

*SPRACHE DEUTSCHER UND ÄGYPTISCHER STUDENTEN IM FACEBOOK  
EINE SOZIOLINGUISTISCHE VERGLEICHSTUDIE*

MUHAMMAD ZAKARIA AMIN MAHMOUD SAKR  
Misr University for Science & Technology

**Abstract:**

*This thesis aims to study the language of Egyptian and German university students on Facebook from a sociolinguistics perspective. The transcripts of conversations on Facebook were chosen as the corpus for the study, given its increasing importance nowadays as a widespread means of communication, especially among students. In this context, the social discourse is analyzed in the various conversations on German and Egyptian student Facebook pages, on which various social topics of interest to students are presented and discussed, for example topics of education, work, love, marriage, politics, economics, etc. Based on the diversity of the topics of discussion, the role of Facebook will be highlighted as a contemporary means of linguistic expression for the student community in both Egypt and Germany. In this context, the capabilities provided by written communication on Facebook in the virtual community will be examined in contrast to oral communication in the real community. By analyzing written texts in students' Facebook conversations derived from the Egyptian Facebook page for Cairo University students and the German Facebook pages for students: Ludwig Maximilians University in Munich, Studienscheiss, and Studentenleben, it is possible to deduce several linguistic elements through which social interaction between students and their interests are expressed. Within the framework of the study, the language used by students to interact on Facebook is also examined, and the dimensions of linguistic interaction between students in Germany and Egypt are explained, in terms of social aspects and linguistic characteristics. In this context, other topics are addressed, such as the topic of alienation, in which Facebook is considered as a means of socially isolating students from their actual communicative reality, and how the student presents himself and his identity on Facebook (online identity) and new models of communication.*

**Key words:** Facebook, Sociolinguistics, Digimodernism, Lingual interaction, Students, Alienation, New communication models

**Abstract:**

*Ziel dieser Arbeit ist es, die Sprache deutscher und ägyptischer StudentInnen im Facebook aus soziolinguistischer Perspektive zu untersuchen. Als Korpus für die Studie wurden Gespräche aus aktuellen Facebook-Seiten der StudentInnen in Deutschland und Ägypten ausgewählt, da Facebook heutzutage als weit verbreitetes Kommunikationsmittel, insbesondere unter StudentInnen, zunehmend an Bedeutung gewinnt. In diesem Zusammenhang wird der soziale Diskurs in den verschiedenen Gesprächen auf Facebook-Seiten deutscher und ägyptischer StudentInnen analysiert, auf denen verschiedene Themen behandelt werden, die von gemeinsamem Interesse für die StudentInnen sind, wie zum Beispiel Bildung, Arbeit, Liebe, Ehe, Politik und Wirtschaft. Basierend auf der Vielfalt der Diskussionsthemen wird die Rolle von Facebook als zeitgemäßes sprachliches Ausdrucksmittel für die StudentInnen in Ägypten und Deutschland hervorgehoben. Dabei werden die Möglichkeiten der schriftlichen Kommunikation auf Facebook im virtuellen Raum im Gegensatz zur mündlichen Kommunikation in der realen Welt untersucht. Durch die Analyse geschriebener Texte*

*in Facebook-Gesprächen von StudentInnen, die von der ägyptischen Facebook-Seite der Universität Kairo und den deutschen Facebook-Seiten: Ludwig-Maximilians-Universität München, Studienschiss und Studentenleben abgeleitet wurden, ist es möglich, mehrere sprachliche Elemente abzuleiten, die die Sprache der StudentInnen im Facebook kennzeichnen. Im Rahmen der Studie werden die Dimensionen der sprachlichen Interaktion zwischen Studierenden in Deutschland und Ägypten im Hinblick auf soziale Aspekte erläutert. In diesem Zusammenhang werden auch weitere Themen angesprochen, etwa das Thema der Entfremdung, bei dem Facebook als Mittel zur sozialen Isolierung von Studierenden von ihrer eigentlichen Kommunikationswirklichkeit betrachtet wird, Offline- und Online-Identität(en), Selbstdarstellung im Facebook und Neue Kommunikationsmodelle.*

**Schlüsselwörter:** Facebook, Soziolinguistik, Digitale Moderne, Sprachliche Interaktion, StudentInnen, Entfremdung, Neue Kommunikationsmodelle

### **Zusammenfassung:**

Die Arbeit zielt hauptsächlich auf die soziolinguistische Untersuchung der Sprache, die die StudentInnen in Deutschland und Ägypten bei ihrer Interaktion im Facebook nutzen, wobei sich das Untersuchungsfeld auf die folgenden Facebook-Seiten im Studienjahr 2019/ 2020 für drei Semester (Winter-, Frühlings- und Sommersemester) beschränkt:

In Deutschland: Ludwig Maximilians Universität in München (<https://www.facebook.com/lmu.muenchen/>), Studienschiss (<https://www.facebook.com/studienschiss/>) und Studentenleben (<https://www.facebook.com/Studentenleben/>).

In Ägypten: Kairo Universität (<https://www.facebook.com/Cairo.Univ/>)

In diesem Rahmen wurde einerseits auf die sozialen Bedingungen der StudentInnen in Deutschland und Ägypten sowie die auf ihren Facebook-Seiten behandelten Themen eingegangen. Andererseits wurde die geschriebene Sprache der StudentInnen und deren Merkmale untersucht sowie die Kommunikationsmodelle der Gespräche im Facebook erläutert.

Bei der Untersuchung handelte es sich hauptsächlich darum, die sprachlichen Elemente der Studentensprache im Facebook zu analysieren und zu erklären, inwiefern die Studentensprache als Ausdruck der sozialen Interaktion und der Interessen der StudentInnen gilt. Dieses Ziel wurde durch die Analyse von Ausschnitten der auf Facebook geführten Gesprächsketten erreicht, welche auf zwei Ebenen mit zwei Statistiken erfolgte. Die Statistik I zeigte die Themen, für die sich die deutschen StudentInnen sowohl an deutschen als auch an ägyptischen Universitäten interessieren. Im Folgenden wird die Zusammenfassung der Ergebnisse der Statistik I tabellarisch dargestellt:

	Arabisch	Deutsch		
	Kairo Universität	Ludwigs- Maximilians- Universität	Studentenleben	Studienscheiss
<b>Diversität der Themen</b>	36 unterschiedliche Themen	14 unterschiedliche Themen	5 unterschiedliche Themen	4 unterschiedliche Themen
<b>Anzahl der Beiträge</b>	2150 Beiträge	95 Beiträge	22 Beiträge	374 Beiträge
<b>Gesamtergebnis</b>	Arabisch: 36 unterschiedliche Themen 2150 Beiträge	Deutsch: 14 unterschiedliche Themen 491 Beiträge		

Tabelle 5: Diversität der Themen und die Häufigkeit des Auftretens der Beiträge

Die Statistik erklärt, dass auf der ägyptischen Facebook-Seite der Kairo Universität insgesamt 2150 Beiträge über 36 unterschiedliche Themen gepostet werden, während auf allen drei deutschen Facebook-Seiten von Ludwigs-Maximilians-Universität, Studentenleben und Studienscheiss nur 491 Beiträge über 14 unterschiedliche Themen erfasst wurden. In derselben Zeitspanne wurden auf der ägyptischen Facebook-Seite etwa doppelt so viele Beiträge wie auf den deutschen Facebook-Seiten erfasst. Das beweist die Dichte des Postens durch die StudentInnen in Ägypten.

In Bezug auf die Themenwahl zeigte die Statistik, dass das Thema „**Studium und Prüfungen**“ in Deutschland und Ägypten an erster Linie kommt. Laut der Statistik liegt der Anteil der Beiträge, die auf den deutschen Facebook-Seiten zu diesem Thema gepostet wurden, bei etwa 86.96% (427 Beiträge) aller anderen Beiträge, während der Anteil der auf der studentischen Facebook-Seite von der Kairo Universität zu demselben Thema geposteten Beiträge bei 27.43% (590 Beiträge) liegt. Die beiden Prozentsätze beweisen, dass das Hauptziel der sprachlichen Interaktion dieser deutschen und ägyptischen Facebook-Seiten darin besteht, Informationen, Erfahrungen und Erlebnisse zu wichtigen Themen der StudentInnen auszutauschen. Es ist erwähnenswert, dass das Studium trotz unterschiedlicher Prozentsätze an erster Stelle steht.

Durch die Analyse der Gesprächsauschnitte aus der studentischen Facebook-Seite der Kairo Universität erklärt sich, dass neben dem am meisten besprochenen Hauptthema „Studium und Prüfungen“ ganz verschiedene Themen erfasst wurden, die im Folgenden zusammen mit den entsprechenden Beiträgen und Prozentsätzen vom Gesamtvolumen der Beiträge aufgezählt werden: Alltag (121 Beiträge) 5.63%, Ausbildung (72 Beiträge) 3.35%, Nahrung (123 Beiträge) 5.72%, Gesundheit (6 Beiträge) 0.27%, Karriere (27 Beiträge) 1.25%, Kultur (4 Beiträge) 0.18%, Kunst (23 Beiträge) 1.07%, Lebensberatung (53 Beiträge) 2.46%, Liebe (73 Beiträge) 3.40%, Männer und Frauen

(73 Beiträge) 3.40%, Mode (50 Beiträge) 2.32%, Berichte (45 Beiträge) 2.093%, Politik (87 Beiträge) 4.046%, Preise (17 Beiträge) 0.79%, Reisen (26 Beiträge) 1.21%, Religion (142 Beiträge) 6.60%, Sport (95 Beiträge) 4.42%, Unfälle (5 Beiträge) 0.23%, Verkehr (3 Beiträge) 0.14%, Feste (7 Beiträge) 0.32%, Freunde (51 Beiträge) 2.37%, Soziales Engagement (43 Beiträge) 2%, Life Couching (1 Beitrag) 0.046%, Wetter (11 Beiträge) 0.51%, Wohnen (1 Beitrag) 0.46%, Veranstaltungen (19 Beiträge) 0.88%, Arbeit (3 Beiträge) 0.14%, Kondolenz (40 Beiträge) 1.86%, Medizin (78 Beiträge) 3.63%, Aktivitäten (1 Beitrag) 0.046%, Familie (2 Beiträge) 0.093%, Militär (27 Beiträge) 1.25%, CORONA (194 Beiträge) 9.023% und Onlineeinkauf (71 Beiträge) 3.30%.

Obwohl die StudentInnen in Deutschland die Facebook-Seiten zum Austausch von Informationen bezüglich des Studiums nutzen, steht durch die Analyse fest, dass sie miteinander über andere Themen interagieren, die im Folgenden zusammen mit den entsprechenden Beiträgen und Prozentsätzen vom Gesamtvolumen der Beiträge aufgezählt werden: Fortbildung (2 Beiträge) 0.40%, Kunst (1 Beitrag) 0.20%, Wissenschaft (8 Beiträge) 1.63%, Politik (1 Beitrag) 0.20%, Feste (4 Beiträge) 0.81%, Umwelt (1 Beitrag) 0.20%, Alltag (3 Beiträge) 0.61%, Forschung (4 Beiträge) 0.81%, Motivation (5 Beiträge) 1.09%, Sport (1 Beitrag) 0.20%, Nostalgie (11 Beiträge) 2.24%, Antirassismus (1 Beitrag) 0.20% und CORONA (22 Beiträge) 4.48%.

Diese stark variierenden Prozentsätze in Bezug auf die Veröffentlichungsraten von Themen und die Themenwahl per se weisen darauf hin, dass der soziale Rahmen zwischen den StudentInnen sowohl an deutschen als auch an ägyptischen Universitäten nicht gleich ist. Die sozialen Bedingungen für StudentInnen in Deutschland unterscheiden sich von denen für StudentInnen in Ägypten, was sich auf die Vielfalt der Themen auswirkt, die auf den deutschen und ägyptischen Facebook-Seiten besprochen werden.

Durch die Analyse steht fest, dass die gemeinsamen Themen Studium, Prüfungen, Alltag, Sport, Politik, Kunst, Kultur und Corona sind. Es gibt Themen, die auf der ägyptischen Facebook-Seite erfasst wurden und nicht auf den deutschen Facebook-Seiten vorhanden sind, wie Kondolenz, Lebensberatung, Liebe & Heirat, Männer und Frauen, Medizin, Militär, Nahrung, Onlineeinkauf, Religion, Soziales Engagement, Hexerei, Freunde, Berichte, Ausbildung, Mode, Preise, Karriere, Veranstaltungen, Reisen, Unfälle, Aktivitäten, Arbeit, Wetter, Wohnen und Life couching. Auf den deutschen Facebook-Seiten sind unterschiedliche Themen erfasst, die nicht auf der ägyptischen Facebook-Seite besprochen wurden, wie Nostalgie, Wissenschaft, Forschung, Umwelt und Motivation.

Die Digitalisierung des linguistisch-sozialen Rahmens der Interaktion unter den StudentInnen zeigt sich im Gebrauch der neu kombinierten Sprache zur Interaktion im Facebook, die buchstäbliche mit bildlichen Elementen zusammenstellt, in der Selbstdarstellung durch Online-Identität(en) und in der Verletzung der Privatheit der

Teilnehmer, die nicht mehr garantiert wird.

Durch die Betrachtung der untersuchten Gesprächsausschnitte aus Facebook erklärte sich, dass der Anteil der StudentInnen, die sich im Facebook durch eine fiktiv scheinende Identität darstellen, sehr wenig ist. Bei den deutschen Konten auf der studentischen Facebook-Seiten von Ludwigs-Maximilians-Universität und Studentenleben liegt dieser Anteil bei 5% der analysierten Konten, während dieser Anteil bei den ägyptischen Konten auf der studentischen Facebook-Seite der Kairo Universität bei 12% liegt. Im Gegenteil dazu identifizieren sich 95% der StudentInnen auf den deutschen Facebook-Seiten durch ihre Namen aus dem realen Alltag, während 88% der StudentInnen auf der ägyptischen Facebook-Seite jeweils durch ihre Offline-Identitäten auftreten.

Was die sprachlichen Phänomene der studentischen Sprache im Facebook angeht, werden die Ergebnisse der Statistik II bezüglich deren Auftretenshäufigkeit sowohl auf der ägyptischen als auch den deutschen Facebook-Seiten in der folgenden tabellarischen Darstellung zusammengefasst:

Sprachliche Phänomene/ Funktionen	Häufigkeit des Auftretens			
	Facebookseite (Kairo Universität)	Facebookseite (Ludwigs- Maximilians- Universität)	Facebookseite (Studentenleben) + Facebookseite (Studienscheiss)	Deutsch insgesamt
Abkürzungen	2539	139	338	477
Andere Sprachen als Englisch	0	172	243	415
Anglizismen	2262	892	558	1450
Arabisches Chat-Alphabet/ Denglisch	5647	70	155	225
Beiträge mit Fotos aus Spielfilmen	750	10	168	178
Beiträge mit Szenen aus Zeichentrickfilmen	150	0	189	189
Beiträge mit Zeichen „up to date	674	0	0	0
Beiträge ohne Gesprächsfaden	44	13	3	16
Emoticons	21301	397	5635	6032
Fachbegriffe	408	145	126	271
Grammatische Fehler	835	36	189	225
Hochsprache	784	545	486	1031
Intertextualität	146	4	17	21
Kurze Sätze	10191	362	1672	2034

Lange Sätze	505	120	70	190
Rückmeldung mit Erwähnen-Funktion	6501	313	3053	3066
Rückmeldung nur als Emoticons	445	50	305	355
Sarkasmus	2784	1	352	353
Schimpfwörter	618	0	60	60
Tippfehler	4952	53	1282	1335
Umgangssprache	8217	69	1469	1538
Verstärkung durch Buchstabenwiederholung	1953	31	154	185

Tabelle 6: Häufigkeit des Auftretens sprachlicher Phänomene/ Funktionen.

Durch diese tabellarische Darstellung steht fest, dass es eine große Diskrepanz zwischen dem Deutschen und Ägypten in Bezug auf die Häufigkeit des Auftretens sprachlicher Phänomene/ Funktionen herrscht. Dies ist eng mit dem signifikanten Unterschied zwischen der Anzahl der Beiträge verbunden, die sowohl auf der ägyptischen Facebook-Seite (2150 Beiträge) als auch auf den deutschen Facebook-Seiten (491 Beiträge) gepostet wurden. Diese statistischen Angaben stehen dafür, dass die StudentInnen in Ägypten im Vergleich zu denen in Deutschland mehr Zeit haben, im Facebook die Mitteilungen zu teilen, Beiträge zu posten und miteinander darüber zu interagieren.

Im Rahmen der Analyse konnte festgestellt werden, dass sich die Gesprächsketten im Facebook laut drei Kommunikationsmodellen entwickeln, die in der folgenden tabellarischen Darstellung erklärt werden:

<b>Variation der Kommunikationsmodelle</b>	<b>Beschreibung der Kommunikationsmodelle</b>
1. Variation: Einfache lineare Kommunikation	Ein Sender schickt eine Mitteilung an unbekannte Empfänger, aber erhält keine Rückmeldung.
2. Variation: Verzweigte lineare Kommunikation	Ein Sender schickt eine Mitteilung an unbekannte Empfänger und erhält mehrere vereinzelt Rückmeldungen zum gleichen Hauptthema.
3. Variation: Kompliziert-verzweigte lineare Kommunikation	ein Sender schickt an unbekannte Empfänger und erhält mehrere vereinzelt Rückmeldungen. Einige davon werden zum gleichen Hauptthema gegeben, während die anderen ein anderes Thema einleiten.

Tabelle 7: Darstellung der drei Variationen der Kommunikationsmodelle

In Bezug auf die Beziehung zwischen Sprache als Teil der habituellen Gewohnheiten und dem sozialen Feld lässt sich feststellen, dass der Wandel des Habitus eine entsprechende Anpassung an die sprachliche Praxis der StudentInnen hervorgebracht hat, was sich im Facebook durch Entstehung einer Sprache mit besonderen Merkmalen darstellt, die buchstäbliche mit bildlichen Elementen zusammenstellt. Da sich das Kommunikationsmedium in einem größeren Teil der sozialen Verhältnisse vom Körper des Individuums zum Bildschirm verwandelt, über den die Kommunikation in der virtuellen Welt stattfindet, gilt diese bildergestützte Sprache in diesem Zusammenhang als eine sozialbedingte Lösung zur Anpassung des Wandels des Habitus an die sprachliche Praxis der StudentInnen im virtuellen Kommunikationsmittel Facebook.

Im Rahmen dieser Studie zeigt sich, dass das Facebook ein Mittel und Ergebnis der Entfremdung ist. Das Facebook trägt bei der Erzeugung der Entfremdung dadurch bei, dass die Kommunikation zu einem Einwegprodukt und die sprachliche Interaktion auf Facebook verschwenderisch geübt wird. Das Facebook trägt bei der Desozialisierung der Person, dem Fehlen der wirklichen sozialen Interaktion und somit der direkten sprachlichen Kommunikation mit den anderen. Unter diesem Aspekt betrachtet wird das Facebook zur Verfremdung der Kommunizierenden, welche meines Erachtens unter Beachtung der im realen Leben schon erzeugten Entfremdung bei den Menschen vertieft wird.

Zum Schluss lässt sich feststellen, dass das Bedürfnis der sozialen Peergruppen nach wechselseitiger Interaktion die notwendige Antriebskraft zeugt, neue Kommunikationsmedien, wie das Facebook, zu benutzen, die das Gefühl der Zugehörigkeit unterstützen. Das Facebook erfüllt dieses Bedürfnis, da es den StudentInnen die Interaktion über die verschiedenen Themen von gemeinsamem Interesse in ihrem sozialen Leben ermöglicht. Das hat zur Folge, dass das Facebook zu einem Teil der Wirklichkeit im Leben der StudentInnen wird und somit zu ihrem sozialen Alltag gehört. Dieser Wandel von Face-to-Face-Kommunikation (FTF) zur computervermittelten Kommunikation (CMC) bringt die Entwicklung einer neuen schriftlichen Sprache mit sich, die das soziale Bedürfnis nach sprachlicher Interaktion in der virtuellen Welt wahrnehmen soll.

Die StudentInnen als eine soziale Peergruppe verwenden bei ihrer Interaktion im Facebook eine Sprache mit besonderen Merkmalen, die buchstäbliche mit bildlichen Elementen kombiniert. Die lineare Kommunikation der StudentInnen mittels dieser Sprache prägt einerseits die schriftliche Interaktion im Facebook und wird andererseits durch Entwicklung neuer Kommunikationsmodellen gekennzeichnet. Die Entwicklung von dieser besonderen Sprache und die dadurch entstandenen Kommunikationsmodelle stellen sich als sozialbedingte Lösung zur Erfüllung der Bedürfnisse nach Kommunikation zur Zeit der Digitalen Moderne dar.

## Literaturverzeichnis

- REIß, Katharina (1989): Adäquatheit und Äquivalenz. HERMES-Journal of Language and Communication in Business
- ALBERT, Georg (2013): Innovative Schriftlichkeit in digitalen Texten. Berlin: Akademie Verlag
- APOLLONI, Ag (2017): The End of the Era of Endings, article published on website of Eurozine
- ARONSON, Elliot et al. (2014): Sozialpsychologie, 8. Auflage, übersetzt von Dr. Matthias Reiss, Halbergmoos, Deutschland: Pearson Studium
- BAACKE, Dieter (2007): Jugend und Jugendkulturen, 2. Auflage, Weinheim/München, Juventa Verlag
- BOYD, Danah (2014): It's complicated – The social lives of networked teens, Yale University Press, New Haven + London
- DITTMAR, Norbert (1997): Grundlagen der Soziolinguistik, Tübingen: Niemeyer
- DÖRNER, Ralf et al. (2019): Grundlagen und Methoden der Virtuellen und Augmentierten Realität, 2. Auflage, Berlin: Springer Vieweg
- GUMPERZ, John (2015): „Interactional Sociolinguistics – A Personal Perspective“, (S. 309 – 323). In: “The Handbook of Discourse Analysis”, second Edition, Volume I, Willy Blackwell Publishers Ltd
- KIRBY, Alan (2009): Digimodernism: How New Technologies Dismantle the Postmodern and Reconfigure Our Culture. New York – London: The Continuum
- PARISER, Eli (2011): The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You., New York: Penguin Press
- SCHMIDT, Jan-Hinrik (2013): Social Media, Wiesbaden: Springer VS
- الدليمي، عبد الرازق محمد (2016): نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
  - جلال، شوقي (2012): تكوين العقل- كيف يخلق المخ عالمنا الذهني. (نسخة مترجمة لكتاب " Making Up the Mind: How the Brain Creates Our Mental World"، تأليف كريس فريث)، المركز القومي للترجمة، القاهرة، مصر.
  - شبل، عزة؛ فرج، حسام (2014): مناهج التحليل النقدي للخطاب، نسخة مترجمة عن الانجليزية، المركز القومي للترجمة، القاهرة
  - عثمان، نصر الدين (2013): إشكاليات اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، بحث مشارك في مؤتمر اللغة العربية الدولي الثاني، دبي.