

Schreiben und (viel) mehr: WeChat-Kommunikation in China

Michael Szurawitzki
(Duisburg-Essen)

Kurzzusammenfassung: Der Beitrag nimmt eine linguistische Perspektivierung der chinesischen Messenger-Applikation WeChat mit Blick auf die Germanistische Linguistik vor. Linguistisch ist die WeChat-Kommunikation nämlich noch kaum erforscht. Anhand einer Aufarbeitung des Forschungsstands wird gezeigt, welches Potenzial zur Erforschung besteht. WeChat wird in seiner Funktionsweise vorgestellt, zudem werden Beispiele aus Chats betrachtet, die in kreativer Weise Emojis einsetzen. Abschließend werden konkrete Bestrebungen zur Erforschung der WeChat-Kommunikation beschrieben sowie theoretische Aspekte reflektiert.

1 Einführung

Die chinesische Messaging-Applikation WeChat (chin. 微信, Pinyin Wēixìn, ‚winzige Nachricht‘) der Firma Tencent (chin. 腾讯, Pinyin Téngxùn), eingeführt 2011, eine „all-in-one mobile application“¹, beherrscht im Reich der Mitte unangefochten den Markt. In Europa ist diese in der Bevölkerung sowie unter LinguistInnen noch weitgehend unbekannt. Im vorliegenden Beitrag soll WeChat näher vorgestellt sowie theoretische Überlegungen zu den vielfältigen Möglichkeiten der Kommunikation mit der Applikation angestellt werden.

Bei in China tätigen deutschsprachigen Journalisten erfährt WeChat bereits einige Aufmerksamkeit. Zand kommt zu folgender Einschätzung: „Die Universal-App WeChat hat den Alltag von 800 Millionen Menschen revolutioniert. [...] Tausende Unternehmen bieten über WeChat ihre Dienste an und werden über die App bezahlt. Selbst die Behörden nutzen sie – von der Müllabfuhr bis zur Kommunistischen Partei“², Wurzel thematisiert einen Streit zwischen WeChat und Apple.³ Frank Sieren, langjähriger ZEIT- und

¹ Zhou Rui / Jasmine Hentschel / Neha Kumar, Goodbye Text, Hello Emoji: Mobile Communication on WeChat in China, in: <http://www.tandem.gatech.edu/wp-content/uploads/2017/01/CHI17-Zhou-GoodbyeTextHelloEmoji.pdf>, S. 3. letzter Zugriff: 20.04.2017.

² Bernhard Zand, Das totale Netzwerk, in: DER SPIEGEL 41 / 2016. Tablet-Version, o. S.

³ Steffen Wurzel, WeChat gefällt Apple gar nicht, in: <http://www.tagesschau.de/ausland/we-chat-101.html>, letzter Zugriff: 16.06.2017.

Handelsblatt-Korrespondent in Peking, schreibt über die App „WeChat [...], d[ie] technologisch viel besser ist als Whatsapp und gerade dabei ist, die Welt zu erobern“⁴. Ähnlich sieht es Wolfgang Hirn: „Der Lehrling hat seinen Lehrmeister überholt. WeChat ist besser als Whatsapp“⁵; denn „es hat viel mehr Funktionen“⁶. Hirn geht noch viel weiter und sieht WeChat mittelfristig als so einflussreich an, eine traditionell etablierte chinesische Kulturtechnik wie das Überreichen von Visitenkarten herauszufordern:

Zwei von drei Chinesen, also knapp eine Milliarde, nutzen bereits WeChat. Jeder User von WeChat erhält einen QR-Code. Das ist eine quadratische Matrix, die selbst aus vielen kleinen schwarzen und weißen Quadraten besteht. Dieser Code ist quasi die WeChat-ID, die immer öfter die Visitenkarte ersetzt. Gehörte es in China lange zum Begrüßungsritual, beidhändig die Kärtchen auszutauschen, so scannt man nun – fast eine Kulturrevolution – häufig gegenseitig die QR-Codes mit den Smartphones.⁷

Abgesehen davon, dass Hirns historisch anders besetzter Begriff der „Kulturrevolution“ unpassend gewählt ist, kann man ihm darin folgen, dass das Sich-Verbinden mittels QR-Code mit WeChat immer üblicher wird. Ob als Einheimischer oder als Gast in China, es ist kaum möglich, sich der App zu entziehen, will man am Alltag der durchdigitalisierten Gesellschaft im Reich der Mitte auf Augenhöhe teilhaben. Während die westlichen Industrienationen und viele andere Länder der Erde in Facebook die führende Applikation im Bereich der sozialen Medien sehen, so ist dies in China anders, da Facebook offiziell über Internetrestriktionen gesperrt ist und auf legalem Wege so bald wohl nicht benutzt werden darf. Im Umkehrschluss gilt eher Sierens Annahme: „Dass die chinesischen Wettbewerber wie WeChat die Welt erobern, ist wahrscheinlicher, als dass Facebook in China zugelassen wird.“⁸

Der vorliegende Text unternimmt eine linguistische Perspektivierung von WeChat, die in der einschlägigen germanistischen und medienlinguistischen Forschung so noch kaum stattfindet. Das Erkenntnisinteresse liegt darin, einen Beitrag zur weiteren Erforschung der mittels WeChat möglichen Messenger-Kommunikation zu leisten. Über eine Reihe von Beobachtungen zur Chat-Kommunikation und insbesondere des Emoji-Gebrauchs anhand einiger chinesischer Beispiele wird der Bogen zu WeChat-

⁴ Frank Sieren, *Zukunft? China! Wie die neue Supermacht unser Leben, unsere Politik, unsere Wirtschaft verändert*. München 2018, S. 77.

⁵ Wolfgang Hirn, *Chinas Bosse. Unsere unbekanntenen Konkurrenten*. Frankfurt a. M. 2018, S. 169.

⁶ Ebenda, S. 184.

⁷ Ebenda, S. 185.

⁸ Frank Sieren, a. a. O., S. 99.

Kommunikationspraktiken deutschsprachiger Expatriates in China sowie zu theoretischen Fragen im Zuge dieser Untersuchung gespannt.

2 Forschungsstand zu WeChat

WeChat ist in sehr viele Lebensbereiche präsent, was dazu führt, dass die Applikation in unterschiedlichen Disziplinen in den Fokus der Forschung gerückt ist. Die hier chronologisch vorgestellte Zusammenschau, die keinen Wert auf Vollständigkeit legt, wurde mit dem Katalog der Deutschen Nationalbibliothek (DNB) bibliographiert und bietet einen Eindruck von der Bandbreite und der Heterogenität des Forschungsumfangs seit 2015. Zumeist handelt es sich hierbei um Untersuchungen chinesischer KollegInnen. Huo u. a.⁹ schreiben über die Verwendung von WeChat bei der öffentlichen Dokumentation chinesischen Kulturerbes. Li u. a.¹⁰ untersuchen die Nutzung von WeChat bei der Verbreitung von Informationen zu Malariaerkrankungen bei chinesischen Expatriates im afrikanischen Niger. Xu u. a.¹¹ studieren den Einfluss von WeChat auf die Schlafqualität von Studierenden. Zhang u. a.¹² forschen zum Einsatz von WeChat bei der Akquise von Informationen zur Gesundheit. Zhao/ Wei¹³ legen eine Analyse zum akademischen Einfluss von WeChat vor. Hierbei geht es um die Verbreitung von Forschungsergebnissen, zu der WeChat beitragen kann. Xue u. a.¹⁴ untersu-

⁹ Huo Xiaowei u. a., *Acquirement and Interpretation of Public Documentation of Cultural Heritage–WeChat & Post-disaster Rebuilding of Shangri-La Ancient City*, in: ISPRS Annals of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences Bd. II-5/W3(2015), S. 409-414, in: <https://www.isprs-ann-photogramm-remote-sens-spatial-inf-sci.net/II-5-W3/409/2015/isprsannals-II-5-W3-409-2015.pdf>, letzter Zugriff: 14.04.2019.

¹⁰ Li Wei u. a., *Using WeChat official accounts to improve malaria health literacy among Chinese expatriates in Niger: an intervention study*, in: *Malaria Journal* 15: 567 (2016), S. 2-13, in: DOI: <http://dx.doi.org/10.1186/s12936-016-1621-y>, letzter Zugriff: 14.04.2019.

¹¹ Xu Xianlong u. a., *Influence of WeChat on sleep quality among undergraduates in Chongqing, China: a cross-sectional study*, in: *SpringerPlus* 5: 2066 (2016), S. 2-12, in: DOI: <http://dx.doi.org/10.1186/s40064-016-3730-z>, letzter Zugriff: 14.04.2019.

¹² Zhang Xingting u. a., *How the public uses social media wechat to obtain health information in china: a survey study*, in: *BMC Medical Informatics and Decision Making* 17.2: 72:79 (2017).

¹³ Zhao Rongying / Wei Mingkun, *Academic impact evaluation of Wechat in view of social media perspective*, in: *Scientometrics* 112.3 (2017), S. 1777-1791, in: DOI: <http://dx.doi.org/10.1007/s11192-017-2439-2>, letzter Zugriff: 14.04.2019.

¹⁴ Xue Minhui u. a., *Characterizing user behaviors in location-based find-and-flirt services: Anonymity and demographics. A WeChat case study*, in: *Peer-to-peer networking and applications* 10.2 (2017), S. 357-367, in: DOI: <http://dx.doi.org/10.1007/s12083-016-0444-5>, letzter Zugriff: 14.04.2019.

chen das Flirtverhalten mittels ortsbasierter Kontaktaufnahme durch WeChat. Ai u. a.¹⁵ erforschen die Möglichkeit der Verbreitung von öffentlicher Meinung via WeChat. Feng u. a.¹⁶ untersuchen WeChat als Rückkopplungskanal für postoperative Kommunikation nach Nasenbehandlungen. Ahlheim u. a.¹⁷ untersuchen die Rolle von WeChat bei der Einschätzung touristischer Präferenzen für ökologische Verbesserungen in China. Chen / Cheung¹⁸ forschen zur Wahrnehmung und dem Schutz der Privatsphäre in sozialen Medien in China und legen eine Fallstudie zu WeChat vor. Guo u. a.¹⁹ untersuchen das Portal Run4Love, eine WeChat-basierte Initiative zur Verbesserung der psychischen Situation von HIV-Patienten. Häring²⁰ fokussiert auf WeChats Bezahlfunktion. Jiang / Li²¹ untersuchen den Einsatz von WeChat in einem australischen Chinesisch als Fremdsprache-Lernkontext. Li / Jung / Park²² erforschen den Einfluss von WeChat bei der Kontaktpfle-

¹⁵ Ai Chuan u. a., The national geographic characteristics of online public opinion propagation in China based on WeChat network, in: *Geoinformatica*, (2017), S. 1-24, letzter Zugriff: 30.9.2017.

¹⁶ Feng Shaoyan u. a., Effects of mobile phone WeChat services improve adherence to corticosteroid nasal spray treatment for chronic rhinosinusitis after functional endoscopic sinus surgery: a 3-month follow-up study, in: *European Archives of Oto-Rhino-Laryngology* 274.3 (2017), S. 1477-1485, in: DOI: <http://dx.doi.org/10.1007/s00405-016-4371-0>, letzter Zugriff: 14.04.2019.

¹⁷ Michael Ahlheim u. a., WeChat – Using social media for the assessment of tourist preferences for environmental improvements in China, in: *Hohenheim 2018: Universität Hohenheim. (= Hohenheim Discussion Papers in Business, Economics and Social Sciences)*, in: http://opus.uni-hohenheim.de/volltexte/2018/1482/pdf/dp_09_2018_online.pdf, letzter Zugriff: 11.04.2018.

¹⁸ Chen Zhen Troy / Cheung Ming, Privacy perception and protection on Chinese social media: a case study of WeChat, in: *Ethics and information technology* 20.4 (2018), S. 279-289, in: DOI: <http://dx.doi.org/10.1007/s10676-018-9480-6>, letzter Zugriff: 11.04.2018.

¹⁹ Guo Yan u. a., Run4Love, a mHealth (WeChat-based) intervention to improve mental health of people living with HIV: a randomized controlled trial protocol, in: *BMC Public Health* 18: 793 (2018), S. 2-10, in: DOI: <http://dx.doi.org/10.1186/s12889-018-5693-1>, letzter Zugriff: 14.04.2019.

²⁰ Norbert Häring, *Schönes neues Geld. PayPal, WeChat, Amazon Go. Uns droht eine totalitäre Weltwährung.* Frankfurt a. M. 2018, v.a. Kap.4.

²¹ Jiang Wenying / Li Wei, Linking up learners of Chinese with native speakers through WeChat in an Australian tertiary CFL curriculum, in: *Asian-Pacific Journal of Second and Foreign Language Education* 3:14 (2018), S. 1-16, in: DOI: <http://dx.doi.org/10.1186/s40862-018-0056-0>, letzter Zugriff: 14.04.2019.

²² Li Guozhong / Jung Jae-Rim / Park Seong-Taek, Factors enhancing mobile social networking friendship maintenance: a study of alumni community on Wechat, in: *Cluster Computing* 21.1 (2018), S. 1127-1138, in: DOI: <http://dx.doi.org/10.1007/s10586-017-0851-2>, letzter Zugriff: 14.04.2019.

ge im Alumni-Kontext. Liu / Perry / Gadzinski²³ stellen Erkenntnisse zur Rolle von WeChat bei der digitalen Vermarktung von Luxusmode in China vor. Montag u. a.²⁴ legen erste Befunde zu WeChat-Sucht vor. Zhou u. a.²⁵ untersuchen Abstimmungsprozesse auf WeChat, während Zhu u. a.²⁶ WeChat und seinen Einfluss bei einer Kampagne gegen fette essbare Ölpräparate im Blick haben.

3 Forschungsstand zur Messenger-Kommunikation und WeChat

Die hier referierten Beiträge reichen zeitlich bis kurz vor der Einführung von WeChat zurück und weisen noch heute eine einschlägige Relevanz auf. Der erste nennenswerte Text stammt von Beißwenger²⁷, der auf die Eigenheiten von Chat-Kommunikation im Gegensatz zu face-to-face-Kommunikation verweist und somit unsere spezifische Rezeption (auch) von WeChat-Kommunikation anmahnt. Dresner / Herring²⁸ arbeiten über die non-verbale Dimension der CMC (Computer-Mediated Communication), zu der die für uns relevanten Emojis zu zählen sind. In vielen Teilen der Welt ist WhatsApp die meistgenutzte Messaging-Applikation: In Ablösung von der SMS liegen gleich mehrere vergleichende Studien vor, v. a. Dürscheid / Frick²⁹, König³⁰ sowie Wyss / Hug³¹. Interessant ist hierbei, dass es keine di-

²³ Liu Sindy / Patsy Perry / Gregory Gadzinski, The implications of digital marketing on WeChat for luxury fashion brands in China, in: *Journal of Brand Management*, 15.10. (2018): S. 1-15.

²⁴ Christian Montag u. a., Internet Communication Disorder and the structure of the human brain: initial insights on WeChat addiction, in: *Scientific Reports* 8:2155 (2018), S. 1-10, in: <https://www.nature.com/articles/s41598-018-19904-y.pdf>, letzter Zugriff: 14.04.2019.

²⁵ Zhou Yanyu u. a., Guanxi or Justice? An Empirical Study of WeChat Voting, in: *Journal of Business Ethics*, 01.11.2018, S. 1-25, in: DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-018-4053-5>, letzter Zugriff: 11.04.2018.

²⁶ Zhu Rui u. a., Decreasing the use of edible oils in China using WeChat and theories of behavior change: study protocol for a randomized controlled trial, in: *Trials* 19: 631 (2018), S. 1-10, in: DOI: <https://doi.org/10.1186/s13063-018-3015-7>, letzter Zugriff: 14.04.2019.

²⁷ Michael Beißwenger, Situated Chat Analysis as a Window to the User's Perspective, in: *Language@Internet* 5 (6) (2008), in: <http://www.languageatinternet.org/articles/2008/1532>, letzter Zugriff: 20.05.2018.

²⁸ Eli Dresner / Susan C. Herring, Functions of the Nonverbal in CMC. Emoticons and Illocutionary Force, in: *Communication Theory* 20 (3) (2010), S. 249-268, in: DOI: [10.1111/j.1468-2885.2010.01362.x](https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2010.01362.x).

²⁹ Christa Dürscheid / Karina Frick, Keyboard-to-screen-Kommunikation gestern und heute: SMS und WhatsApp im Vergleich, in: *Networx* 64 (2014), S. 149-181, letzter Zugriff: 20.05.2018.

rekten analogen Vergleiche zwischen SMS- und WeChat-Kommunikation gibt. Kontrastive deutsch-chinesische Studien zu SMS-Kommunikation liegen mit Günthner / Kriese³² und Günthner / Zhu³³ vor. Wu/Trautsch³⁴ arbeiten kontrastiv deutsch-chinesisch zur Kommunikation mittels Emoticons, während Szurawitzki³⁵ am Beispiel typisch finnischer Emojis Überlegungen zur Kulturspezifik von Emojis vorlegt. Pappert³⁶ untersucht den Emojis-Gebrauch innerhalb von WhatsApp-Kommunikation. Ge / Herring³⁷ fokussieren auf Emojis, wie sie bei der Kommunikation mit Sina Weibo (chin. 新浪微博, Pinyin Xīnlàng Wēibó) gebraucht werden.

Liu³⁸ legt die erste deutschsprachige Monographie zu WeChat vor, allerdings nicht aus einer linguistischen Perspektive, sondern mit Blick auf WeChat als Tool für das „Social Media Marketing“. Erste linguistische Perspektiven auf WeChat eröffnen Günthner³⁹ und Szurawitzki⁴⁰ sowie Gus⁴¹

³⁰ Katharina König, Dialogkonstitution und Sequenzmuster in der SMS- und WhatsApp-Kommunikation, in: *Travaux neuchâtois de linguistique* 63 (2015), S. 87-107, in: https://www2.unine.ch/files/content/sites/islc/files/tranel/63/87-107_k%C3%B6nig_corr.pdf, letzter Zugriff: 20.05.2018.

³¹ Eva Lia Wyss / Barbara Hug, WhatsApp-Chats. Neue Formen der Turn-Koordination bei räumlich-visueller Begrenzung, in: Spiegel, Carmen / Daniel Gysin (Hg.): *Jugendsprache in Schule, Medien und Alltag*. Frankfurt a. M. 2016, S. 259-274.

³² Susanne Günthner / Saskia Kriese, Dialogizität in der chinesischen und deutschen SMS-Kommunikation – eine kontrastive Studie, in: *Linguistik online* 57 (7) (2012), S. 43-70, letzter Zugriff: 20.05.2018.

³³ Susanne Günthner / Zhu Qiang, Formen ‚verbaler Fellpflege‘: Kosende Anredepraktiken in chinesischen und deutschen SMS-Dialogen, in: *Deutsche Sprache* 43/1 (2015), S. 42-73.

³⁴ Wu Yinxi / Christian Trautsch, Die Struktur und Funktion von mimischen Emotikons in Deutschland und China, in: *Zeitschrift für Semiotik* 37 (1-2) (2015), S. 177-187.

³⁵ Michael Szurawitzki, Zur Kulturspezifik von Emojis, in: *Der Sprachdienst* 2/2016, S. 64-66.

³⁶ Steffen Pappert, Zu kommunikativen Funktionen von Emojis in der WhatsApp-Kommunikation, in: Beißwenger, Michael (Hg.): *Empirische Erforschung internetbasierter Kommunikation*. Berlin 2017, S. 175-211.

³⁷ Ge Jing / Susan C. Herring, Communicative functions of emoji sequences on Sina Weibo, in: *First Monday* 23, 11. 5 November 2018, in: <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/9413/7610>, letzter Zugriff: 11.03.2019.

³⁸ Liu Yinyuan, *Social Media Marketing in China mit WeChat. Einsatzmöglichkeiten, Funktionen und Tools für ein erfolgreiches Mobile Business*. Wiesbaden 2018.

³⁹ Susanne Günthner, Perspektiven einer sprach- und kulturvergleichenden Interaktionsforschung: Chinesische und deutsche Praktiken nominaler Selbstreferenz in SMS-, WhatsApp- und WeChat-Interaktionen, in: *Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion* 19 (2018), S. 478-514, in: <http://www.gespraechsforschung-online.de/fileadmin/dateien/heft2018/ga-guenthner.pdf>, letzter Zugriff: 13.03.2019.

⁴⁰ Michael Szurawitzki, Researching Digital Communication Practices among German-Speaking Expats in China: Study Design, in: *Modern Language Studies and Modern Humanities* (2019a). Unter Begutachtung.

Dissertationsprojekt. Szurawitzki⁴² hat die Entwicklung hin zu immer mehr Digitalisierung in Bürokratie und organisationaler Schriftlichkeit im Fokus, wenn er schreibt: „[I]n China [...] werden die Grenzen der digitalen Durchdringung des Alltags in privater wie öffentlicher, meist mobiler, Kommunikation ständig verschoben (v. a. über das multifunktionale soziale Netzwerk WeChat)“⁴³.

Insgesamt liegen zu WeChat noch sehr wenige schwerpunktmäßig linguistisch orientierte Veröffentlichungen vor, wenngleich aus der Einführung zu diesem Artikel sowie aus dem Forschungsüberblick deutlich wird, dass es sich hierbei um eine relevante Applikation handelt, der in Zukunft weit mehr Aufmerksamkeit von KollegInnen zuteilwerden wird.

4 WeChat: Funktionale Möglichkeiten

Die verschiedenen funktionalen Möglichkeiten, die WeChat bietet, sind in Szurawitzki⁴⁴ vorgestellt worden. Hier möchte ich kurz, unter Einbindung weniger Screenshots, die kommunikativen Funktionen der Applikation referieren. Das allgemeine Interface von WeChat, das in einer Vielzahl von Sprachen, darunter Deutsch, bedient werden kann, ähnelt sehr stark dem Startbildschirm von WhatsApp, auch die Kontaktverwaltung und -liste weisen Ähnlichkeiten zu WhatsApp auf.

Eine erste deutliche Differenz sind die ‚Offiziellen Konten‘ bzw. ‚Newsfeeds‘, denen man wie auf Twitter folgen kann. Im Bereich ‚Entdecken‘ fließen verschiedene Aspekte zusammen: Man kann sich über QR-Codes mit anderen WeChat-NutzerInnen verbinden (vgl. 1. oben), über die Funktion ‚Schütteln‘ zufällige Kontaktvorschläge erhalten (ein wenig wie bei der Dating-App Tinder) oder sich Personen in der Nähe anzeigen lassen. Der interessanteste Bereich ist jedoch ‚Momente‘, der praktisch wie die Posting-Funktion von Facebook aufgebaut ist (vgl. nachfolgende Abb. 1):

Michael Szurawitzki, WeChat – Funktionsweise, technische Möglichkeiten und Emoji-Kommunikation. 20 S, in: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik 4/2019, (2019b) im Druck, (unter Mitarbeit v. C. Wang und L. Zhang).

⁴¹ Gu Wei (i.V.): Dissertationsprojekt zu Stickern in WhatsApp and WeChat. Universität Zürich.

⁴² Michael Szurawitzki, Bürokratie und organisationale Schriftlichkeit, in: S. Habscheid / A. Müller / A. Wilton (Hg.), Sprache in Organisationen. Berlin / Boston 2018, S. 126-144. (= Handbücher Sprachwissen [HSW] 14).

⁴³ Ebenda, S. 139-140.

⁴⁴ Michael Szurawitzki, WeChat – Funktionsweise, technische Möglichkeiten und Emoji-Kommunikation, a. a. O.



Abb. 1: ‚Momente‘

Hier gibt es wie bei Facebook ein Profil- und ein Hintergrundbild, die man jeweils wählen kann, darunter angeordnet stehen die Postings der eigenen Kontakte. Wenn man selbst etwas posten möchte, wählt man das oben rechts in der Ecke befindliche Kamera-Icon, um Inhalte mit seinen Kontakten zu teilen. Die Posting-Funktion wird weiter unten noch eingehender behandelt, da sie technisch bedingt eine neue Perspektivierung von zu teilen den Informationen bietet, die so noch nicht bei anderen Messengern existiert und daher gesonderte theoretische Betrachtung verdient.

Im hier nicht näher vorgestellten persönlichen Bereich mit der in der deutschen Version nicht ganz geglückten Bezeichnung ‚Mich‘ können Einstellungen vorgenommen, personalisierte Sticker-Galerien verwaltet, Favoriten und eigene Posting-Beiträge eingesehen sowie verknüpfte Bankkarten und weitere Angebote verwaltet werden.

Der Link ‚Brieftasche‘ führt zu weiteren Angeboten, die nach der Betrachtung der Chat-Oberfläche und ihren Features betrachtet werden.

Unnötig ist, die gebräuchlichen Chat-Funktionen von WeChat mit der Eingabe von Text, Emojis, Bildern, Videos, Kontaktkarten und Sprachnachrichten näher zu beschreiben, da solche Features mittlerweile Standard der meisten Messaging-Applikationen sind. Überdies verfügbar ist etwa die Standort-Funktion, die einerseits das Senden von GPS-Koordinaten ermöglicht, um den eigenen Standort anzuzeigen, andererseits können Personen eine Navigation zum gesendeten Ort vornehmen. Eine weitere Funktion ist

der sog. ‚rote Umschlag‘ (chin. 红包, Pinyin hóngbāo), der das digitale Versenden von in China zu Festen, Geburtstagen u. ä. üblichen Geldgeschenken ermöglicht, wenn gewünscht, auch mit Zufallsfunktion für vordefinierte Gruppen. Weiter ist die Überweisungsfunktion zu nennen, die neben der mittels QR-Code funktionierenden Bezahlung den Gang zur Bank ersparen kann. Für Überweisungen ist nur das WeChat-Konto des Empfängers notwendig. Ein virtuelles Konto ist Teil eines jeden WeChat-Kontos, ebenso besteht die Möglichkeit, eine Bankkarte mit diesem Konto zu verknüpfen und Geld in beide Richtungen zu transferieren. Abschließend können für die erweiterten Chatfunktionen auch abgespeicherte Favoriten unmittelbar weiter kommuniziert werden.

Über die bekannten und erweiterten Chat-Features hinaus bietet WeChat über die oben bereits kurz angesprochene ‚Brieftasche‘ den Zugang zu einer Vielzahl von „Mikro-Apps“ genannten Hilfsprogrammen, die in praktisch jeden Lebensbereich hineinreichen, vom Zahlen von Strom- und Wasserrechnungen über Transport-Apps wie die populäre Applikation Didi Chuxing (chin. 滴滴出行, Pinyin didi chūxíng), Chinas Uber etc. Die nachfolgende Abbildung 2 zeigt einige der nahezu unbegrenzten Möglichkeiten der in WeChat integrierbaren Mikro-Apps, deren Zahl in die Hunderttausende geht⁴⁵:

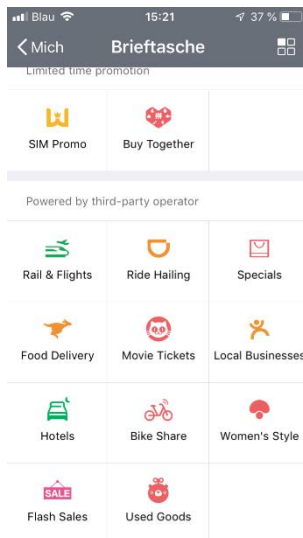


Abb. 2: Mikro-Apps

⁴⁵ Über 580.000 nach Ankenbrand: Henrik Ankenbrand, Chinas Überwachungsapp drängt in die Welt, in: FAZ, 15.1.2018, in: <http://m.faz.net/aktuell/wirtschaft/diginomics/chinas-ueberwachungsapp-draengt-in-die-welt-15400334.html>, letzter Zugriff: 16.1.2018.

Nachdem bislang die funktionalen Möglichkeiten von WeChat beschrieben worden sind, richtet sich der Blick nachfolgend auf einige Aspekte des Emojis-Gebrauchs in WeChat-Interaktionen.

5 Zum Emoji-Gebrauch in WeChat

Nachfolgend wird zunächst kompakt die Struktur und Geschichte der chinesischen Schriftzeichen vorgestellt. Danach erfolgt eine Einbettung von Emojis in eine etablierte schriftlinguistische Theorie, woran sich zwei Beispielanalysen zur kreativen Emoji-Verwendung in chinesischen WeChat-Interaktionen anschließen. Diese sollen das Potenzial andeuten, das der Kommunikation mit Emojis innewohnt.

5.1 Zur Struktur chinesischer Schriftzeichen

In der chinesischen Schrift existieren verschiedene wesentliche Zeichentypen. Für den Emoji-Kontext am bedeutungsvollsten sind die ikonischen Bildzeichen, bei denen greifbare Gegenstände in früheren Stadien der Schriftgeschichte sehr realitätsnah waren und heute trotz eines höheren Abstraktionsgrades immer erkennbar abgebildet werden.⁴⁶ Weitere Zeichentypen umfassen die indikativen Zeichen mit symbolhafter, arbiträrer Relation zum Bezeichneten, Kombinationszeichen (zwei oder mehrere Bild- oder indikative Zeichen) sowie Bild-Laut-Zeichen, die aus zwei Komponenten bestehen, wobei eine Komponente die Aussprache determiniert. Die Ordnung der Zeichen erfolgt nach graphischen Grundkomponenten, den sog. Radikalen, abgeleitet von lat. *radix* ‚Wurzel‘, von denen es im Chinesischen je nach Zählweise ca. 225 verschiedene gibt.

5.2 Schriftlinguistische Theorie und Emojis

Dürscheid / Siever⁴⁷ reflektieren in ihrer Arbeit zur Emoji-Kommunikation Gallmanns⁴⁸ Klassifikation der formal definierten Graphemtypen, die Buchstaben, Hilfszeichen, Leerzeichen und Sonderzeichen umfasst. Hier lassen sich Emojis nicht ohne Weiteres einordnen, ebenso wenig in die meisten in-

⁴⁶ Huang Hefei / Dieter Ziethen, *Chinesische Elementarzeichen 1. Übungsbuch der Schriftzeichen und Vokabeln des neuen HSK 1*. Gröbenzell 2015.

⁴⁷ Christa Dürscheid / Christina Margrit Siever, *Jenseits des Alphabets – Kommunikation mit Emojis*, in: *Zeitschrift für Germanistische Linguistik* 45.2 (2017), S. 265.

⁴⁸ Peter Gallmann, *Graphische Elemente der geschriebenen Sprache. Grundlagen für eine Reform der Orthographie*. Tübingen 1985 (= Reihe Germanistische Linguistik 60).


kludierten Aspekte der funktional definierten Graphemklassen⁴⁹, wie Grundgrapheme, Klassifikatoren, Grenz- oder Auslassungssignale. Als Ideogramme, d. h. bedeutungstragende Einheiten, und bedingt auch Satzintentionssignale, können Emojis im Chinesischen hingegen sehr wohl fungieren.⁵⁰ Emojis können im Chinesischen jedoch nicht als Allographen verwendet werden,⁵¹ weil das Chinesische keine Alphabetschrift ist. Eine „indexikalische Funktion“⁵² basierend auf Danesis⁵³ Bemerkung, Emojis seien vor allem Teil einer „modern day informal communication“, kann auf der Grundlage unserer Untersuchung angenommen werden⁵⁴: „Emojis können in Kombination mit anderen Ausdrucksmitteln anzeigen, wie der Text, in dem sie stehen, zu interpretieren ist.“⁵⁵

5.3 Beispielanalysen zur Emoji-Kommunikation in WeChat

Die hier aufgenommenen Beispielanalysen zur Emoji-Kommunikation in WeChat sind aus Szurawitzki⁵⁶ entnommen und für diesen Beitrag leicht gekürzt worden. Auf die Illustrierung durch Screenshots wurde hier verzichtet. Im ersten Beispiel aus einem Chat liegt die Verwendung eines Affen-Emojis vor:

(1)
 2:00 吧可以吗
 2:00 bā ke yǐ ma
 Ist 2:00 Uhr so in Ordnung

额
 é
 ähm

 [猴] 哒
hóu da
 Ok

⁴⁹ Christa Dürscheid / Christina Margrit Siever, *Jenseits des Alphabets – Kommunikation mit Emojis*, a. a. O., S. 267.

⁵⁰ Vgl. für Ideogramme auch die nachstehenden Beispiele in 5.3.

⁵¹ Anders als die Autorinnen dies an diversen Beispielen für andere Sprachen zeigen; vgl. Dürscheid / Siever 2017, a. a. O., S. 268-271.

⁵² Ebenda, S. 274.

⁵³ Marcel Danesi, *The Semiotics of Emoji. The Rise of Visual Language in the Age of the Internet*. London/New York 2017.

⁵⁴ Vgl. dazu das nachstehende Beispiel zum Pferde-Emoji.

⁵⁵ Dürscheid / Siever 2017, a. a. O., S. 274. Vgl. auch Szurawitzki, *WeChat – Funktionsweise, technische Möglichkeiten und Emoji-Kommunikation*, a. a. O.

⁵⁶ Szurawitzki, *WeChat – Funktionsweise, technische Möglichkeiten und Emoji-Kommunikation*, a. a. O.

In (1) wird das Affen-Emoji (chin. hóu 猴 für Affe) als Teil der Äußerung hóu da (deutsch Ok) benutzt. Bei hóu da handelt es sich um eine satzwertige Äußerung, die aus dem Kantonesischen entlehnt ist. In Mandarin (Standardvarietät) hieß es aber 好的 (hǎo de). Um den Sinn zu erfassen, muss die RezipientIn um die Entlehnung bzw. Interferenz Richtung Kantonesisch wissen. Lautlich ähnelt hóu da dem gängigen hǎo de stark.⁵⁷

Im zweiten Beispiel wird das Pferde-Emoji verwendet:

(2)

宝贝们, 你们打印的成绩单上有德语

bǎo bèi men, nǐ men dǎ yìn de chéng jì dān shàng yǒu dé yǔ

Schätzchen, gibt es die Leistungen für Deutsche

语言学的成绩 🐎 [吗]

yǔ yán xué de chéng jì ma

Linguistik in Euren ausgedruckten Zeugnissen?

Das Pferde-Emoji steht für die Fragepartikel ma (chin. 吗), die im Chinesischen gewöhnlich am Ende eines Satzes steht, um eine Frage zu markieren. Ohne diese Partikel wäre das obige Beispiel ein Aussagesatz. Lautlich gesehen existiert hier ein Problem hinsichtlich der Töne: Die semantisch und syntaktisch hier richtig gebrauchte Fragepartikel ma (chin. 吗) steht ohne einen der insgesamt vier existierenden Töne, das Pferde-Emoji steht eigentlich für das im 3. Ton auszusprechende Zeichen für Pferd mǎ (chin. 马). Das heißt, dass das Pferde-Emoji hier als Fragepartikel verwendet wird, obwohl es weder homophon (anderer Ton) noch homograph (anderes Schriftzeichen) ist. Es wird deshalb als Fragepartikel erkannt, weil es an der typischen Position am Satzende steht und eine Antwort erfolgt: 木有哎 mù yǒu āi [leider nein]⁵⁸

Diese beiden kurzen Beispiele illustrieren die kreativen Möglichkeiten der Emoji-Verwendung, da ständig zahlreiche neue Emojis in den diskursiven Gebrauch gelangen und potenziell keine Grenzen hinsichtlich der Erweiterung existieren. Doch gibt es auch problematische Deutungsversuche, die im nachfolgenden Abschnitt zur Sprache kommen.

⁵⁷ Ebenda.

⁵⁸ Szurawitzki, WeChat - Funktionsweise, technische Möglichkeiten und Emoji-Kommunikation, a. a. O.

6 Empirische Studie zum Gebrauch von WeChat durch deutschsprachige Expatriates in China

Gegenstand eines laufenden Forschungsprojekts ist der Gebrauch von WeChat durch deutschsprachige Expatriates in China inkl. Alumni.⁵⁹ Die Nutzung von WeChat wird mittels einer elektronischen durchgeführten Erhebung mit dem web-basierten Tool SoSciSurvey durchgeführt, an der sich kurz vor Abschluss (April 2019) über 200 Personen beteiligten. Die Daten wurden im Zeitraum zwischen November 2018 und April 2019 gesammelt. Konkret wurden von den NutzerInnen Metadaten wie Alter, Geschlecht, Beruf, Sprachkompetenz in anderen Sprachen außer Deutsch und Aufenthaltsort in China erhoben. Weitere Fragen bezogen sich darauf, wie man in Kontakt mit WeChat kam und ob man es vor dem China-Aufenthalt kannte. Weiter wurde erhoben, ob noch andere Messaging-Dienste genutzt werden, sodann wurde auf die Häufigkeit der WeChat-Nutzung geblickt. Ein umfangreicher Fragenkomplex widmete sich der Nutzung aller Hauptfeatures von WeChat, die in die Applikation integriert sind. Danach wurde auf die verwendeten Sprachen und Sprachmischung eingegangen, sowie auf die verwendeten Sprachen innerhalb von Sprachnachrichten. Dem schlossen sich Fragen zur Einstellung zur Sprachrichtigkeit in den selbst verfassten Nachrichten an, in denen nach der Verwendung von Chinesisch mit anderen Deutschsprachigen sowie nach dem Gebrauch von Deutsch mit ChinesInnen gefragt wurde. Auch die Nutzungshäufigkeit der in WeChat integrierten Übersetzungsfunktion wurde erhoben. Im abschließenden Frageblock wurde danach gefragt, ob die NutzerInnen in ihren Chats Internet-Sprache, Emojis sowie Sticker verwenden, und falls ja, welche Funktionen die Emojis und Sticker übernehmen. Die letzte Frage zielte auf die konzeptionelle Schreibhaltung, nämlich ob sich die NutzerInnen beim Chatten eher an ihrer gesprochenen oder ihrer geschriebenen Sprache orientieren. Zum Abschluss der Umfrage gab es die Möglichkeit, Fragen zu weiteren denkbaren Features von WeChat, zu möglichen Nutzungsproblemen u. ä. zu beantworten.

7 Ausblick: Reflexion zur Kommunikation mittels WeChat

Auf der Basis des bisher Gesagten lässt sich festhalten, dass die Applikation WeChat hinsichtlich ihrer linguistischen Erforschung ein immenses Potenzial hat. Dazu sind geeignete linguistische Korpora notwendig,⁶⁰ die aufberei-

⁵⁹ Ausführlicher dargestellt in Szurawitzki, *Researching Digital Communication Practices among German-Speaking Expats in China: Study Design*, a. a. O.

⁶⁰ Nicht nur mit chinesischen Sprachdaten, wie etwa an der „Xi'an International Studies University“, chin. 西安外国语大学.

tet Teil von geeigneten Datenbanken werden müssten. Auch für die germanistische medienlinguistische Forschung bieten sich hier Möglichkeiten, ein deutschsprachiges WeChat-Datenkorpus ist ein Desiderat.⁶¹ Bei der Auswertung von WeChat-Sprachdaten gleich aus welcher Quelle werden perspektivisch funktionale Aspekte und deren Verzahnung eine bisher nicht gekannte Rolle spielen. Dies liegt daran, dass die Chat-Oberfläche stark WhatsApp ähnelt und zudem viel mehr Funktionen aufweist. Zudem darf der Chat nicht die ausschließliche Blickrichtung darstellen, da mit der ‚Momente‘-Funktion das Posten wie auf Facebook in WeChat integriert ist. Die Grenzen des über Facebook bekannten Postens sind bei WeChat außerdem zugunsten einer Präferenz der Bilder verschoben: Benutzt man das Kamera(!)-Icon zum Posten, so wird man aufgefordert, ein Bild auszuwählen, zu dem man nach Bedarf einen Text hinzufügen kann. So entsteht der Eindruck einer Dominanz der Bilder gegenüber dem Text, dem bei Facebook noch dominanten Medium. Man kann bei WeChat auch nur Text oder Links posten, muss aber diese Funktion aktivieren, indem man einige Sekunden lang das Kamera-Icon anklickt, worauf die Aufforderung verschwindet, ein Bild über die Kamera oder über die Mediathek einzubinden. In einer App, die schwerpunktmäßig auf Chats setzt – obwohl funktional viel mehr möglich ist –, kommt eine solche Funktionsweise einer kommunikativen Umwälzung hin zum Bild gleich; wir blicken auf einen Messenger, in dem teilweise das Bild app-seitig dem Text vorgezogen wird. Stehen wir hier an einer Epochen-schwelle im Bereich der Messenger-Kommunikation weg vom Text zum Bild hin? Weiterentwicklungen und Aktualisierungen von WeChat, die Frage, wie es international auch bei Nicht-ChinesInnen immer mehr Akzeptanz finden kann, sowie andere populäre Messaging-Apps der Zukunft werden uns den Weg zur Beantwortung dieser Frage weisen – der populäre Online-Dienst Instagram zum Teilen von Bildern und Videos wird hier nicht den Messengern wie WhatsApp, Telegram, Viber u. ä. zugerechnet.

Der letzte Gedankengang richtet sich erneut auf Emojis. Ge /Herring⁶² wagen folgende These:

Our study largely supports the idea that emoji are developing into an independent language: They can substitute for words, and emoji sequences can resemble complete utterances with subject, verb, and object. In addition, we have shown that emoji sequences can fulfill certain communicative functions that were previously associated only with verbal utterances.⁶³

⁶¹ Ebenso wie WeChat-Korpora für andere Sprachen.

⁶² Ge Jing / Susan C. Herring, Communicative functions of emoji sequences on Sina Weibo, a. a. O.

⁶³ Ebenda, letzter Zugriff: 15.04.2019.

Auf der Basis einer Untersuchung von Sprachmaterial aus Sina Weibo wird von den Autorinnen angenommen, dass sich Emojis in Richtung einer eigenständigen Sprache entwickeln. Dieser Hypothese kann man so nicht folgen: Bereits an den beiden hier diskutierten Beispielen zum Emoji-Gebrauch wird deutlich, dass zum Verständnis von einzelnen Emojis geteiltes Kontextwissen unter den Interagierenden nicht nur inhaltlich, sondern auch diskurskonventionell notwendig ist. Die Anzahl der Deutungsmöglichkeiten wird bei einer Vielzahl von in einem neuen Kontext zu interpretierenden Emojis und Emoji-Folgen (Emoji-Texten) mangels explizit getroffener Übereinkünfte exponentiell anwachsen. Daher lässt sich die bislang entwickelte Emoji-Kommunikation keineswegs mit voll funktionsfähigen Schriftsystemen vergleichen, weshalb die von Ge/Herring⁶⁴ geäußerte Einschätzung zum gegenwärtigen Zeitpunkt äußerst unwahrscheinlich erscheint. Es bleibt abzuwarten, wohin die Entwicklung künftig führen wird.

⁶⁴ Ebenda.