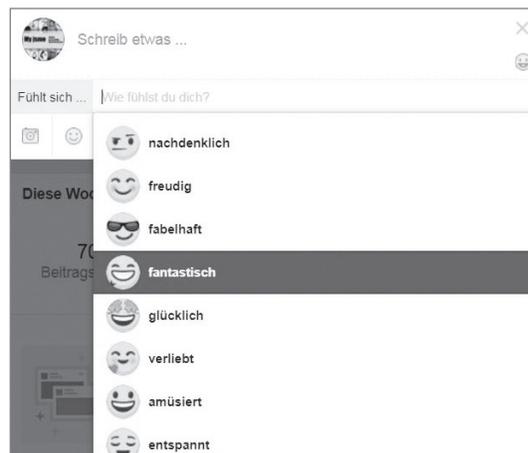
Alles, alles Liebe zum Geburtstag, Tina ! Ich wünsch dir einen super Wohlfühltag und viele neue Pläne ! 🎂🎉🎂

Tinaaa, alles Gute zum Geburtstag, mach 'ne tolle Party, aber trink nicht viel 😊 😊 😊 Deine fleißige Studentin!

Alles Gute zum Geburtstag, wünsch dir ein tolles neues Lebensjahr und hoffe wir sehen uns bald mal wieder? Liebe Grüße 😊

Aus diesem Grund kommen in den ausgewählten Belegen die erprobten und beinahe klassischen Varianten von Personenbezeichnungen vor (*Christina – Tina*), wobei auch auffälligere Anredeformen auftauchen. Sie versuchen die gesprochensprachliche Ausdrucksweise zu imitieren (mithilfe von Vokalwiederholungen – *Tinaaaa*) und somit wird eine engere und längere Bekanntschaft signalisiert. Im Rahmen der Analyse findet man auch Belege, in denen es sich um den Ausdruck einer (wenigstens vermeintlich) engeren Beziehung handelt. Diese Kontextualisierung wird oft mittels Andeutungen an neue Perspektiven (*viele neue Pläne*), an soziales Verhalten unter Verweis auf möglichen Alkoholkonsum (*mach eine tolle Party, aber trink nicht viel*) oder gemeinsame zukünftige Interaktion (*wir sehen uns bald mal wieder*) realisiert. Die emotionale Konstellation entsteht in der Kooperation (Kookkurrenz) von sprachlichen und visuellen Elementen – wieder können hier die prototypischen Emojis (Kleeblatt, Kuchen, Erdbeere) und auch klassische Emoticons (Lachen, Augenzwinkern) belegt werden, die den Wortinhalt und Bedeutungskontext präzisieren.

In der einleitenden Passage dieser Studie wurde das Ziel formuliert, dass auch die neuen Tendenzen und Trends in der emotionalen Ausdrucksweise im Facebook gezeigt und erörtert werden. Das Bemühen, sich originell, kreativ, individuell zu äußern, scheint endlos und unbegrenzt zu sein. Dieser Tatsache sind sich die Kommunikationsexperten beim Facebook voll bewusst (mehr zur Datengewinnung und Analyse von Big Data in Holzapfel 2011, oder Kurz/Rieger 2011) und sie liefern ständig neue Möglichkeiten, den menschlichen Emotionsausdruck auch im Rahmen der sozialen Netzwerke zu erweitern, zu präzisieren und kreativ zu gestalten. Seit dem Jahr 2016 bietet Facebook eine neue Funktionalität: Zu jedem Posting kann direkt eine genaue emotionale Konstellation hinzugefügt werden.



Es handelt sich um 140 vorprogrammierte Emoticons und Emojis und ihre sprachliche Erklärung. Ganz explizit fragt Facebook nach den Gefühlen (*Fühlt sich...; Wie fühlst du dich?*), die den Beitrag begleiten sollen. Die Nutzer bekamen somit ein weiteres Instrument an die Hand, um ihre konkrete Emotionalisierungsstrategie weiter kommunizieren zu können.

Die Emojis sind nicht nur auf Emotionen beschränkt, sondern sie thematisieren auch Symbole wie Essen, Getränke, Tiere, Wetter oder andere menschliche Tätigkeiten (Sport, Lesen, Fernsehen, im Internet surfen usw.). Diejenigen Emojis, die zum Ausdruck von Gefühlslagen mittels Gesichtsanimationen dienen, kommen aus Japan und werden als Kao (japanisch Gesicht) bezeichnet (vgl. URL 3). Diese digitalen Zeichen sind heute ein integraler Bestandteil der Internetkommunikation geworden und erfreuen sich (nicht nur) bei jungen Menschen besonderer Beliebtheit. Sie erweitern

die Ausdruckspalette, die nicht mehr aus ASCII-Zeichen oder einfachen Smileys bestehen muss. Des Weiteren verfügen moderne Mobiltelefone über Dutzende von Emoticons im Rahmen der Instant-Messenger-Dienstleistungen (v. a. SMS, WhatsApp, Facebook Messenger), die nach Eingabe von entsprechenden Schlüsselwörtern oder -Zeichen (z. B. Kombination Doppelpunkt, Gedankenstrich und Klammer) in Emoticons bzw. Emojis automatisch wandeln. Außerdem bieten sich speziell kodierte, teilweise auch bewegende Bildsymbole mit einer Vielzahl von Motiven an, wobei zu den beliebtesten im Bezug auf Geburtstagswünsche ein explodierendes Feuerwerk, ein farbiger Blumenstrauß oder fliegende Luftballons gehören. Was die Positionierung im Beitrag betrifft, werden diese auffälligen Elemente überwiegend am Ende angeführt und oft kann ihre Aneinanderreihung belegt werden. Diese prototypischen Motive der digitalen Gefühlsvariationen sind interkulturell unabhängig und weil sie sich auf den konventionalisierten feierlichen Anlass des Geburtstages beziehen, droht es keine uneindeutige Bedeutungszuschreibung.³

4. Zusammenfassung

Es drängt sich die Frage auf, ob neue Medien, Kanäle und digitale Formen eher den zwischenmenschlichen Kontakt intensivieren oder ob es zu einer oberflächigen Kommunikation kommt, die Quasi-Emotionen und keine aufrichtigen Beziehungen widerspiegelt. Geht es in erster Linie um die absolute Anzahl von erhaltenen Geburtstagswünschen oder spielt diese irgendwann keine Rolle mehr und statt Quantität wird Qualität bevorzugt? Es gilt, dass, wer sich einen exklusiven Auftritt im Facebook wünscht, muss sich auf den Weg der besonders originellen, kreativen oder persönlichen Gestaltung machen. Facebook selbst ist kein besonders extravaganter Kommunikationskanal, desto unüblicher können allerdings auf dieser Plattform eigene Wünsche gestaltet werden.

Die Geburtstagswünsche auf Facebook repräsentieren die mühsam verfassten Passagen, die einen emotionalen Impuls aufweisen und zugleich auch hervorrufen. Für eine hohe emotionale Beteiligung steht die gesamte soziale Situation, der Kommunikationskontext und auch die übliche gesellschaftliche Praxis. Die emotionale Konstellation wirkt durchaus positiv, es spiegeln sich somit Glücksgefühle, emotionale Nähe, gemeinsame Erinnerungen bzw. Erlebnisse oder auch der Ausdruck von Freude, Behaglichkeit und Zuneigung wider.

Die ausgewählten Belege zeigen, dass die Sprachmittel mit der emotionalisierenden Funktion oft kombiniert werden (Englisch, Vokalwiederholungen, Emoticons und Emojis, verwendete Anreden von Freunden oder Hinweise auf gemeinsame Aktivitäten mit der Betonung einer intensiven gegenseitigen Beziehung u. a.). Ihre Aufgabe besteht darin, im Rahmen einer sozial kontextualisierten Kommunikationsstrategie die emotionale Botschaft zu versprachlichen, wobei Experimente, Kreativität und die Suche nach Originalität und Einzigartigkeit des sprachlichen Ausdrucks im Vordergrund stehen. Zu den weiteren stilistischen Aspekten der via Facebook realisierten Geburtstagswünsche gehören keine (oder keine strenge) Einhaltung von kodifizierten Sprachnormen, Versuche der Nachahmung mündlicher Sprache oder die Aktualisierung üblicher und klischeehafter Sprachmittel durch Umgangssprache.

Die statistische Auswertung zeugt davon, dass die Rate der via Facebook formulierten und veröffentlichten Geburtstagswünsche ziemlich niedrig liegt. Obwohl das Untersuchungsmaterial aus angeführten Gründen gewisse Beschränkungen aufwies, hat sich die Annahme, dass von mehr

³ Es kann jedoch ein und dasselbe Emoji je nach Kultur- und Sozialumfeld unterschiedliche Emotionen vermitteln oder hervorrufen: Zum Beispiel Japan steht auf traditionellen mimischen Zurückhaltung und deswegen konzentrieren sich die Emojis mehr auf die Augen, während die US-Amerikaner hingegen mehr auf den Mund hindeuten (vgl. URL 2).

als der Hälfte aller Facebook-Freunde ein Geburtstagsposting gestaltet wird, nicht bestätigt und die tatsächliche Quote erreichte nur 12 %.

Zusammenfassend lässt sich wiederholen, dass das kommunikative Verhalten auf Facebook der Variabilität von Nutzern, ihren Zielen und Strategien entspricht. Die goldene Regel von sozialen Netzwerken hat sich auch hier mehr als bestätigt – die auffälligsten Texte und kreativsten Beiträge werden am stärksten reflektiert, und dies stellt das höchste Ziel für die meisten Nutzer dar.

Literaturverzeichnis

- HENNING, Marina (2013): *Zwischen Freiheit und Zwang. Eine Untersuchung über soziale Auswirkungen der Online-Gruppen*. Zugänglich unter: https://netzwerk-familie.sozioologie.uni-mainz.de/files/2015/03/Projektbericht_Gruppe_1_ohne_MN.pdf (Letzter Zugriff am 10.10.2017).
- HOLZAPFEL, Felix (2011): *Facebook – Marketing unter Freunden: Dialog statt plumpe Werbung*. Göttingen.
- KACZMAREK, Hanna (2012): Emotionen in der Netzsprache. In: Horst EHRHARDT / Inge POHL (Hrsg.): *Sprache und Emotion in öffentlicher Kommunikation*. Frankfurt am Main, S. 93–119.
- KURZ, Constanze / RIEGER, Frank (2011): *Die Datenfresser. Wie Internetfirmen und Staat sich unsere persönlichen Daten einverleiben und wie wir die Kontrolle darüber zurückerlangen*. Frankfurt am Main.
- MAZURKIEWICZ-SOKOLOWSKA, Jolanta / SULIKOWSKA, Anna / WESTPHAL, Werner (Hrsg.) (2016): *Chancen und Perspektiven einer Emotionslinguistik*. Hamburg: PHILOLOGIA – Sprachwissenschaftliche Forschungsergebnisse, Band 208.
- MILLER, Daniel (2012): *Das wilde Netzwerk: ein ethnologischer Blick auf Facebook*. Berlin.
- PIŠL, Milan (2015): Konstruktion emotionaler Identität auf Facebook. Eine Studie am Beispiel von Geburtstagswünschen. In: PAVIĆ PINTARIĆ, Anita / SAMBUNJAK, Zaneta / ZELIĆ, Tomislav (Hrsg.): *Sprachliche Konstituierung der Identität durch Emotionalität*. Tübingen, S. 80–93.
- VANĀKOVÁ, Lenka et al. (2012) (Hrsg.): *Emotionalität in deutschen und tschechischen Medientexten*. Ostrava, S. 177–198.

Internetquellen:

- URL 1: www.socialmediastatistik.de/category/facebook/ (Letzter Zugriff am 01.10.2017).
- URL 2: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022103106000321?via%3Dihub> (Letzter Zugriff am 08.10.2017).
- URL 3: <https://emojipedia.org/> (Letzter Zugriff am 10.10.2017).