

NETWORX Nr. 22

**Peter Schlobinski, Nadine Fortmann,
Olivia Groß, Florian Hogg,
Frauke Horstmann & Rena Theel**

**Simsen. Eine Pilotstudie zu sprachlichen
und kommunikativen Aspekten
in der SMS-Kommunikation**

(2001)

online verfügbar seit: 2001-11-13

URL: <http://www.websprache.net/networx/docs/networx-22.pdf>

Versionshinweise: 1.2; letzte Änderung: 2001-11-21



NETWORX–Online-Publikationen zum Thema Sprache und Kommunikation im Internet:
<http://www.websprache.net/networx/>

SMS

***Simsen.* Eine Pilotstudie zu sprachlichen und kommunikativen
Aspekten in der SMS-Kommunikation**

von

**Peter Schlobinski, Nadine Fortmann, Olivia Groß, Florian Hogg, Frauke
Horstmann & Rena Theel**



Inhalt

- 1. SMS – eine neue Kommunikationsform**
- 2. Empirische Untersuchung**
- 3. Sprachstrukturen**
 - 3.1 Schreibung und graphostilistische Mittel**
 - 3.2 Tilgungen und Assimilationen**
 - 3.3 Abkürzungen und Kurzwörter**
 - 3.4 Ellipsen**
 - 3.5 Lexikalische Aspekte**
- 4. Nutzungsverhalten und kommunikative Funktionen**
- 5. Zusammenfassung und Ausblick**
- 6. Literatur**
- 7. Anhang: Fragebogen**

1. SMS – eine neue Kommunikationsform

Das Telefon in der Westentasche. Die Bürger der drahtlosen Zeit werden überall mit ihrem ‚Empfänger‘ herumgehen, der irgendwo, im Hut oder anderswo angebracht und auf eine der Myriaden von Vibrationen eingestellt sein wird, mit dem er gerade Verbindung sucht. Einerlei, wo er auch sein wird, er wird bloß den ‚Stimm-Zeiger‘ auf die betreffende Nummer einzustellen brauchen, die er zu sprechen wünscht, und der Gerufene wird sofort seinen Hörer vibrieren oder das Signal geben können, wobei es in seinem Belieben stehen wird, ob er hören oder die Verbindung abbrechen will. [...] Und in dem Bestreben, alle Apparate auf möglichste Raumeinschränkung hin zu vervollkommen, wird auch der ‚Empfänger‘ trotz seiner Kompliziertheit ein Wunder der Kleinmechanik sein.
Robert Slob (1910: 35f.)

Mobile Kommunikation, d.h. die Kommunikation mit dem Handy hat einen zentralen Stellenwert in der Gesellschaft erlangt. So sind in Deutschland ca. 50 Millionen Bürger Besitzer eines Mobiltelefons (Höflich 2001: 1). Neben den darüber erfolgenden Telefongesprächen ist das Handy durch den technischen Dienst ›Short Message Service‹ (SMS) auch zu einem Medium schriftlicher Kommunikation (›vom Hörfon zum Sehfön«, Drösser 1999) avanciert, über den ein erheblicher Teil des Kommunikationsaufkommens realisiert wird [12% des Netzsatzes, NTV-Beitrag; vgl. auch Abb. 1]. Wurde ursprünglich die SMS zunächst als kostenlose Zusatzfunktion angeboten – die erste SMS wurde 1992 in Großbritannien versendet, so versendete im Jahr 2000 der durchschnittliche Handybesitzer rund 35 dieser Kurzmitteilungen pro Monat. Ende des Jahres 2001 werden in Deutschland 57 Millionen Menschen mit dem Handy telefonieren, weit mehr als im Festnetz mit 42 Millionen Anschlüssen (vgl. *TeleTalk*, Sonderausgabe: Mobile Solutions, 2/2001: 12). Das Gesamtvolumen wird auf 14,8 Milliarden verschickte SMS-Mitteilungen beziffert (BeMobile 2001); weltweit wurden über das GSM-Netz im Mai 2001 rund 19 Billionen Kurzmitteilungen verschickt, d.h. in Europa knapp 10 Billionen Stück (vgl. Abb. 1). Dabei wird dieser Dienst ganz wesentlich von Jugendlichen genutzt. 74 Prozent der 12- bis 13-Jährigen sind bereits Handy-Besitzer – im Jahr 2000 waren es noch knapp 50 Prozent – (emarket 41-42/2001: 10), wobei die Verbreitung der Geräte an Gymnasien und Realschulen doppelt so hoch ist wie an Hauptschulen. Genutzt wird das Handy primär zur SMS-Kommunikation (vgl. internet world 9/2001: 30).

SMS-Mitteilungen sind kurze Textbotschaften von in der Regel maximal 160 Zeichen Länge, die zwischen einzelnen Handys, aber auch über das WWW ausgetauscht werden können. SMS-Mitteilungen sind zwar E-Mails vergleichbar, aber keine ‚echten‘ Mails, sondern vielmehr ein spezieller Standard zum Austausch von Textbotschaften über das Funktelefon. Die Möglichkeiten, die sich mit Hilfe des Handys und dem Short Message Service bieten stehen erst am Anfang¹. Es existieren bereits zahlreiche Infodienste, die per SMS den Nutzer auf den neuesten Stand bringen, z.B. der Dienst ›McSMS‹ (McDonald's), der insbesondere von Jugendlichen genutzt wird. Es lassen sich bereits Waren und Dienst-

¹ Zu SMS-Literaturwettbewerben vgl. <http://www.guardian.co.uk/Archive/Article/0,4273,4159480,00.html> sowie <http://www.160-zeichen.de/>

leistungen per SMS bezahlen, zukünftig soll es möglich sein, seine Haushaltsgeräte per SMS zu deligieren² und mit der Entwicklung des Standards MMS (Multimedia Messaging Service) können zukünftig neben Text und Grafiken auch Audio- und Videodaten verschickt werden.

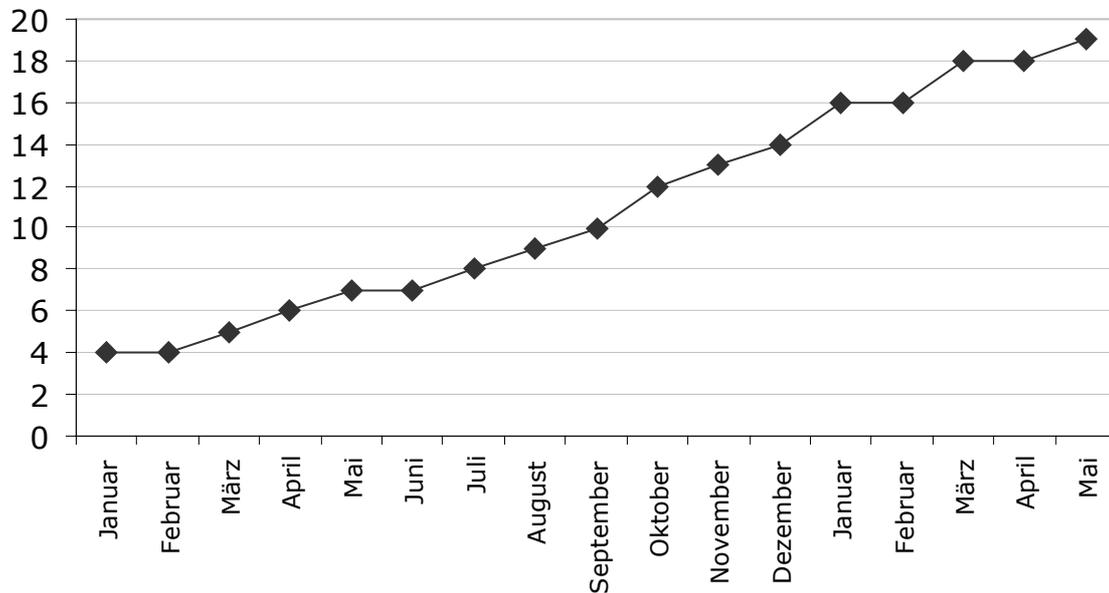


Abb. 1: Weltweit versandte SMS-Mitteilungen in Milliarden der Jahre 2000/2001 Quelle: GSM Association

Obgleich SMS eine kaum mehr wegzudenkende Kommunikationsform darstellt und sich bisher keine Kommunikationstechnologie derart schnell durchgesetzt und eine derart hohe Penetrationsrate erreicht hat, kann die wissenschaftliche Forschung in diesem Bereich zu Recht – wenn dies auch noch euphemistisch formuliert ist – als »noch unterrepräsentiert« (Androutsopoulos/Schmidt 2001: 2) bezeichnet werden. Zwar gibt es eine Reihe von Ratgebern (wie Haller 2000) und Artikel in Zeitschriften und Zeitungen, aber bis auf die Pilotstudie von Androutsopoulos/Schmidt (2001) und die Arbeiten aus dem Forschungsprojekt »Jugendliche und SMS. Gebrauchsweisen und Motive« (vgl. Höflich 2001, Höflich/Rössler 2000) liegen keine wissenschaftlich fundierten Untersuchungen vor.

Die Untersuchung von Androutsopoulos/Schmidt ist eine erste explorative Studie auf der Basis eines SMS-Korpus von 934 Texten von fünf Personen und die einzige, in der einige

² Vgl. <http://www.unet.univie.ac.at/~a9706373/SMSPage>

sprachliche Merkmale isoliert werden (Androutopoulos/Schmidt 2001: 19-27). Die Beiträge von Höflich und Höflich/Rößler folgen kommunikationssoziologischen und -psychologischen Fragestellungen. Gegenstand der Untersuchung ist die Frage nach der Handy-Nutzung, Nutzungsmotiven wie Kontaktpflege und Spaß sowie nach Kontaktpartnern. Als Erhebungsmethoden wurden eine Fragebogenerhebung (204 Jugendliche im Alter von 14-18 Jahren) und Gruppendiskussionen (19 Diskussionen) gewählt. Auch hier handelt es sich um eine explorative Pilotstudie (vgl. Höflich 2001: 3).

2. Empirische Untersuchung

Ausgehend von der Tatsache, dass hinsichtlich SMS-Kommunikation allein wenige Pilotstudien vorliegen, hat die vorliegende Untersuchung sich das Ziel gesetzt, die sprachlichen Mittel in der SMS-Kommunikation näher zu untersuchen sowie Aspekte des Kommunikationsverhaltens. Es erweist sich hierbei, dass auf Untersuchungen zu Sprache und Kommunikation im Internet zurückgegriffen werden kann/muss³. Die SMS-Kommunikation weist – wie wir sehen werden – sprachliche Merkmale auf, die aus der Chat-Kommunikation bekannt sind: 1. Smileys und andere graphostilistische Mittel, 2. Hybridisierungen geschriebener und gesprochener Sprache (umgangssprachliche Tilgungen und Assimilationen etc.), 3. unterschiedliche Schreibkonventionen (konsequente Kleinschreibung), 4. medial bedingte Syntax (Ellipse).

Im Rahmen eines Seminars zur Medienkommunikation (SS 2001) haben wir eine Pilotstudie zur SMS-Kommunikation durchgeführt. An einer Schule und einem Sportverein in Hannover sowie bei Studierenden wurden 150 Personen befragt (Fragebogen⁴ siehe Anhang). Es liegt ein Korpus von 760 SMS-Nachrichten vor. Es konnten verschiedene Merkmale bestimmt werden, die mit außersprachlichen Parametern korreliert wurden. So zeigt sich beispielsweise, dass bezüglich Groß- und Kleinschreibung keine geschlechtsspezifischen Unterschiede, aber altersspezifische Unterschiede bestehen (s.u.). Allerdings sind diese Ergebnisse auf der Basis der Stichprobe nicht valide. In der Pilotstudie geht es zunächst darum, 1. ein Korpus von SMS-Nachrichten für die Bestimmung sprachlicher Variablen zu erhalten und 2. den erarbeiteten Fragebogen zu testen; es ist geplant, eine repräsentative Untersuchung durchzuführen. Die Pilotstudie wurde zugleich an einer Osnabrücker Schule sowie an der Fachhochschule in Osnabrück bei 153 Personen durchgeführt. Gegenstand der Analyse ist das Hannover-Korpus, das Gesamtkorpus wird im WS 2001/2002 weiter hinsichtlich einzelner Aspekte ausgewertet.

³ Eine Datenbank mit Online- und Offline-Literatur zu diesem Thema findet sich unter der Adresse www.websprache.net/.

⁴ Dem Fragebogen ging ein Pretest mit 30 Schülern eines Osnabrücker Gymnasiums voraus, er wurde mehrfach überarbeitet.

Im Hinblick auf die Untersuchung sind wir von folgenden übergeordneten Punkten und Fragestellungen ausgegangen, die wir allerdings in der vorliegenden Analyse nur ansatzweise verfolgen können:

- (1) Einzelne linguistische Merkmale sind abhängig von sozialen, kommunikativen und medialen Einflussfaktoren.
- (2) Die linguistischen Variablen unterliegen innersprachlich bedingten Einflussfaktoren.
- (3) Von besonderem Interesse ist die Frage, inwieweit das Eingabeformat (160 Zeichen) und die damit verbundenen Ökonomieanforderungen die sprachliche Artikulation und deren Variation bestimmen.
- (4) Ferner ist von besonderem Interesse, *welche* kommunikativen Funktionen *wie* die sprachliche Artikulation bestimmen.

3. Sprachliche Strukturen

3.1 Schreibung und graphostilistische Mittel

Bereits in der E-Mail-Kommunikation wurde von der Annahme ausgegangen, dass »E-mail-Botschaften eine sehr viel höhere Toleranz gegenüber orthografischen Fehlern (Quasthoff 1997: 41; Pansegrau 1997: 96) aufweisen. Weiter wurde argumentiert, dass sich »ausgesprochen viele Flüchtigkeitsfehler (Orthographie, Interpunktion, Syntax etc.), wie sie im traditionellen Briefverkehr in dieser Häufigkeit kaum zu finden sind« (Gyntner/Wyss 1996: 72) finden. Ebenfalls wurde »eine gewisse Aufweichung formaler und grammatischer Regeln« (Janich 1994: 255) beobachtet. Die Unangemessenheit dieser empirisch nicht belegten Pauschalurteile zeigen Runkehl/Schlobinski/Siever (1998: 27ff.). Es ist zu fragen, ob die ähnlich gelagerte, spezifisch für die SMS-Kommunikation formulierte Äußerung von Höflich empirisch zu rechtfertigen ist: »Schreibschwächen spielen dann auch nicht eine so große Rolle, zumal mit dem Gebrauch des Mediums eine gewisse Fehlertoleranz verbunden wird.« (Höflich 2001: 14), was sich mit dem relativ zwanglosen Kommunikationsstil begründen lässt. Vor diesem Hintergrund ist auch die Frage nach der Sprachoptimierung (z.B. Ballstaedt 1999) im erweiterten Sinn von Bedeutung, wobei hier der Handy-Besitzer seine Wortwahl nicht vor dem Hintergrund einer besseren Verständlichkeit, sondern auf Grund der maschinellen Eingabeprozedur anpasst.

Hinsichtlich der *Groß- und Kleinschreibung* zeigt sich, dass zwar zu über 60% von der normorientierten Groß- und Kleinschreibung abgewichen wird (vgl. Abb. 3), allerdings liegt zu 43% eine konsequente Klein- bzw. Großschreibung vor (vgl. Beispiele 1-3), die sich medial bedingt erklärt (Ökonomieprinzip bei der Tastaturnutzung) oder eine ähnliche kommunikative Funktion hat, wie dies aus dem Chat bekannt ist, wo Großschreibung als Marker für ›Schreien‹ (Emphase) fungiert (vgl. Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 77).

(1) konsequente Großschreibung

HALLO! ICH WOLLTE DIR SAGEN, DAS ICH DICH NICHT SO EINFACH GEHEN LASSE. DU BIST SO SÜß UND SO HÜBSCH. ICH MUSS IMMER AN DICH DENKEN, ICH TRÄUM SOGAR VON DIR!!! W.B.

(2) konsequente Kleinschreibung

ja danke dir auch konnte gerade nicht antworten meine englisch lehrerin stand genau neben mir

(3) satzinitiale Großschreibung

Lieg auch bereits im bett. Alle zu hause. Umso früher kann man morgen mit dem lernen anfangen. Aber wenn das wetter so bleibt leg i mich sowieso i d park. Nacht

(4) partielle Großschreibung

Hi R.!HEUTE KEIN ORFF!!!!Herr R. ist irgendwie nicht da!(Wir müssen mal gegeneinander Fita spielen.Ich zieh dich sooo ab!)

Groß- und Kleinschreibung beachten vor allem die Über-Dreißigjährigen (über 50%).

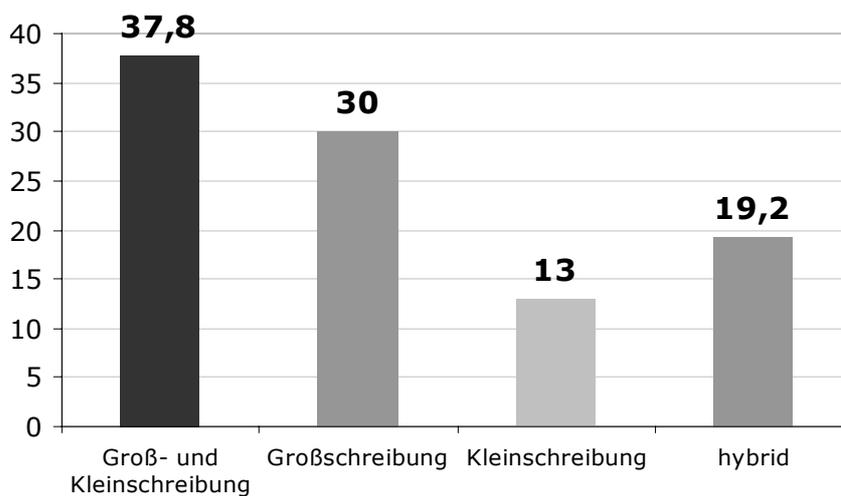


Abb. 3: Groß und Kleinschreibung (in %)

Satzzeichen werden recht unterschiedlich gebraucht. Vom völligen Fehlen von Satzzeichen über die pragmatische Nutzung derselben bis hin zur normgerechten Zeichensetzung lassen sich zahlreiche Variationsmuster beobachten.

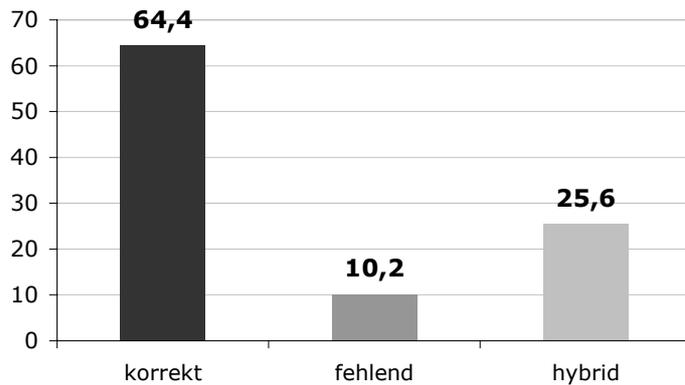


Abb. 4: Satzzeichen (in %)

In einem Drittel aller Fälle wird vom standardisierten Satzzeichengebrauch abgewichen (vgl. Abb. 4, s. auch Bsp. 5 und 6). Lediglich 10% der Schreiber verzichten völlig auf eine Zeichensetzung (Beispiel 5).

(5) *keine Interpunktionszeichen*

HALLO SEID IHR BEIM SCHWIMMEN DIE BRAEUERS KOMMEN MORGEN AUCH MAMA

(6) *hybrid bezüglich Groß- und Kleinschreibung sowie Interpunktion*

Grüß-

Gott!SindNochImSchönstenBayern!Schatz,inBayernFindestDukeinenTraummann!AberMorgenFrühGehtsLo
s&GlaubunsWirWerdenNichtWiederKommenOhneUnsereMissionErfülltZuHaben!LD

Dass nahezu zwei Drittel aller Nutzer der normgerechten Zeichensetzung folgen ist insofern erstaunlich, als bei verschiedenen Handtypen die Eingabe eines Frage- bzw. Ausrufezeichens etliche Tastendrucke erfordert, also relativ aufwendig ist.

Beispiel (6) ist darüber hinaus insofern interessant, als wir hier eine spezielle graphostilistische Markierung finden, die an den Gebrauch von Majuskeln im Wortinnern (Stein 1999) erinnert. Die Möglichkeit, durch die Binnenmajuskel (z.B. *OnlineSpiel*) ein Aufmerksamkeitssignal einerseits sowie über ein Strukturierungsmittel bei der Wortbildung andererseits zu verfügen, zeigt für Stein, »dass sich unter graphostilistischen Aspekten in staatlich nicht sanktionierten Kommunikationsbereichen neben den regelkonformen graphischen Formen in der Sprachgemeinschaft auch Formen durchsetzen, die außerhalb der Norm stehen – wenn die kodifizierten orthographischen Mittel für bestimmte Ausdrucksbedürfnisse nicht ausreichen« (Stein 1999: 276). Genau dies trifft auf die SMS-Kommunikation zu. Anstelle der Spatien steht die Wortmarkierung durch Majuskeln, das Leerzeichen wird eingespart und die Lesbarkeit durch (hier nicht einheitliche) Wortgroßschreibung markiert. Interessant in diesem Zusammenhang ist der erste SMS-Gottesdienst, der am 3. Mai 2001 in Hannover stattfand und von der Stadtjugendwartin Martina Zeusel

und einer Gottesdienstvorbereitungsgruppe mit Jugendlichen im Amtsbereich Hannover-West zum Thema ‚Handy‘ organisiert wurde. 1500 Jugendliche hatten sich über eine Registrierungs-SMS angemeldet, etwa 100 Jugendliche feierten den Gottesdienst vor Ort mit, mehr als 800 Internet-User waren für die Webcam-Übertragung im Internet zugeschaltet. Im einstündigen Gottesdienst wurden sechs SMS (Begrüßung, Bibeltext, Predigt, Fürbitten-Gebet, Vaterunser, Segen) versandt. Das Vaterunser erschien auf dem Handy typographisch markiert, wobei zwei SMS zur Textübermittlung gebraucht wurden:

3.5.2001, 17.32 Uhr

VaterUnserImHi
mmel.GeheiligtW
erdeDeinName.
DeinReichKomme.
DeinWilleGeschehe.
WieImHimmelSo
AuchAufErden.Un
serTägliche
sBrotGibUnsHeut
e.UndVergibUnsU
nsereSchuld.

3.5.2001, 17.33 Uhr

WieAuchWirVerg
ebenUnsernSchul
digern.UndFühre
UnsNichtInVe
rsuchung,Sonder
nErlöseUnsVonD
emBösen.DennDe
inIstDasR
eichUndDieKraft
UndDieHerrlichke
itInEwigkeit.Amen.

Das Problem der Textübermittlung beschreibt die Stadtjugendwartin des Ev. Stadtjugenddienstes Martina Zeusel in einem von uns durchgeführten Interview wie folgt: „Am schwierigsten war es für uns, alles so in Worte zu fassen, dass es in 160 Zeichen passt.“ Und: „Es ist uns besonders schwer gefallen, das ‚Vaterunser‘ in 160 Zeichen unterzubringen. Gleichzeitig war es uns aber so wichtig, dass wir hierfür zwei SMS verwendet haben, wobei jedes Wort mit einem Großbuchstaben beginnt.“ Hier zeigt sich deutlich, wie die spezifischen Anforderungen an eine Kommunikationsform eine Normabweichung motivieren, wobei man annehmen kann, dass die über die Werbung mittlerweile etablierte Bin-

nenmajuskel als zugeschaltetes Wissen abrufbar ist und Sprachnutzern als Ressource zur Verfügung steht.

Eine anderes graphostilistisches Mittel ist der Gebrauch des Smileys [:-)], vgl. Beispiele 7 und 8.

(7)

:-(EIN RABENSCHWARZER TAG HEUTE :- (WERDS IHM AUSRICHTEN :- (ALLES KLAR BEI DIR? FREUE MICH AUF UNSER DATE AM FR :-) EINEN STRESSFREIEN TAG WÜNSCHE ICH, GUK, ME

(8)

na klaro komme ich.Bin schon wieder ganz aufgereggt.Hoffentlich kommt heintje dran.:-)Viel erfolg noch beiLA.

Die Verwendung des Smileys ist ein aus der Internetkommunikation herrührendes graphostilistisches Mittel und »kann nicht nur die Decodierung von Botschaften erleichtern, sondern unterstreicht auch den informellen Charakter einer Kommunikation. Denn rein inhaltlich ist es natürlich nicht nötig, einen Satz wie ›Ich habe mich sehr über Deine Email gefreut‹ mit einem Satz zu ergänzen. Wenn man dies tut, ist damit auch eine Beziehungsbotschaft (bzw. eine Metakommunikation) verbunden.« (Döring 1999: 42). In der Chatkommunikation kann der Gebrauch des Smileys „aufgrund seiner 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 ausgedrückt.“ (Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 99). Haase et al. (1997: 67) fassen dies unter den Begriff ›emulierte Prosodie‹ .

Es gibt eine Vielzahl verschiedener Smiley-Varianten, die unter dem Begriff ‚Emoticons‘ in Ratgebern zusammengestellt werden, allein Hallers (2000: 57ff.) Liste weist über 80 Einträge auf (vgl. auch Abb. 5). Allerdings werden nur die wenigsten der dort aufgeführten Varianten rekurrent realisiert. Die Korpusanalyse zeigt, dass der Standardsmiley [:-)] zu 52% gebraucht wird und der ‚traurige‘ [:-()] Smiley zu 14%. Andere Varianten treten nur vereinzelt auf (vgl. auch Abb. 6).

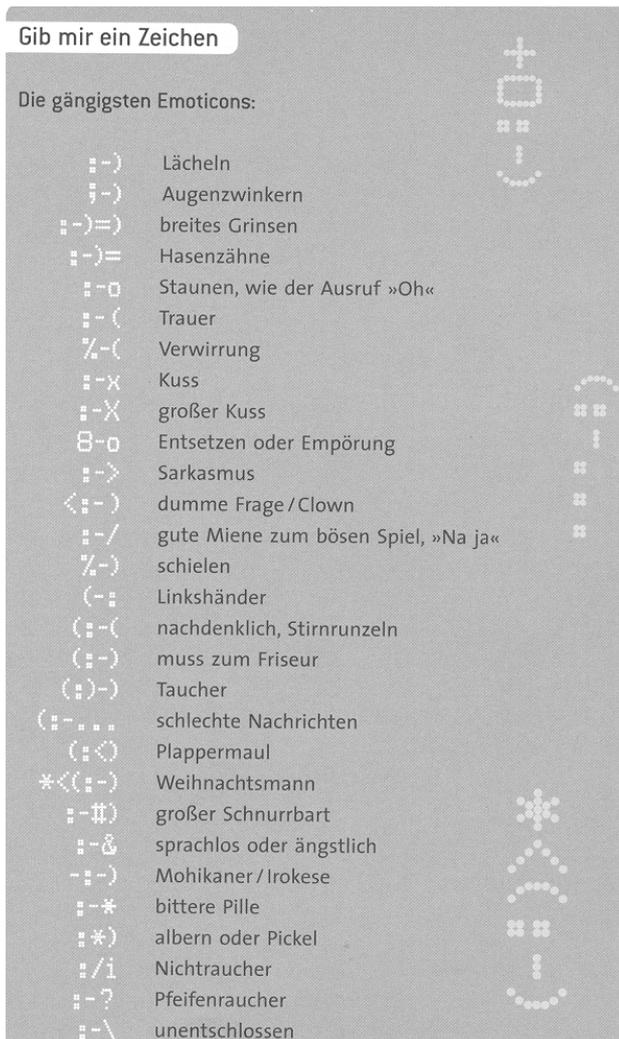


Abb. 5: Auswahl von Emoticons (Haller 2000: 53)

Emoticon-Variante	Bedeutungserklärung ⁵
:-) oder :)	fröhlich lächelnder Smiley
:-(oder :(trauriger Smiley
;-) oder ;)	zwinckender ironischer Smiley

⁵ Vgl. hierzu Haller (2000: 53ff.)

:-P	Zunge herausstreckender Smiley
>:-(verärgerter Smiley
;-/	gute Miene zum bösen Spiel machender Smiley
:o)	leicht angeheiteter Smiley
=8-)	(Punker-) Smiley mit Brille
<-:	sarkastischer Smiley (verkehrtherum)
@-)- oder @-))----	virtuelle Rose
--<--<--3	Blume
>o<	???
o--	???

Abb. 6: Im Korpus belegte Smileys und Varianten

Während die 22- bis 30jährigen sich eher des Smileys als graphostilistischem Mittel bedienen, verschicken jüngere SMS-Schreiber (12 bis 21 Jahre) tendenziell komplexe Bilder. Diese können u.a. über das Internet heruntergeladen und via Handy an Freunde und Bekannte verschickt werden (vgl. Abb. 7).



Abb. 7: Sprüche und Bilder (*Funky Handy & Mobilfunk 10/2001*: 36)

Als graphostilistisches Mittel findet sich ferner der Einsatz von Asterisken (*), die wie in der Chatkommunikation beim Gebrauch von Inflektiven (*freu*) sowie Abkürzungen (*g*) Verwendung finden (vgl. Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 197f. und siehe Beispiele 9 und 10).

(9)

Morgen Kleine*g*..was machen Deine Mückenstiche?*ggg* Klaro, heute Abend wär Klasse..möchte ja noch ne „Analyse“;-)ausserdem ist mein Buch „alle“*ggg*

(10)

Wenn ich eine Gestalt auf dieser Erde töten könnte, dann würde ich B.D. töten. :-) *freu*

Zeicheniteration als Mittel der Emphase tritt wesentlich seltener auf als in der Chatkommunikation, ist aber in unserem Korpus belegt (vgl. u.a. 11-12). Androutsopoulos/Schmidt bemerken hierzu, dass etwa die bei Web-SMS auftretenden »Graphemwiederholungen (Juhuuuuuuuuuuuu) [...] in SMS wegen der umständlichen Eingabe vermieden werden« (Androutsopoulos/Schmidt 2001: 20).

(11)

Shit,jetzt kapiere!na klar hab ich dich noch gaaaaaaaanz doll lieb!

(12)

boh ey endlich zuhause!ich ruf dich an wenn das tele aufgeladen is!das war aber richtig geil heutelich liebe dich!!!

3.2 Tilgungen, Assimilationen und Reduktionen

In der SMS-Kommunikation tritt ein Phänomen auf, das auch in der Chat-Kommunikation nachgewiesen worden ist. Es handelt sich um wortfinale und –initiale Tilgungen wie *nich*, *freu*, *is* bzw. *ne* für *eine*, Assimilationen (*wars*) und Reduktionen (*sehn*), die aufgrund des Einflusses der gesprochenen Umgangssprache zu erklären sind.

Unter den Tilgungen tritt bei weitem am häufigsten die wortfinale Tilgung auf, wobei bis auf wenige Ausnahmen das -e und -t getilgt werden. Runkehl/Schlobinski/ Siever (1998: 102) konnten für die Chat-Kommunikation zeigen, dass die Tilgung des Subjekt-Flexivs 1s besonders häufig vorkommt. Dies bestätigt sich auch in dieser Untersuchung (vgl. Abb. 8 und Beispiel 13). In 85% aller Fälle (von immerhin N = 301) wird das e getilgt, davon in 79% aller Fälle in der 1. Person Singular. Es handelt sich hier um ein typisches Merkmal der gesprochenen Sprache, das als Transferphänomen sich in der geschriebenen Sprache widerspiegelt.

(13)

ja,hab ich nur gerade nicht dran gedacht.Ich war in Cala Millor ich glaub das ist an der Ostküste.Gute Nacht sag ich jetzt mal.Muss bald ins Bett.Sz.hdgdl

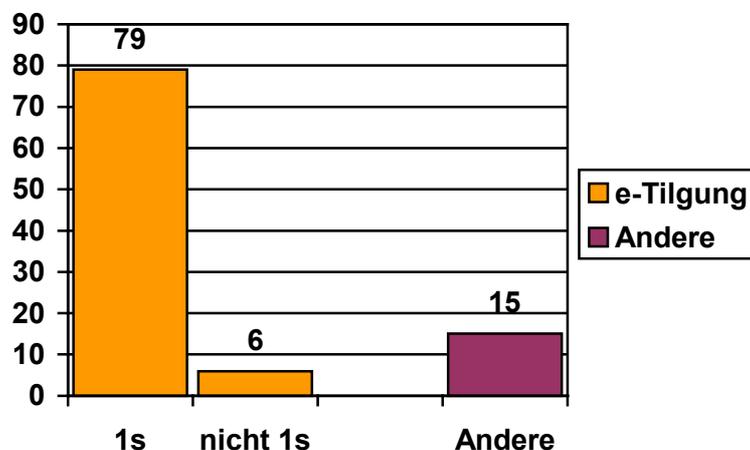


Abb. 9: Wortfinale Tilgung (in %)

Bei den t-Tilgungen gibt es einen lexikalischen Input: die Tilgungen treten in den Wörtern *nich* -> *nicht* und *is* -> *ist* auf (vgl. auch Beispiele 14 und 15).

(14)

Hey du bist heldenhaft weil wir sind einfach begehrenswert das is ne tatsache!Lieb dich!

(15)

Hi schatzi! Sorry, das ich mich nich eher bei dir gemeldet habe, aber gikng echt nicht! Streß und bla! Kannst du mich morgen anrufen! Vermiß dich!h d g d l

Wortinitiale Tilgung tritt nahezu ausschließlich beim unbestimmten Artikel auf, wobei der Silbennukleus getilgt wird (*ne*), ohne dass dies in der Regel durch ein Auslassungszeichen (‘) markiert wird. Da für das Apostroph ein oder mehrere weitere/r Tastendruck bzw. Tastendrucke erforderlich ist/sind, wird häufig auf diese Markierung verzichtet. Bei Formen wie *raus*, *rein* etc. für *herein*, *herein* handelt es sich um lexikalisierte Varianten, die auch in Partikelverben vorkommen (*rumtreiben*) und die für die gesprochene Sprache typisch sind.

Unter den Assimilationen, die relativ häufig vorkommen, finden sich neben den einzelnen Formen *hab’n*, *isn* und *noch’n* die Klitisierung des *es*-Pronomens, des Personalpronoms der 2. Person Sg. sowie bestimmte nicht-lexikalisierte Klitisierungen von Präposition und Artikel, nämlich *aufm*, *aufn*, *aufs* und *fürs* (vgl. Abb. 10). Dies entspricht den Befunden zur Chatkommunikation: „Unter den Assimilationen tritt am häufigsten die des *es*-Pronomens (*wars*, *seh’s*) und des Personalpronoms der 2. Person Singular (*haste* -> *hast du*, *bissu*, *biste* -> *bist du*) sowie die des Artikels nach Präposition, Partikel und Verb (*aufm*, *noch’n*, *is’n*) auf.“ (Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 103), wobei der Anteil der Artikelverschmelzung in der Chatkommunikation allerdings höher ist und nicht nur in Verbindung mit der Präposition auftritt.

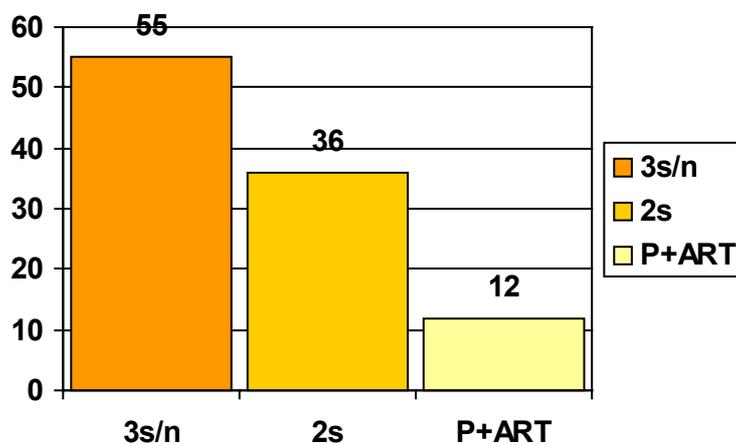


Abb. 10: Assimilationen (in %)

Silbenreduktion betrifft die Reduktionssilbe und tritt bei der Silbe *-en*, meistens beim Infinitivsuffix auf (*müssn*, *sehn*) sowie bei der Silbe *ge-* in *gerade* (*grade*). Im letzteren Fall scheint es sich angesichts der starken Häufigkeit sowie der Restriktion auf ein Lexem um einen Lexikalisierungsprozess zu handeln, der wiederum seinen Ausgang in der gesprochenen Sprache hat.

Ein weiteres Reduktionsphänomen zeigt sich in den Belegen *supa*, *wieda*, *leida*, die auf r-Vokalisierung zurückzuführen sind.

3.3 Abkürzungen und Kurzwörter

Verkürzungen von Wortformen, ohne dass die Inhaltsseite verändert wird, findet sich in der SMS-Kommunikation in hohem Maße (579 verkürzte Wortformen, 238 Lemmata) und ist begründet in den medialen Voraussetzungen, nämlich in dem begrenzten Zeichenformat von 160 Zeichen. Während Kurzwörter wie *Uni* oder *abi-party* eine marginale Rolle spielen, sind es nahezu ausschließlich Abkürzungen, die Schreiber verwenden (s. auch Beispiele 16-18). Ein Teil dieser Abkürzungen sind in hohem Maße konventionalisiert und allgemeinsprachlich wie z.B. *u.a.*, *AB* [Anrufbeantworter], *Std.*, *wg.*, *Nr.* usw. Hierunter fallen auch Städteabkürzungen nach Autokennzeichen und Abkürzungen von Wochentagen und Namen. Daneben gibt es konventionalisierte Abkürzungen, die nicht allgemeinsprachlich und teilweise SMS-spezifisch sind. Hierunter fallen Abkürzungen wie *GuK* (Gruß und Kuß), *cu* (abgeleitet aus *see you* und aus der Chatkommunikation bekannt) oder *hdgdl* (hab dich ganz doll lieb). Neben konventionalisierten Abkürzungen gibt es eine große Anzahl von Abkürzungen, die nicht oder nur ansatzweise konventionalisiert sind (Ad-hoc-Bildungen) und die von Schreibern frei verwendet werden, deshalb aber nicht regellos sind, sondern auf einem gemeinsam geteilten lexikalischen und grammatischen Wissen basieren. Es handelt sich um Abkürzungen wie *e* (ein), *f* (für), *Schützenf* (Schützenfest), *geänd* (geändert), *ü-nächste* (übernächste) oder *zw.durch* (zwischen-durch). Vgl. auch Abb. 11.

(16)

BIST DU IN WOB ODER IN H.? UNSERE NEUE NUMMER: xxxx. FALLS DU IN H BIST, MELDE DICH (FUSSBALL). FALLS IN WOB, KANNST DU MEIN BASS MITNEHMEN? L.

(17)

KANN I KURZ B DIR VORBEIKOMMEN? BIN JETZT AM AEGI U STEIG HIER I D NÄCHSTE BAHN

(18)

Dy,AB is kaputt...Boaaa...Sorry,dass i mi gestern nicht gemeldet habe,aber 1.wusste ich es nich u.2.war ich auf Rü-Fest(Straßenfest)..sauegil! Bussi W.

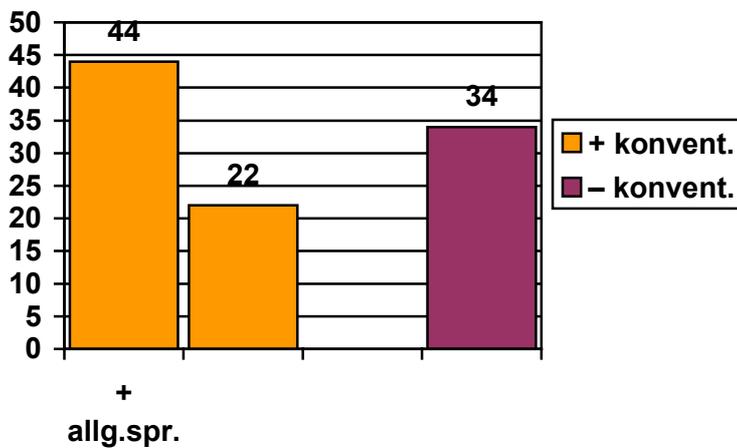


Abb. 11: Konventionalisierte und nicht-konventionalisierte Abkürzungen (in %)

Von den konventionalisiert nicht-allgemeinsprachlichen Abkürzungen ist eine besonders häufig, nämlich *hdl* (habe dich lieb) mit entsprechenden Varianten: *hdal* (habe dich auch lieb), *hdgdl* (habe dich ganz doll lieb), *hd g(3x) dl* (habe dich ganz(3x) doll lieb), *hdsmdl* (habe dich sehr mega doll lieb) etc. Diese Abkürzungen finden sich weder in Wörterbüchern noch in Lexika zur Netzsprache, sie sind nicht in der Untersuchung zur Chat- und E-Mail-Kommunikation von Runkehl/Schlobinski/Siever (1998) belegt, finden sich allerdings partiell in einem SMS-Guide, der der Zeitschrift *Max* (Nr. 12 vom 31.5.2001) beigelegt war, es sind hier die Abkürzungen *hdl* und *hdgdl* verzeichnet (S. 15). Es scheint sich also um SMS-spezifische Abkürzungen zu handeln, die sich mittlerweile auch in der Chatkommunikation finden lassen. Eine Übernahme aus der Chatkommunikation ist die Abkürzung *g* (grins) mit entsprechenden Emphase markierenden Iterationen (*ggg*), die – wie in der Chatkommunikation – durch Einschluss von Asterisken markiert wird (vgl. Beispiel 9). Besonders auffällig und interessant sind nicht-konventionalisierte Abkürzungen. Die Schreiber reduzieren mehr oder weniger stark den Zeichenkörper, von weitgehend mit der Vollform übereinstimmenden Abkürzungen wie *Handb.* (Handball) bis hin zu Initialabkürzungen wie *e* für *einem*. Initialabkürzungen treten vorwiegend bei Funktionswörter auf, in Präpositionen, beim Artikel sowie dem Personalpronomen der 1. Person Singular (vgl. Abb. 12) und folgen dem Muster *u.* für *und*, wobei die Abkürzungsinterpunktion häufig wegfällt. Die Funktionswörter sind sozusagen ‚semantisch entlastet‘, d.h., sie können aufgrund des grammatischen Zusammenhangs auch dann interpretiert werden, wenn ihr Zeichenkörper stark reduziert ist.

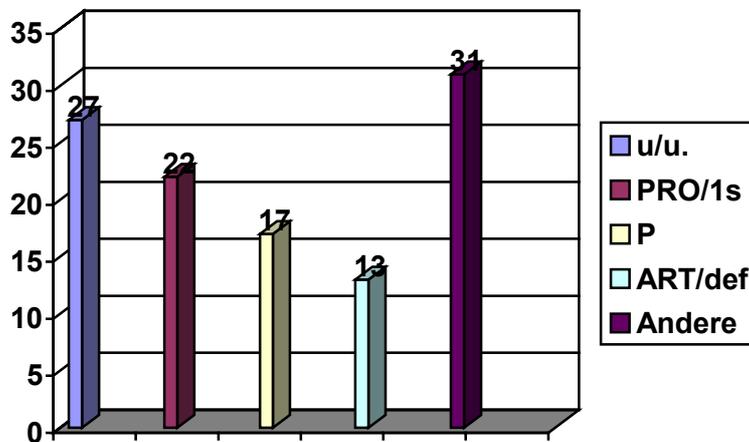


Abb. 12: Nicht-konventionalisierte Abkürzungen mit einzelmem Initial sowie u/u. (*und*) (in %)

Der relativ starke Gebrauch von Abkürzungen erklärt sich funktional: durch sie wird der Textkörper verdichtet auf das 160-Zeichen-Format, es liegt also das Prinzip einer medialbedingten Ökonomisierung vor. Es liegt hier kein ‚Akü-Fimmel‘ vor, der zum Sprachverfall führt, wie Sprachpuristen immer wieder glauben machen, sondern die Art zu schreiben ist pragmatisch angemessen.

Englische Abkürzungen gelten als *das* Merkmal der SMS-Kommunikation, wenn man populären und populärwissenschaftlichen Publikationen glauben darf. In jedem Ratgeber findet sich eine umfangreiche Liste mit englischen Akronymen (Haller 2000: 56) oder sog. ‚Kürzeln‘ (vgl. Abb. 13). Akronyme finden sich in der Tat, allerdings zeigt sich, dass in unserem Korpus relativ wenige englische Akronyme vorkommen (vgl. Abb. 14), am häufigsten finden sich *SMS*, *ok* und *cu*.

2g4u = too good for you

4e = forever

4u = for you

b4 = before

bbb = bye-bye baby

j4f = just for fun

MX = Merry Christmas

t+ = think positive

Abb. 13: Englische Kürzel (Jochmann 2000: 09)

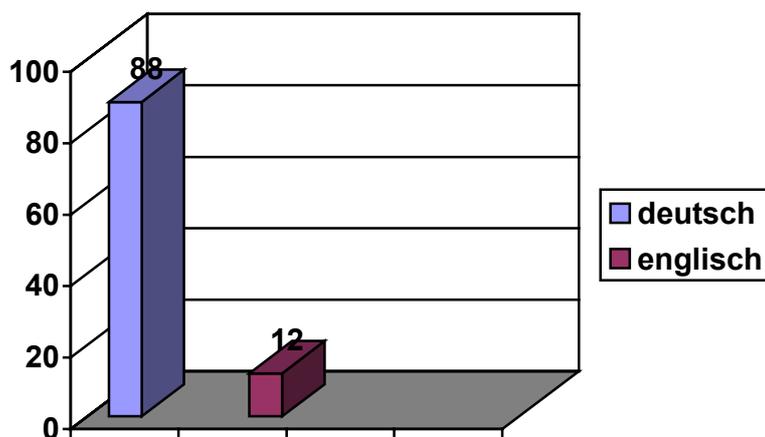


Abb. 14: Englische Abkürzungen (in %)

Für die SMS-Kommunikation gilt wie für die Chat- und E-Mail-Kommunikation, dass englische Abkürzungen weder dominant sind noch einen Angriff auf den ‚Tiefencode der deutschen Sprache‘ darstellen.⁶

⁶ Vgl. hierzu auch Schlobinski (2001a).

3.4 Ellipsen

Wie Androutsopoulos/Schmidt (2001: 20ff.) zeigen, sind in der SMS-Kommunikation »syntaktische Reduktionen [...] in großer Vielfalt zu finden.« (ibid.: 20) Die Autoren definieren Ellipsen nach Zifonun et al. (1997) und unterscheiden Ereignis- und Strukturellipsen. Die Definition des Konzepts Ellipse ist ein notorisch schwieriges Problem (vgl. Busler/Schlobinski 1997), das hier nicht diskutiert werden kann. Anders als bei Androutsopoulos/Schmidt sollen allein syntaktisch operationable Tilgungsstrukturen als Ellipsen behandelt werden, nicht-operationable jedoch nicht. Operationable Tilgungsstrukturen sind solche, bei denen *eindeutig* eine syntaktische Vollform rekonstruiert werden kann. Ob es sich nach funktionalen Aspekten um Adjazenzellipsen, Ereignisellipsen oder andere handelt, spielt für die Behandlung als syntaktische Variable zunächst keine Rolle; diese Aspekte werden in weiterführenden Analysen berücksichtigt. Nach unseren Analysen fallen unter Ellipsen (a) Tilgungen des Subjekts (insbesondere Subjektpronomen) wie in ›[Ø] FAND'S AUCH S. SCHÖN‹, (b) Tilgung von Determinatoren wie in › [Ø] URLAUB WAR TOTAL SPITZE.‹; › [Ø] Fand [Ø] Wetter zu pissig!‹; (c) Tilgung von [VV + XP] wie in › [Ø] Bei dir oder bei mir?‹; (d) Tilgung von Kopula-, Hilfs- oder Modalverben (+XP) wie in ›[Ø] Ich dich besuchen?‹, ›[Ø] HEUTE LARA CROFT GUCKEN?‹.⁷

Alle anderen Konstruktionen, in denen das verbale Zentralregens fehlt und die nicht-operationabel sind, sind als Nominalkonstruktionen zu klassifizieren, z.B. *morgen frühstück :-)*, sofern nicht aufgrund des Kontextes eine Rekonstruktion der syntaktischen Vollstruktur möglich sein sollte. Im Beispiel könnte rekonstruiert werden *Wir treffen uns morgen zum Frühstück!*, (= V+XP) oder aber auch *Guten Morgen, Frühstück ist fertig.*

Die Analysen von Androutsopoulos/Schmidt zeigen, dass der häufigste Typ syntaktischer Reduktion der Wegfall von Subjektpronomina ist, wobei differenziert werden muss nach deiktischen Rollen (Sprecher-, Hörer-, Objekt- und Ereignisdeixis) und Verbtypen. Die Tendenz, dass das Subjektpronomen, insbesondere das der 1. Person Singular, am häufigsten getilgt wird, zeigt sich auch in unseren Analysen (vgl. Abb. 15). Die Tatsache, dass die Tilgung der Sprecherdeixis am häufigsten vorkommt, entspricht bestehenden Untersuchungen (vgl. Zifonun et al. 1997 und Auer 1993).

⁷ Tilgung von P/PP wie in ›Sitzen [Ø] Park, trinken Kaffee‹ (Androutsopoulos/Schmidt 2001: 21) ist in unserem Korpus nicht belegt.

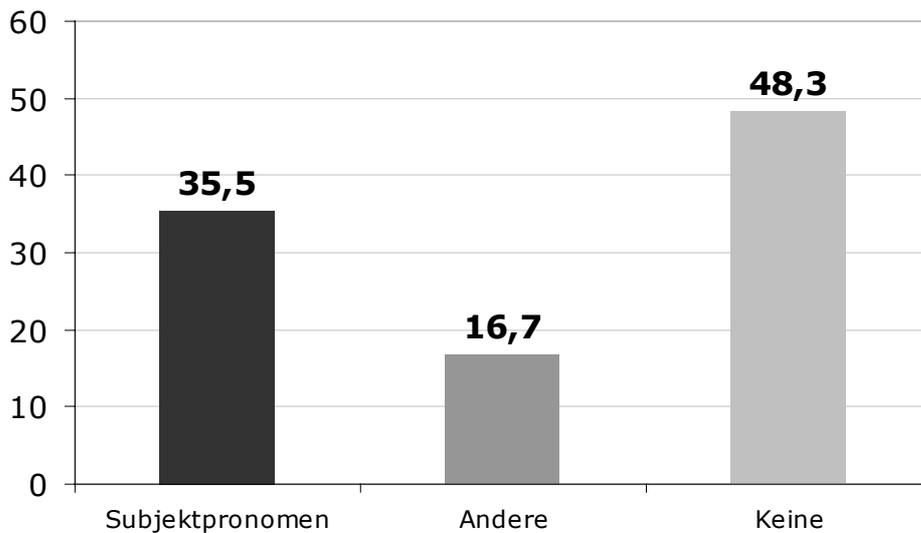


Abb. 15: Elliptische und nicht-elliptische Strukturen (in %)

Die Tilgung des Subjektpronomens ist eine spezifische Variante der ‚Person-Ellipse‘, die die Orientierung auf Gesprächsrollen voraussetzt und die in der SMS-Kommunikation eine textsituative Ellipse darstellt, die von Zifonun et al. (1997: 416) als ‚Autor-Ellipse‘ bezeichnet wird. Die Autor-Ellipse wie die Autorgruppen-Ellipse „findet sich vor allem in schriftlichen Textformen, wo mit eingegrenztem Adressatenkreis [...] eine größere Nähe zum Diskurs besteht. Dies betrifft private Briefe, Telegramme und (...) Tagebücher, Notizbücher, Mitteilungszettel usw.“ (Zifonun et al. 1997: 416) Interessant in diesem Zusammenhang ist die Tatsache, dass die Tilgung des Subjektpronomens als typisch für den sog. ‚Telegramm-Stil‘ gilt (vgl. hierzu Tesak/Dittmann 1991), der zunächst auf die Übermittlung per Telegrafien beschränkt war und sich erst dadurch breiter entwickeln konnte, „dass die Texte den geheimen Telegrafienstationen entrissen und in den Zeitungsmedien veröffentlicht werden. Die neue Textsorte wird erstmal zum öffentlichen Medientext. Ihre sprachlichen Normen werden erkennbar, imitierbar und multiplizierbar.“ (Jakob 2000: 115-116) Für die sprachliche Gestaltung in der SMS-Kommunikation kann zum einen der Telegramm-Stil als über die Textsorte zugeschaltetes Wissen vorausgesetzt werden, andererseits unterliegen Telegramme wie SMS-Nachrichten Ökonomieprinzipien, so dass redundante Information – der Schreiber ist bekannt, formale Markierung der Gesprächsrolle am Verb – weggelassen werden kann.

3.5 Lexikalische Aspekte

Aus den bisherigen Analysen lässt sich bis auf die bereits behandelten Abkürzungen *SMS*, *hdl* etc. kein spezifischer SMS-Wortschatz belegen. Regionalismen treten wie in der Chat-Kommunikation selten auf (vgl. Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 103), Ausdrücke aus

dem Vulgärwortschatz sind selten und eher jugend- und sprechsprachlich motiviert als SMS-spezifisch. Häufiger sind im Korpus Anglizismen belegt, besonders häufig in Begrüßungssequenzen (vgl. Abb. 16).

Alter	jünger als 12 Jahre	12-16 Jahre	17-21 Jahre	22-30 Jahre	älter als 30 Jahre	gesamt
Anglizismus						
hi, hey, hello, hey-ho, hy	18	28	12	54	11	123
sorry	1	4	3	3	-	11
cool	3	-	4	1	-	5
mail/ text/ write back	-	3	-	-	-	3
sexy	-	-	2	-	-	2
shoppen	-	-	-	2	-	2
body	-	-	-	2	-	2
Weitere vereinzelt aufgetretene Anglizismen und Lehnwörter:						
<i>shit, live, countdown, city, blind-date, date, okaydo, bye, on tour, sweet dreams, chatten, happy, kisses, whats up, mailen, mail, beach, beachen, at home, how are you, crazy, sleep well, kids, don't work a long, flyer</i>						

Abb. 16: Anglizismen

Interessant ist die sprachliche Artikulation von Begrüßungs- und Verabschiedungssequenzen (*SALUT!*; *Hi schatzi!*; *Morgen Kleine*g** und *Kuß*; *Nacht*; *Hab dich lieb. P*), die sprachliche Variationen aufweisen und den Einflüssen der gesprochenen Sprache/Jugendsprache, der Telefon- und der Chat-Kommunikation zu unterliegen scheinen. In unserer Untersuchung zeigt sich, dass über 40% aller SMS Begrüßungssequenzen aufweisen, davon am häufigsten der Form [*{hi, hey, hy, he, hei} +/- (Spitz)Namen*] (vgl. auch Beispiel 19). In der Altersgruppe der Unter-Zwölfjährigen beginnen immerhin 29,4 % der Nachrichten mit einer solchen Begrüßung.

(19)

Hi A, MENSCH TUT MIR LEID, ABER HOFFENTLICH WaR ES NETT MIT DEINEM BRUDER. M (42 Jahre)

32,5 % aller SMS treten mit Verabschiedungssequenzen auf, am häufigsten in Verbindung mit Abkürzungen wie *hdl*, *cu*, *LG* etc. (vgl. Abb. 17). Wie im Bereich der Grußformeln liegen die Unter-Zwölfjährigen beim Gebrauch von Verabschiedungsfloskeln deutlich vorn, während Ältere zu durchschnittlich 76,5 % offensichtlich eher auf Abschiedssequenzen verzichten.

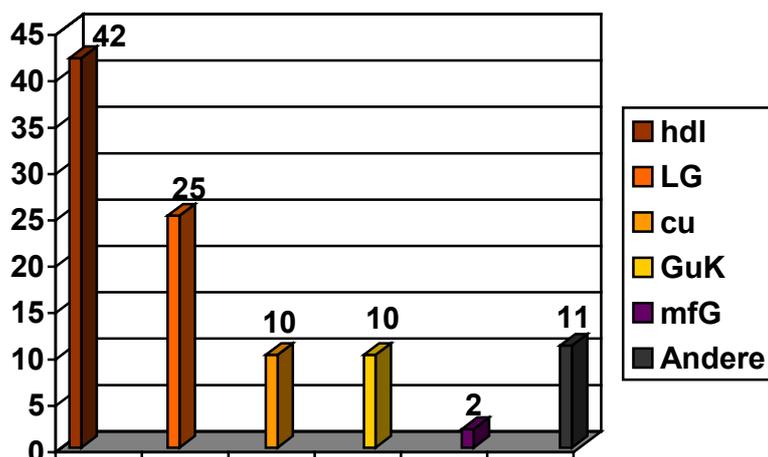


Abb. 17: Akronyme in Verabschiedungssequenzen (in %)

Lautwörter wie *tztz*, *hihi* oder *haha* treten vereinzelt auf wie auch Inflektive (*freu*, *stöhn*) und haben wie in der Chatkommunikation die Funktion, non-verbales Verhalten zu markieren und Informationen hinsichtlich einer expressiven und evaluativen Dimension zu spezifizieren. Dem Gebrauch von Inflektiven (vgl. Beispiel 20) liegt eindeutig ein Medientransfer aus der Chatkommunikation zugrunde, wie die Markierung durch Asteriske beweist (vgl. hierzu Schlobinski 2001b).

(20)

Wenn ich eine Gestalt auf dieser Erde töten könnte, dann würde ich B.D. töten. :-) *freu*

(21)

HI NINCHEN!HAB NE GUTE NACHRICHT:ANNE HAT HEUTE EIN HANDY BEKOMM!WEGEN IHRES ZEUGNISS!ICH HAB GEHÖRT,WIR HABEN NEN BALL GEWONN!HDL FRANZI

Interessant ist in diesem Zusammenhang der Gebrauch von Verbstämmen wie in Beispiel (21). Hier handelt es sich um Reduktionsformen, in denen die Reduktionssilbe getilgt wird und die möglicherweise auch deshalb vorkommen, weil die Schreiber hinsichtlich des Ge-

brauchs von Inflektiven ein Sprachwissen haben und die Formmerkmale auf normale Aussagesätze und Partizipialformen übertragen.

4. Nutzungsverhalten und kommunikative Funktionen

Nach einer Untersuchung von *Speedfact* werden täglich ungefähr 1-2 SMS-Mitteilungen versendet (vgl. www.speedpanel.com/ergebnis.php3). In unserer Untersuchung wurde die Fragen gestellt *Wenn du täglich SMS versendest, wie viele?* und *Wenn du täglich SMS bekommst, wie viele?* In Abb. 18 wird deutlich, dass 1-3 SMS täglich am häufigsten angegeben wurde und dass bis hin zu 10 SMS täglich die prozentuale Verteilung abnimmt.

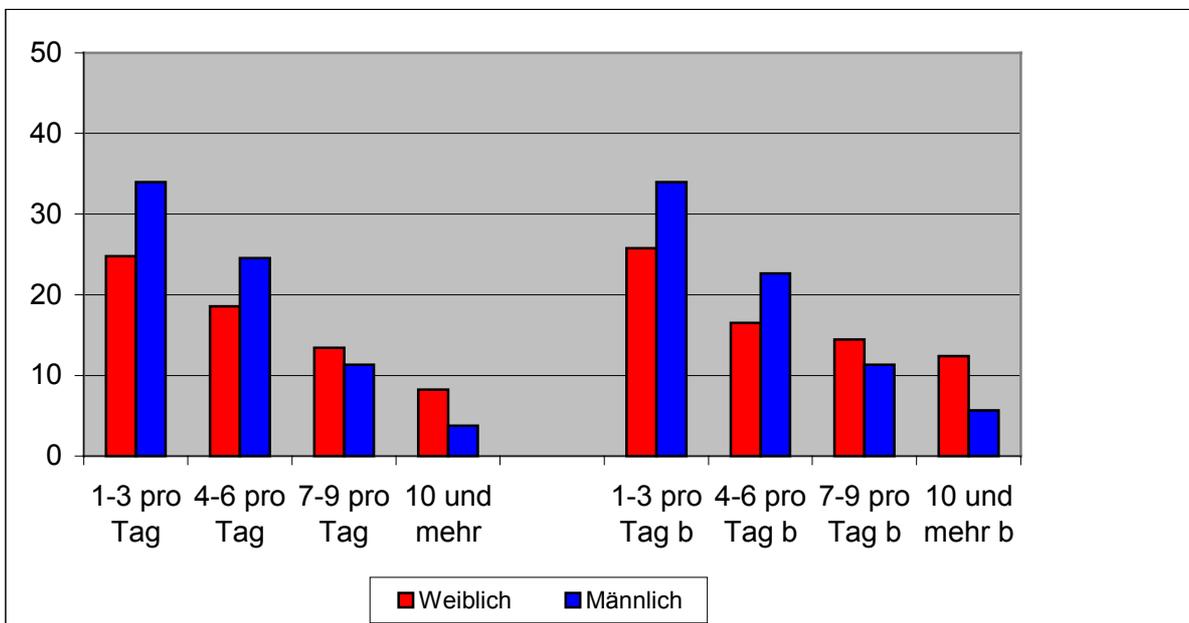


Abb. 18: Versendete und erhaltene SMS pro Tag (in %; b = bekommen)

Die Handynutzer wurden weiterhin danach befragt, ob sie gerne SMS verschicken. Bei den Kindern und Jugendlichen bis 16 Jahren haben diese Frage fast alle mit *ja* beantwortet. Als Gründe wurden verschiedene Angaben genannt. Hauptsächlich mache das „smsen“ Spaß, und man könne hervorragend schnell Infos verbreiten. Ein weiterer wichtiger Aspekt bestehe darin, dass eine SMS viel schneller ankomme als ein Brief. Außerdem sei das Versenden von Kurznachrichten billiger als Telefonieren.

Die 17-21-Jährigen schreiben ebenfalls gerne eine Kurznachricht. Hier sind die Begründungen sehr unterschiedlich und reichen von *Terminabsprache* und *Infos über Kontakt*

halten sowie preiswert bis hin zu *praktisch*, mit dem Nachsatz, dass das Verschicken von SMS ideal sei für unterwegs oder auch, wenn man keine Zeit oder Lust habe auf ein langes Telefongespräch. Ungefähr 20% gaben an, sie verschickten nicht gerne SMS, da das Tippen zu mühsam sei, man zu wenig Text zur Verfügung habe und das „smsen“ zu teuer sei. 70% aller befragten 22-30jährigen Frauen kreuzten an, dass sie gern SMS versenden. Sie begründeten dies damit, dass das Verschicken von Kurznachrichten bequem und schnell sei, man kurzfristige Infos erhalte und es sicher sei, wenn man keine Lust auf einen Anruf habe. Viele Schreiberinnen nannten auch als ein Vorteil, dass man ohne Sprechen kommunizieren könne. Andere finden es prima, dass man bei einer SMS genug Zeit habe, zu überlegen, was man genau schreibt. Immerhin 8% meinten, dass sie SMS verschicken gegen Langeweile. 30%, die keinen Spaß am SMS-Versenden haben, geben an, dass das Tippen nerve, es zu teuer und unpersönlich sei und gelegentlich zu Missverständnissen führe. Die Männer zwischen 22-30 nannten als Gründe für den Spaß am Tippen, dass SMS praktisch, kurz, präzise, bequem und schnell seien. Man könne Kontakte pflegen, einen Gruß zwischendurch übermitteln und es sei weiterhin von Vorteil, dass eine SMS nicht zwangsläufig zu einem Dialog führe. 20% hingegen meinen, dass diese Form von Kommunikation unpersönlich sei und das Tippen nerve. Bei den >30jährigen Frauen ist erstaunlich, dass - bis auf eine Befragte, die der Meinung ist, „smsen“ sei überflüssig, - alle gerne SMS schreiben. Bei den >30jährigen Männern schreiben 50% gern SMS, weil es billig sei und man an keine Zeiten gebunden sei. Die anderen 50% sind der Ansicht, es sei umständlich sowie unpersönlich.

Als Hauptgrund für das Versenden von Kurznachrichten wird die Planung von Verabredungen angegeben (vgl. Abb. 19). Fast genauso wichtig sind offensichtlich die Kurzinfos, die 72,16% aller weiblichen und 62,26% aller männlichen Schreiber als Grund das Verschicken von SMS-Mitteilungen nannten.

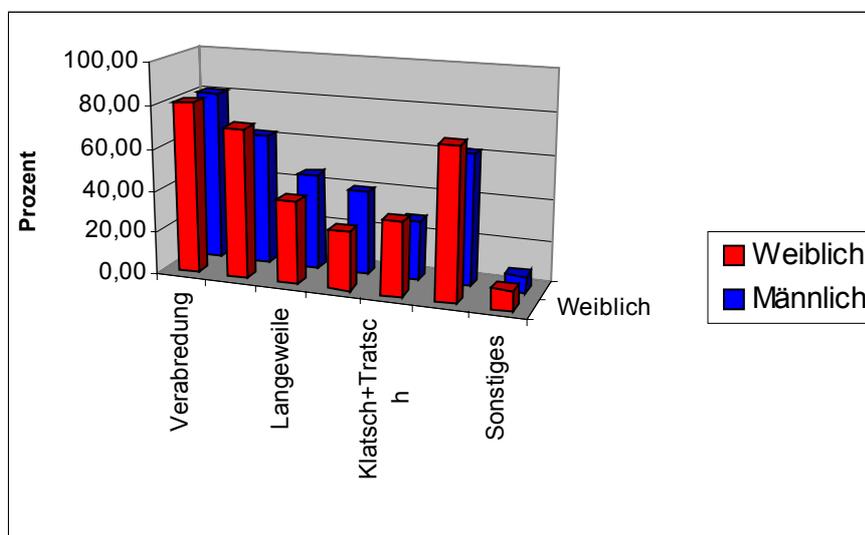


Abb. 19: Gründe für das Verschicken von SMS-Mitteilungen

Als dritter Faktor für das Versenden von SMS-Nachrichten meinten 71,13% der weiblichen Schreiber, sie müssten sich „mal melden“, ebenso 62,26% des anderen Geschlechts. Erstaunlich viele Vertreter des männlichen Geschlechtes, nämlich 45,28%, aber auch 39,18% der Frauen und Mädchen schreiben SMS aus Langeweile. Erstaunlicherweise geben verhältnismäßig mehr Männer als Frauen das Flirten als Grund für das Verschicken von Textnachrichten an. In diesem Zusammenhang sei ein sechzehnjähriger Junge erwähnt, der uns mitteilte, dass er per SMS sehr viele Liebesbotschaften an Mädchen verschicke, da es ihm viel leichter falle, per SMS zu flirten als bei einem Telefongespräch, vis-à-vis oder gar einem langen Brief, bei dem er nie die richtigen Worte fände. Außerdem sei eine SMS auch nicht so verbindlich.

Die vorliegende Untersuchung bestätigt im Wesentlichen die Ergebnisse von Höflich/Rössler (2000). Zentrales Nutzungsmotiv ist „die gegenseitige Rückversicherung – zu erfahren, was die Freunde oder Partner machen und ob es ihnen gut geht bzw. selbst mitzuteilen, was man macht und wie es einem geht. Am zweitwichtigsten ist die allgemeine Kontaktpflege: man verabredet sich oder schickt Mitteilungen um ihrer selbst willen, einfach weil es Spaß macht [...]. Fast gleichbedeutend ist die Verfügbarkeit des Mediums [...] gepaart mit der ständigen Erreichbarkeit.“ (Höflich/Rössler 2000: 13). Ähnlich sind auch die Ergebnisse der Online-Studie von *Speedfacts*: „Besonders die ganz junge Schicht der Internetnutzer (14 bis 19 Jahre) verwendet SMS oftmals als Mittel zur Interaktion in Gesprächsform oder um von einer anderen Person ständig (kommunikativ) begleitet zu werden.“ (www.speedpanel.com/ergebnis/php3)

Hinsichtlich der regelmäßigen SMS-Kontakte zeigt sich (vgl. Abb. 20), dass diese auf eine Kerngruppe beschränkt sind.

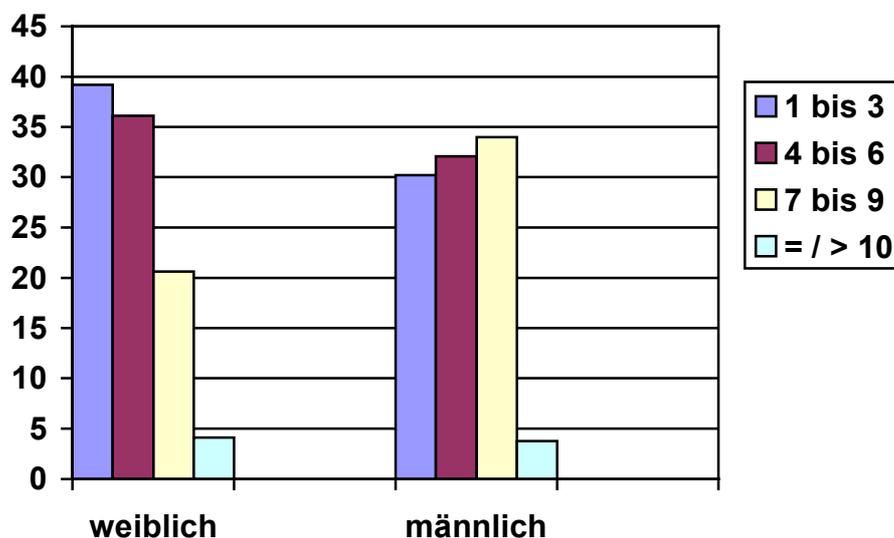


Abb. 20: Beantwortung der Frage: Mit wieviel Personen schreibst du dir regelmäßig SMS?

Knapp 40% der weiblichen Schreiber kommunizieren regelmäßig per SMS mit 1-3 Personen. Unwesentliche Prozent weniger schreiben sich mit 4-6 Personen regelmäßig. Aber auch mit 7-9 „SMSlern“ stehen verhältnismäßig viele Schreiberinnen in ständigem Kontakt, nämlich 20,62%. Zum stetigen Kontakt mit 10 oder mehr Personen schaffen es 4,12%. Im rechten Diagramm ist die entsprechende Schreibkommunikation der Männer angegeben. Um die 30% verteilen sich jeweils auf die 1-3, 4-6 und 7-9 Personen. Mit mehr als 10 Personen stehen – ähnlich wie bei den Frauen und Mädchen – nur 3,77% in regelmäßigem SMS- Kontakt. Interessant ist, dass ungefähr 10% mehr männliche als weibliche Schreiber mit 5-10 Personen regelmäßig über Kurznachrichten kommunizieren. Mit wem kommuniziert wird und in welcher Häufigkeit ist eine weiterführende Frage, deren Beantwortung der Abb. 21 zu entnehmen ist.

Weibliche Schreiber

Männliche Schreiber

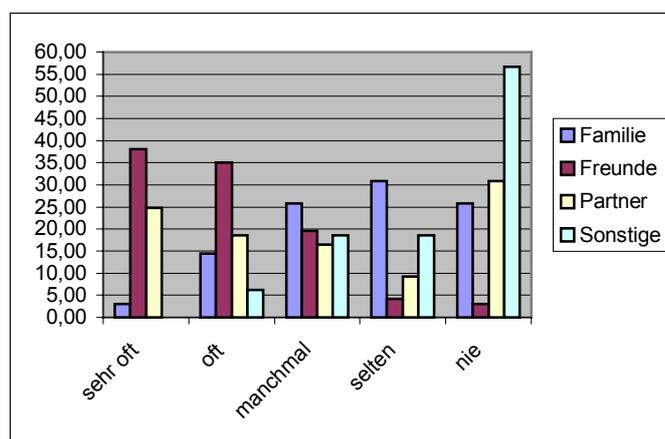
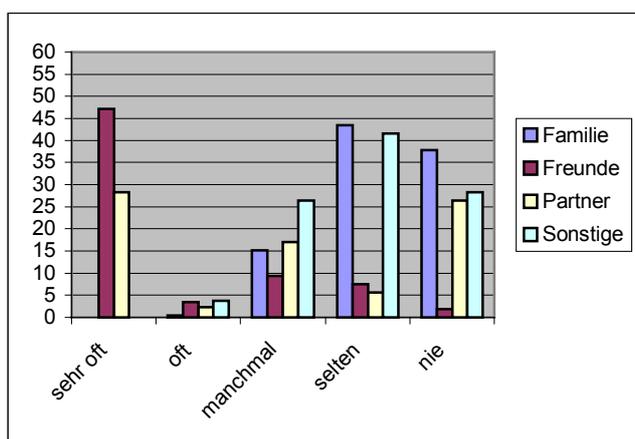


Abb. 21: SMS-Kontaktpartner

Die Befragten hatten auf den Fragebögen bei jeder Kategorie (Familie, Freunde, Partner, Sonstige) die Häufigkeit, mit der sie der jeweiligen Person schreiben (sehr oft, oft, manchmal, selten, nie) anzukreuzen. Abb. 21 zeigt, dass insbesondere Freunde die primären Kontaktpartner sind (38% bei den weiblichen Schreibern und 47% bei den männlichen). Ebenfalls sehr oft, nämlich zu 24% bei den Frauen und zu 28% bei den Männern wird an den Partner „gesmst“. An die Familie versenden nur die weiblichen Schreiber sehr oft SMS, und das auch nur zu 3%. An die Partner schreiben knapp 20% der Frauen oft und die Familie erhält von knapp 15% der Frauen oft eine SMS. Bei der Kategorie >manchmal< ergeben sich bei den Frauen und Mädchen relativ ähnliche Prozentwerte, an alle Per-

sonengruppen wird zwischen 16 und 25% geschrieben (bei den Männern und Jungen zwischen 10 und 26%). Erwähnenswert wäre noch, dass ungefähr 30% der weiblichen Befragten selten und 25% nie per SMS mit ihrer Familie in Kontakt stehen. Männer versenden noch weniger Kurznachrichten an ihre Familie, 43% selten und 37% nie. An den Partner schreiben 30% der Frauen und Mädchen und 26% der Männer und Jungen niemals. An dieser Stelle gilt zu bedenken, dass jüngeren Altersgruppen keine Partnerbeziehungen haben. Insgesamt zeichnet sich ein Bild ab, das den Befunden von Höflich/Rössler (2000: 11) entspricht: „Hauptsächliche SMS-Partner sind der Partner oder die jeweils besten Freunde, während nur ein Teil der Jugendlichen häufiger an Familienmitglieder oder vollkommen Fremde schreibt.“

Als nächstes wollten wir von unseren Testpersonen wissen, ob sie darauf vertrauen, dass ihre SMS immer beim Adressaten ankommen und demnach auch sehr wichtige Nachrichten per SMS versenden. Die Umfrage ergab, dass 67% der weiblichen und 80% der männlichen Schreiber darauf vertrauen, dass alle SMS, die sie verschicken, auch ankommen. Daraus könnte man folgern, dass die meisten auch wichtige Nachrichten per SMS schreiben, dem ist aber nicht so. 35% der Frauen und Mädchen und gerade mal 26% der Männer würden auch wichtige Nachrichten „smsen“. Die Gründe hierfür gehen aus unserer Umfrage nicht hervor.

Diejenigen, die auch wichtige News per SMS mitteilen würden, sind übrigens hauptsächlich die Jugendlichen. 60% der <12jährigen Mädchen, 65% der 12-16jährigen Jungen und 70% der 12-16jährigen Mädchen würden auch wichtige Informationen „smsen“. In diesem Zusammenhang berichtete ein sechzehnjähriges Mädchen, dass es sogar sehr praktisch sei, wichtige Nachrichten, die für den Adressaten schlecht sind, per SMS mitzuteilen, da man sich keine nervigen Widerworte anhören müsse und keine Rechenschaft abzulegen habe.

Ferner untersuchten wir das Schreibverhalten dahingehend, wie oft auf die SMS geantwortet wird. Nur 42% der Frauen und Mädchen, damit weniger als die Hälfte, erwarten übrigens eine Antwort auf jede SMS. Bei den Männern sind es 10% mehr (= 50%), die jede Kurznachricht beantwortet haben wollen. Hinsichtlich der Frage, ob eher eigene/initiative SMS geschrieben werden, ergab die Umfrage, dass sich die eigenen und beantwortenden SMS im Gleichgewicht befinden. Von den 22-30jährigen Männern gaben jedoch 30% an, dass sie eher auf eingegangene SMS antworten, anstatt selbst die Initiative zu ergreifen.

Bei der Frage, ob eher einzelne SMS, einmal hin und her oder im längeren Dialog geschrieben wird, ergibt sich folgendes Bild (vgl. Abb. 22):

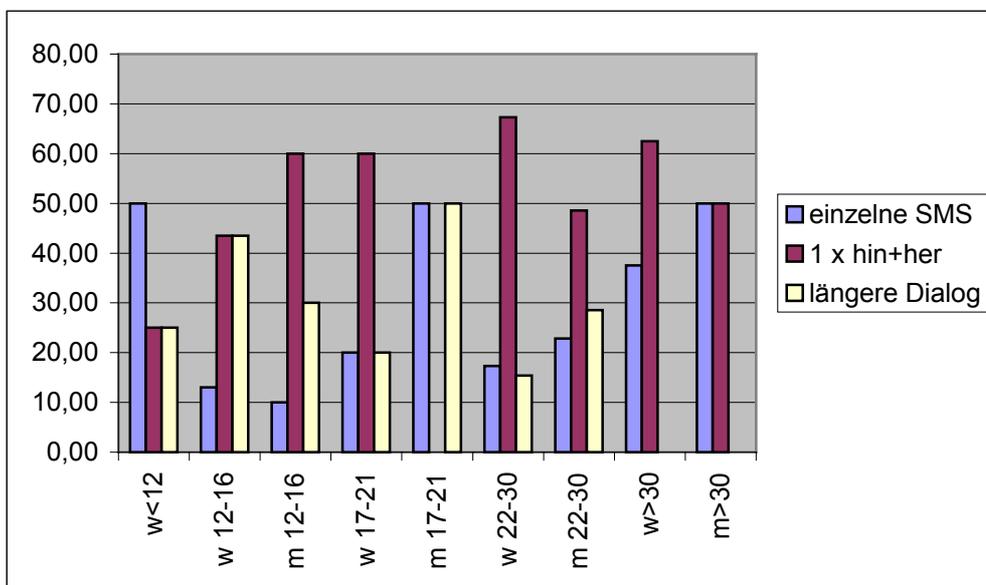


Abb. 22: SMS-Dialoge

Während die <12-Jährigen hauptsächlich einzelne SMS schreiben, dominiert in den anderen Altersgruppen das „1mal hin und her SMSen“. Bei den >30jährigen Männern schreiben 50% einzelne SMS und 50% schreiben 1mal hin und her. Die >30jährigen bei beiden Geschlechtern sind die einzigen, die keine längeren Dialoge schreiben. Ansonsten bewegen sich die Prozentwerte der längeren Dialoge zwischen 15 und 50%. Auf die Fragen: *Wenn du einen längeren Dialog schreibst, mit wem?*, *Zu welchem Thema?* und *Von wem wird der Dialog beendet?* wurden als Dialogpartner hauptsächlich Freunde und Partner genannt. Die Themen bei längeren Dialogen sind bei den Jugendlichen meistens Klatsch und Tratsch, Reden über Jungs und Problemgespräche. Die Erwachsenen besprechen in den längeren Dialogen eher Verabredungen.

Wie eingangs dargestellt, ist die SMS-Kommunikation als neue Kommunikationsform von enormer gesellschaftlicher Bedeutung. Beeinflusst dies andere medialbasierte Kommunikationsformen? In Abb. 23 findet sich die Beantwortung der Frage: *Seitdem du SMS schreibst, benutzt du Telefon, Brief, E-Mail: häufiger, seltener, wie zuvor?*

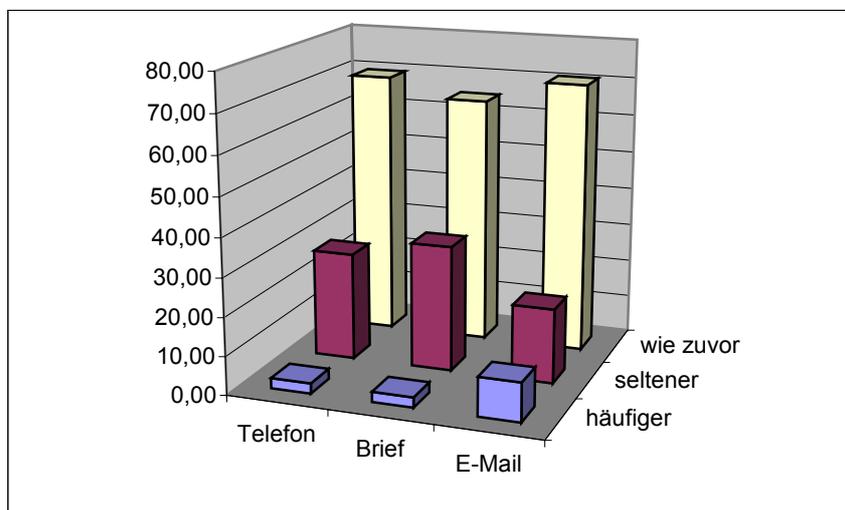


Abb. 23: SMS und andere Kommunikationsformen

Abb. 23 zeigt, dass das Telefon kaum jemand (nur 2%) häufiger benutzt, seitdem er SMS verschickt. Knapp über 20% aller Befragten benutzen das Telefon seltener als zuvor, aber bei der Mehrheit hat sich das Telefonverhalten nicht verändert. Beim Brief sieht es ähnlich aus. Allerdings sind es hier 32%, die nun weniger Briefe schreiben. 10% mailen, seitdem sie SMS versenden, häufiger. Doch generell kann man festhalten, dass sich die Verwendung anderer Kommunikationsformen unwesentlich verändert hat.

Personen, die kein Handy haben, werden übrigens - laut Fragebogen - meistens übers Festnetz erreicht. Einige wenige Jugendliche sagten, sie würden die Betroffenen dann persönlich aufsuchen. Ein paar Testpersonen meinten, dass ihre Freunde alle ein Handy hätten.

Bei der Frage, ob sie auch SMS per Internet versenden, antworteten 90% der 17-21-Jährigen Frauen mit ja. Bei den 22-30jährigen Männer und Frauen senden 60% SMS aus dem Internet. Bei den anderen Gruppen schreibt jeder zweite SMS aus dem Netz. Überhaupt keine Kurznachrichten per Internet verschicken die <12jährigen und >30jährigen Testpersonen. Das Schreiben der SMS aus dem Netz begründeten die Jugendlichen damit, dass es billiger sei und sie hauptsächlich von dort „smsen“, wenn das Guthaben ihrer Handkarte aufgebraucht ist. Die Erwachsenen nennen ebenfalls das billige - bzw. Gratisversenden als Grund. Hinzu kommt, dass sie am Computer mit dem Tippen besser klarkommen. Das kann auch der Grund dafür sein, dass die SMS der Erwachsenen im Netz länger ausfallen, wohingegen die Jugendlichen mitteilten, dass ihre SMS, die sie im Internet schreiben, sich von der Länge nicht von denen auf dem Handy unterscheiden. Dies kann darauf zurückgeführt werden, dass Jugendliche mit dem Handy aufgewachsen sind und keinerlei Probleme mit dem Tippen auf der Handytastatur haben.

Die letzte Frage des Fragebogens nimmt Bezug auf Newsletter und Infodienste, die man per SMS abonnieren kann. Dies wird unter den Befragten allerdings so gut wie gar nicht benutzt. Lediglich die 12-16 und 17-21jährigen Mädchen gaben an, diese zu verwenden, genauer gesagt jeweils 15%. Sie nutzen die Dienste von McDonald's, Veranstaltungsservices sowie Albumcharts.

5. Zusammenfassung und Perspektiven

In unserer Pilotstudie haben die Analysen ergeben, dass die SMS eine neue Textsorte bildet, die hinsichtlich der sprachlichen Artikulation einerseits medial bedingte Ökonomisierungsphänomene aufweist (Reduktionen auf der phonologisch-orthographischen, morphologischen und syntaktischen Ebene), die andererseits als transformierte Face-to-face-Kommunikation sprechsprachliche Phänomene in literater Form zeigt. Das typographische System der SMS-Kommunikation weist also – wie internetbasierte Systeme – Strukturen auf, die medial bedingt sind und zudem Normabweichungen, die sich als Umsetzung konzeptueller Mündlichkeit, wie es bei Koch/Österreicher (1994) heißt, begreifen lassen.

Wenn auch die Verortung in mediale und konzeptuelle Mündlichkeit vs. Schriftlichkeit sicherlich zu kurz greift, so steckt sie doch den Rahmen ab, nach dem mobilfunk-, aber auch speziell chatbasierte Kommunikation untersucht werden muss.

Die Auswirkungen der neuen Kommunikationstechnologien auf die Sprach- und Kommunikationsgemeinschaft moderner Gesellschaften ist sicherlich schwer zu prognostizieren. Unter einer größeren historischen Perspektive scheint der Vergleich mit den Folgen des Buchdrucks sicherlich nicht unangemessen. Giesecke (1998) hat in seiner hervorragenden Arbeit zu den Auswirkungen des Buchdrucks in der frühen Neuzeit gezeigt, dass die im Zeitalter des Buchdrucks in Europa geschaffenen Sprachen sich letztlich als Kodierungsanweisungen für die Informationsspeicherung und –verbreitung in den neuen, nationalen typographischen Systemen erweisen. Und man bezeichnet die neuen Sprachen „wegen ihrer Zurichtung auf die technischen Parameter denn ja auch zutreffend als ‚Kunstsprachen‘ (Schottel) und in jüngerer Zeit als Standardsprachen.“ (Giesecke 1998: 489).

Giesecke stellt nun die These auf, dass erst im Zuge der Entwicklung einer neueren Generation von technologischen Informations- und Kommunikationssystemen die Standardsprache gegenüber den für die neueren Systeme geschaffenen Computersprachen an Natürlichkeit wiedergewinnt, und er bezeichnet dies als „Renaturalisierung“ (ibid.). Betrachtet man nun internet- und mobilfunkbasierte Kommunikation, so lässt sich eine zweite Renaturalisierung erkennen: Die Standardsprachen als ursprünglich notwendige Standarddruck- bzw. Standarddruckschriftsprachen werden neu und verändert gebraucht in schriftbasierten, aber konzeptuell oralen Kommunikationssystemen. Schriftsprache kommt unter den Druck ‚emulierter‘ Mündlichkeit (s. hierzu auch Haase et al. 1997). Dies ist die eine Seite der Medaille. Die andere Seite, auf die wir hier nicht eingehen konnte, ist die zunehmende Abkehr vom Logozentrismus bei gleichzeitiger Hinwendung zu bildlichen Zeichensystemen. Indem Schriftsprache als standardisierte Sprache derart von zwei Seiten in die Zange genommen wird – und das Einfallstor sind neue Textsorten und Mediengenres der sog. 2. Gutenberg-Revolution – unterliegen Sprachnormen einem enorm zunehmenden Druck, der Auslöser für Sprachwandelprozesse sein kann.

Es kommt darauf, die in dieser gesellschaftlichen Umbruchsituation stattfindenden Sprach- und Kommunikationspraxen zu untersuchen. Mit der vorliegenden Arbeit zur SMS-Kommunikation, aber auch den Arbeiten zur internetbasierten Kommunikation (Runkehl/Schlobinski/Siever 1998 sowie www.websprache.net), ist der Versuch unternommen, hierzu einen kleinen Beitrag zu leisten, denn bislang „fehlt eine begründete Heuristik für die Behandlung der Fragen nach den Effekten der Computertechnologie auf die gegenwärtige und das heißt auf die noch weitgehend typographisch geprägte Informationsgesellschaft schon deshalb, weil die Spezifik der typographischen Informationen und Software so wenig erforscht sind.“ (Giesecke 1998: 505)

6. Literatur

- Androutopoulos, Jannis & Gurly Schmidt (2001). SMS-Kommunikation: Ethnografische Gattungsanalyse am Beispiel einer Kleingruppe. <<http://www.ids-mannheim.de/prag/sprachvariation/tp/tp7/sms.htm>> 2001-10-20.
- Auer, Peter (1993). »Zur Verbspitzenstellung im gesprochenen Deutsch.« In: Deutsche Sprache 3. S. 193-222.
- Ballstaedt, Steffen-Peter (1999). »Textoptimierung: Von der Stilfibel zum Textdesign.« In: Fachsprache. Internationale Zeitschrift für Fachsprachenforschung, -didaktik und Terminologie, Nr. 3-4. S. 98-124.
- BeMobile (2001). »News | Archiv 5/2001 | Ende des SMS-Booms in Deutschland?« <<http://www.wap.de/News/Archiv/2001/05/N010530smsboom,version=2.html>>.
- Döring, Nicola (1999). Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. In: Internet und Psychologie. Neue Medien in der Psychologie. Hrsg. v. Bernad Batinic. Bd. 2. Göttingen et al.
- Drösser, Christoph (1999). »Fast zu allem fähig.« In: Die Zeit, Nr. 50. S. 39.
- Janich, Nina (1994). »Electronic Mail, eine betriebsinterne Kommunikationsform.« In: Muttersprache 3, S. 248-259.
- Giesecke, Michael (1998). Der Buchdruck in der frühen Neuzeit. Eine historische Fallstudie über die Durchsetzung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien. Frankfurt am Main.
- GSM Association (2001). »GSM - SMS Graph« <http://www.gsmworld.com/membership/graph_sms.html>.
- Günther, Ulla und Eva Lia Wyss (1996). »E-Mail-Briefe – eine neue Textsorte zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit.« In: Hess-Lüttich, Ernest W. B, Werner Holly & Ulrich Püschel (Hrsg.). Textstrukturen im Medienwandel. Frankfurt/Main. S. 61-86.
- Haase, Martin et al. (1997). »Internetkommunikation und Sprachwandel.« In: Weingarten, Rüdiger (Hrsg.). Sprachwandel durch Computer. Opladen. S. 51-85.
- Haller, Andy (2000). SMS-Messages. Niedernhausen.
- Höflich, Joachim R. (2001). Das Handy als »persönliches Medium«. Zur Aneignung des Short Message Service (SMS) durch Jugendliche. <http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B1_2001_Hoeflich.pdf>
- Höflich, Joachim R. & Rössler (2000). Forschungsprojekt »Jugendliche und SMS. Gebrauchsweisen und Motive«. Zusammenfassung der ersten Ergebnisse. <www.uni-erfurt.de/km/forschung/smsreport.doc> 2001-05-18.
- Jakob, Karlheinz (2000). »Sprachliche Aneignung neuer Medien im 19. Jahrhundert.« In: Kallmeyer, Werner (Hrsg.). Sprache und neue Medien. Berlin. S. 105-124.
- Jochmann, Ludger (2000). SMS. Sprüche, Tipps und Tricks. Frankfurt am Main.
- Koch, Peter & Wulf Oesterreicher (1994). »Schriftlichkeit und Sprache« In: Günther, Hartmut & Otto Ludwig (Hg.). Schrift und Schriftlichkeit. Berlin. S. 587-604.
- Runkehl, Jens, Peter Schlobinski und Torsten Siever (1998). Sprache und Kommunikation im Internet. Überblick und Analysen. Opladen.
- Quasthoff, Uta (1997). »Kommunikative Normen im Entstehen: Beobachtungen zu Kontextualisierungsprozessen in elektronischer Kommunikation.« In: Weingarten, Rüdiger (Hrsg.). Sprachwandel durch Computer. Opladen. S. 23-50.

- Schlobinski, Peter (2001a). »Anglizismen im Internet.« In: Neues und Fremdes im deutschen Wortschatz. Aktueller lexikalischer Wandel. Hg. von Gerhard Stickel. Berlin, S. 239-257.
- Schlobinski, Peter (2001b). »*knuddel – zurueckknuddel – dich ganzdollknuddel*. Inflektive und Inflektivkonstruktionen im Deutschen. « In: Zeitschrift für germanistische Linguistik 29.2: 192-218.
- Sloß, Robert (1910). »Das drahtlose Jahrhundert. « In: Die Welt in 100 Jahren. Hg. von Arthur Bremer, S. 27-48.
- Stein, Stephan (1999). »Majuskeln im WortInnern. Ein neuer graphostilistischer Trend für die Schreibung von Komposita in der Werbesprache«. In: Muttersprache, Nr. 3. S. 261-278.
- Tesak, Jürgen & Jürgen Dittmann (1991). »Syntaktische Strukturen und Ellipsen in deutschen Telegrammen.« In: Feldbusch, Elisabeth (Hrsg.). Neue Fragen der Linguistik. Bd. 2: Innovation und Anwendung. Tübingen. S. 245-51.
- Zifonun, Gisela et al. (1997). Grammatik der Deutschen Sprache. Band I. Berlin.

6. Anhang: Fragebogen aus der Voruntersuchung in Hannover

SMS-Fragebogen

Liebe Handynutzer,

wir sind eine Gruppe von acht Studenten der Deutschen Sprachwissenschaft an der Universität Hannover. Im Rahmen einer Forschungsarbeit zum Thema SMS sind wir auf Eure Mithilfe angewiesen. Bitte füllt den folgenden Fragebogen möglichst vollständig aus. Natürlich bleiben Eure Daten anonym und werden nicht an Dritte weitergegeben.

Für Eure Mühe bedanken wir uns schon jetzt im Voraus.

Trage hier bitte die nächsten sechs SMS wortwörtlich ein, die Du bis zur Abgabe dieses Fragebogens erhältst. Ganz wichtig: Mögliche Rechtschreib- oder Grammatikfehler, Bilder, Groß- und Kleinschreibung, Abkürzungen usw. müssen unverändert aufgeschrieben werden, also genauso wie sie auf Deinem Handy zu lesen sind.

1)

2)

3)

4).....
.....
.....
.....
.....

5).....
.....
.....
.....
.....

6).....
.....
.....
.....
.....

Zur SMS:

- **Wie oft verschickst Du SMS?** täglich wöchentlich

Wenn täglich, wie viele? _____

- **Wie oft bekommst Du SMS?** täglich wöchentlich

Wenn täglich, wie viele? _____

- **Verschickst Du gerne SMS?**

ja **Warum?**

—

nein **Warum?** _____

- **An wen schreibst Du SMS?**

SMS

- Familie sehr oft oft manchmal selten nie
- Freunde / Clique sehr oft oft manchmal selten nie
- Partner sehr oft oft manchmal selten nie
- Sonstige sehr oft oft manchmal selten nie

- **Von wem bekommst Du SMS?**

- Familie sehr oft oft manchmal selten nie
- Freunde / Clique sehr oft oft manchmal selten nie
- Partner sehr oft oft manchmal selten nie
- Sonstige sehr oft oft manchmal selten nie

- **Mit wie vielen Personen schreibst Du Dir regelmäßig SMS?** _____

- **Aus welchem Grund schreibst Du SMS?** Verabredungen „mal melden“

- Langeweile Flirts „Klatsch & Tratsch“ Kurz-Infos

- Sonstiges: _____

- **Vertraust Du darauf, dass Deine SMS immer beim Adressaten ankommen?**

- ja nein

- **Schreibst Du demnach auch sehr wichtige Nachrichten per SMS?**

- ja nein, dann rufe ich lieber an

Zum Schreibverhalten:

- **Erwartest Du bei jeder Deiner SMS auch eine Antwort?** ja nein

- **Wie oft wird auf Deine SMS zurückgeschrieben?**

- immer meistens oft selten nie

- **Gehen die SMS eher von Dir aus oder schreibst Du eher auf eingegangene Nachrichten zurück?** eher eigene SMS eher Beantwortung ausgeglichen

- **Schreibst Du:** eher einzelne SMS eher einmal hin und her eher im längeren SMS-Dialog?

- Wenn länger, mit wem?** _____

- Zu welchem Thema?** _____

Wie bzw. von wem wird dabei der Dialog meistens beendet? _____

- **Seitdem Du SMS schreibst, benutzt/schreibst Du...**
 - **Telefon** seltener häufiger wie zuvor
 - **Brief** seltener häufiger wie zuvor
 - **E-Mail** seltener häufiger wie zuvor

 - **Wie erreichst Du Freunde, die kein Handy haben?**
-

Fragen zu SMS-Diensten:

- **Schreibst Du SMS über Internet?** ja nein
 Wenn ja, warum? _____
- **Schreibst Du Texte dort eher** länger kürzer genauso lang wie auf dem Handy?
- **Hast Du Newsletter oder Infodienste per SMS abonniert?** ja nein
 Wenn ja, welche? _____

Zur Person:

- **Wie alt bist Du?** _____
- **Geschlecht:** weiblich männlich
- **Beruf:** Schüler Student Auszubildender Beruf:

- **Schulabschluss:** Hauptschule Realschule Gymnasium