



Jürgen Dittmann, Hedy Siebert, Yvonne Staiger-Anlauf

# Medium & Kommunikationsform

am Beispiel der SMS

# 50

NET.WORX  
DIE ONLINE-SCHRIFTENREIHE DES PROJEKTS SPRACHE@WEB



# NET.WORX

## REDAKTION

www.mediensprache.net | networx@mediensprache.net  
Die genauen Anschriften und E-Mail-Adressen siehe weiter unten

---

HERAUSGEBER	Jens Runkehl, Peter Schlobinski, Torsten Siever
EDITORIAL-BOARD	Prof. Dr. <b>Jannis Androutsopoulos</b> (Universität Hannover) für den Bereich websprache & medienanalyse; Prof. Dr. <b>Christa Dürscheid</b> (Universität Zürich) für den Bereich Handysprache; Prof. Dr. <b>Nina Janich</b> (Technische Universität Darmstadt) für den Bereich Werbesprache; Prof. Dr. <b>Ulrich Schmitz</b> (Universität Essen), für den Bereich Websprache.
ISSN	1619-1021
ANSCHRIFT	<b>Niedersachsen:</b> Universität Hannover, Deutsches Seminar, Königsworther Platz 1, 30167 Hannover <b>Hessen:</b> Technische Universität Darmstadt, Institut für Sprach- und Literaturwissenschaft, Hochschulstrasse 1, 64823 Darmstadt <b>Internet:</b> www.mediensprache.net/networx/ <b>E-Mail:</b> networx@mediensprache.net

---

## ZU DIESER ARBEIT

---

AUTOR & TITEL	Jürgen Dittmann, Hedy Siebert, Yvonne Staiger-Anlauf. Medium & Kommunikationsform am Beispiel der SMS. Version 1.0 (2007-02-18)
ZITIERWEISE	Jürgen Dittmann, Hedy Siebert, Yvonne Staiger-Anlauf (2007). Medium & Kommunikationsform am Beispiel der SMS. < <a href="http://www.mediensprache.net/networx/networx-50.pdf">http://www.mediensprache.net/networx/networx-50.pdf</a> >. In: Networx. Nr. 50. Rev. 2007-04-10. ISSN: 1619-1021.

Zitiert nach Runkehl, Jens & Torsten Siever (2001). Das Zitat im Internet.  
Ein Electronic Style Guide zum Publizieren, Bibliografieren und Zitieren.  
Hannover.

---

## MANUSKRIPTE

---

EINSENDUNG	Die Einsendung von Beiträgen und Mitteilungen sind an folgende E-Mail-Adresse zu richten: networx@mediensprache.net oder an die Postadresse: Jens Runkehl, Institut für Sprach- und Literaturwissenschaft der Technischen Universität Darmstadt, Hochschulstrasse 1, Darmstadt.
AUTORENHINWEIS	Mit der Annahme des Manuskripts zur Veröffentlichung in der Schriftenreihe Networx räumt der Autor dem Projekt sprache@web das zeitlich, räumlich und inhaltlich unbeschränkte Nutzungsrecht ein. Dieses beinhaltet das Recht der Nutzung und Wiedergabe. Ein Recht auf Veröffentlichung besteht nicht.
BEGUTACHTUNG	Die Begutachtung eingesandter Beiträge wird von den Herausgebern sowie den Vertretern des Editorial Board vorgenommen.

## Networx

ist die Online-Schriftenreihe des Projekts Sprache@web. Die Reihe ist eine eingetragene Publikation beim Nationalen ISSN-Zentrum der Deutschen Bibliothek in Frankfurt am Main.

---

## » Einsenden?

Möchten Sie eine eigene Arbeit bei uns veröffentlichen? Dann senden Sie uns ihren Text an folgende E-Mail-Adresse:

networx@mediensprache.net

---

## » Homepage

Alle Arbeiten der Networx-Reihe sind kostenlos im Internet downloadbar unter:

<http://www.mediensprache.net/networx/>



---

## » Copyright

© Projekt sprache@web.

Die Publikationsreihe Networx sowie alle in ihr veröffentlichten Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne ausdrückliche Zustimmung des Projekts sprache@web unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.





---

## » Informationsstand



Stand der hier angegebenen Informationen – soweit nicht anders vermerkt – ist:


01. Februar 2007

# HINWEISE FÜR DEN BENUTZER

Dieses Internet-Dokument ist zitierbar! Diese wichtige Eigenschaft für wissenschaftliche Dokumente wird durch den vom Projekt sprache@web erarbeiteten Leitfaden  »Das Zitat im Internet« erreicht. Die bibliografische Aufnahme für dieses Dokument ist  hier verzeichnet; einen  ShortGuide für alle wichtigen weiteren Fragen sowie nützliche Tipps zum Zitieren stehen kostenlos zum  Download zur Verfügung.

Obwohl die NET.WORX als PDF-Dokumente für die Lektüre auf Papier besonders geeignet sind, unterstützen sie als Netzarbeiten natürlich auch Hyperlinks:

-  : Link, der auf eine Textstelle innerhalb des vorliegenden Dokuments verweist. Bei einem Klick auf den Pfeil, bzw. den dahinter stehenden Begriff wird zu der entsprechenden Textstelle *innerhalb* der NET.WORX gesprungen.
-  : Link, der auf eine Quelle im Internet verweist. Wird *bei einer bestehenden Internetverbindung* auf den Pfeil, bzw. den dahinter stehenden Begriff geklickt, wird der Nutzer mit der Quelle im Internet verbunden.

Bei direkten oder indirekten Verweisen auf fremde Internetseiten («Links») gilt, dass sich das Projekt sprache@web ausdrücklich von allen Inhalten aller gelinkten/verknüpften Inhalte distanziert und auch nicht für deren Inhalt verantwortlich ist. Für illegale, fehlerhafte oder unvollständige Inhalte und insbesondere für Schäden, die aus der Nutzung oder Nichtnutzung solcherart dargebotener Informationen entstehen, haftet allein der Anbieter der Seite, auf welche verwiesen wurde, nicht derjenige, der über Links auf die jeweilige Veröffentlichung lediglich verweist. Im übrigen gelten die  Nutzungsbedingungen des Projekts sprache@web. **Bitte beachten Sie auch die Benutzungshinweise im Editorial.**

Die Herausgeber, 2007

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>1</b>	<b>EINLEITUNG</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>TERMINOLOGIE</b>	<b>6</b>
<b>3</b>	<b>DIE SMS</b>	<b>11</b>
<b>4</b>	<b>STUDIE I</b>	<b>15</b>
4.1	Korpusanalyse .....	15
4.2	Umfrage – T9 .....	29
<b>5</b>	<b>STUDIE II</b>	<b>35</b>
<b>6</b>	<b>SCHLUSSFOLGERUNGEN</b>	<b>45</b>
6.1	Ökonomie und Expressivität .....	45
6.2	Zur Ausgangshypothese .....	48
6.3	Sprachkritische Schlussbemerkung .....	51
<b>7</b>	<b>BIBLIOGRAFIE</b>	<b>52</b>
	<b>ALLE NETWORKX-ARBEITEN IM ÜBERBLICK</b>	<b>56</b>

# 1 EINLEITUNG

Dass »Medien nicht nur der Übermittlung von Botschaften dienen, vielmehr am Gehalt der Botschaften – irgendwie – selbst beteiligt sein müssen«, ist Konsens in Philosophie (Zitat Krämer 1998, 73), Kommunikationswissenschaft (Burkart 2002, 35f.) und Linguistik (Schneider 2006). Krämer weist auch zurecht darauf hin, dass Medien »wie Fensterscheiben [wirken]: Sie werden ihrer Aufgabe um so besser gerecht, je durchsichtiger sie bleiben« (Krämer 1998, 74). Und sie entwickelt den an die Semiotik angelehnten produktiven Gedanken, das Medium verhalte sich zur Botschaft, wie die unbeabsichtigte Spur sich zum absichtsvoll gebrauchten Zeichen verhalte: Es »bewahrt sich an der Botschaft die Spur des Mediums« (Krämer 1998, 81; Herv. i. Orig.). Die Konkretion dieser Vermutung – denn um eine solche handelt es sich – und ihre Überprüfung an einem Fallbeispiel sind Gegenstand der folgenden Studie.<sup>1</sup> Dazu muss zunächst in aller Kürze die passende Terminologie entwickelt werden (Abschnitt 2). Es folgen eine Charakterisierung der Kommunikationsform SMS (Abschnitt 3) und die Darstellung und Diskussion zweier aufeinander bezogener empirischer Studien (Abschnitte 4 und 5).<sup>2</sup> Die zugrunde liegende Idee ist folgende: Am Beispiel der Kommunikationsform SMS sollen die medialen Bedingungen der Produktion von Texten erfasst und die Auswirkungen, die die geänderten Produktionsbedingungen auf SMS-Texte haben, untersucht werden.

---

<sup>1</sup> Wir danken einer anonymen Gutachterin/einem anonymen Gutachter für eine Reihe wertvoller Hinweise und Angela Stangl für ihre Hilfe beim Bibliographieren und Korrekturlesen.

<sup>2</sup> Im Folgenden wird auf drei Korpora Bezug genommen, die als »Korpus Dittmann«, »Korpus Siebert« und »Korpus Staiger« unterschieden werden.

## 2 TERMINOLOGIE

Zunächst zum Terminus *Medium*. Holly (1997, 65) arbeitet im Versuch einer Begriffsklärung heraus, dass mindestens drei Verwendungsweisen gängig sind: Ein weiter Begriff von ›Medium‹ erfasst alle denkbaren Weisen der Übermittlung von Information, darunter »auch Körperliches (z. B. Stimme), Zeichensysteme (z. B. Sprache) oder Teile davon (z. B. Schrift)«. Ein engerer Begriff meint die ›Massenmedien‹, wie im Ausdruck *die Medien berichteten ...* – hier liegt also linguistisch betrachtet eine ›Kurzform‹ vor (wie bei *Rad* für *Fahrrad*). Schließlich nennt Holly noch eine spezifisch sprachwissenschaftliche Verwendung, in der sich der Terminus ‚medial‘ auf die Unterscheidung zwischen den ›Existenzformen‹ der Sprache bezieht – also auf ›mündlich‹ vs. ›schriftlich‹ (vgl. Koch/Oesterreicher 1985; 1994 zur Unterscheidung von ›Medium‹ und ›Konzeption‹). Holly selbst favorisiert eine Definition, die darauf abhebt, dass Medien den Versuch darstellen, »die räumlichen und zeitlichen Beschränkungen der direkten Kommunikation zu überwinden« (Holly 1997, 65), und er deutet die Mediengeschichte als den »fortgesetzten Versuch«, dies zu erreichen. Damit ist aber der Medienbegriff auf technische Medien eingeschränkt – eine Definition, die sich auch in der Medienwissenschaft findet: Diese »bezieht sich auf Medium als einen Bestandteil zwischenmenschlicher Kommunikation. Es geht dabei um den Sonderfall der vermittelten Kommunikation, im Unterschied zur unvermittelten oder personalen Kommunikation« (Faulstich 2004, 11). Ebenso verfahren, im Anschluss an Holly, LinguistInnen, die sich mit den ›Neuen Medien‹ befassen, insbesondere Dürscheid (vgl. u. a. Dürscheid 2005a).

Die Problematik dieser Einschränkung wird schnell manifest: Faulstich (2004, 13) etwa fasst sehr wohl die direkte Kommunikation – »*Primärmedien* sind die Mensch-medien« – unter die mediale Kommunikation. Sekundärmedien sind nach medienwissenschaftlicher Auffassung (vgl. Faulstich 2004, 13f.) die Druckmedien (Buch etc.), Tertiärmedien die elektronischen Medien (Hörfunk etc.) und Quartärmedien sind die digitalen Medien (Computer etc.). Ein Problem ergibt sich auch in der Darstellung bei Holly (1997, 65): Mediale Kommunikation ist durch die Zeichentypen, die das jeweilige Medium akzeptiert, beschränkt. Und bei den Zeichentypen diskutiert auch Holly die »körperlich hervorgebrachten« Zeichen der direkten Kommunikation. In der Konsequenz ist es zwingend, auch direkte Kommunikation in den Blick zu nehmen, und Schneider (2006, 81) etwa plädiert nachvollziehbar dafür, »orale Sprache als Kommunikationsmedium anzusehen«. Allerdings ist hier wiederum die Charakterisierung »orale Sprache« zu eng: Schon die Redeweise von den »körperlich hervorgebrachten Zeichen« verweist darauf, dass in direkter Kommunikation zwangsläufig mehr im Spiel ist als orale Sprache. Scollon/Scollon (1995, 27) haben deshalb den Terminus »somatic communication« ins Spiel gebracht. Sie argumentieren, dass der Terminus »Mündlichkeit« aus einer ganzen Reihe von Gründen verkürzend ist, weshalb sie den Terminus »somatisch« vorschlagen. Damit wollen sie Bezug nehmen auf »den menschlichen Körper als der Grundlage von Kommunikation« (Scollon/Scollon 1995, 27; Übers. von mir; J.D.). Sie sagen: »Mit der Verwendung des Wortes ‚somatisch‘ wollen wir die multimodale oder multisensorische Natur der Kommunikation zwischen Körpern betonen, die inhärente Redundanz oder Resonanz zwischen diesen multiplen Modalitäten, der rhythmischen Synchronien in Echtzeit, die in solcher Kommunikation involviert sind, und der essentiellen Ko-Präsenz aller Teilnehmenden an der Kommunikation.« Und sie sagen auch, dass in jeder Kommunikation »somatische Elemente« vorhanden sind, d. h., es mag zwar Kommunikationen geben, die vielleicht mehr oder weniger somatisch sind, aber kei-

ne, die nicht-somatisch oder rein extra-somatisch wären (vgl. Scollon/Scollon 1995, 27; vgl. auch Beutner 2002, 48). Wir kommen darauf zurück.

Vom Medium zu unterscheiden ist die *Kommunikationsform*. Dieser Begriff stammt aus der Textlinguistik. Er wurde geprägt in Abgrenzung gegen den Begriff ›Textsorte‹ und soll bei der Texttypisierung den Aspekt der Medialität betonen, indem Kommunikationsformen als durch die »jeweils besonderen situativen Merkmale der einzelnen Medien« konstituiert gedacht werden (vgl. Brinker 2005, 148). Holly (1997, 68f.) schlägt vor, Kommunikationsformen über drei Merkmalsdimensionen zu definieren, nämlich durch den/die jeweiligen Zeichentyp/en, den Charakter als Speicher- und/oder Übertragungsmedium und schließlich in der Merkmalsdimension der einwegigen vs. zweiwegigen Kommunikation. Die Unterscheidung von Medium und Kommunikationsform ist vor allem geeignet, eine in der Medienwissenschaft bis in jüngste Publikationen zu verfolgende begriffliche Ungereimtheit zu vermeiden: Wie können denn, so noch bei Faulstich (2004, 14), sowohl der Computer, das technische Gerät also, als auch die E-Mail ‚Medium‘ sein? Vom Computer werden wir weiter als ›Medium‹ sprechen, so auch vom Handy. Die E-Mail dagegen ist eine im Medium (vernetzter) Computer realisierte Kommunikationsform (vgl. Bittner 2003, 134); das Handy ist Medium, die SMS dagegen Kommunikationsform (vgl. Dürscheid 2002b; 2005a; Dittmann 2006, 79f.), usw. Eine weitere im Medium (vernetzter) Computer realisierte Kommunikationsform ist der Chat, wir können also mit Blick auf das Medium die unterschiedlichen in ihm realisierbaren Kommunikationsformen thematisieren. Doch es geht auch umgekehrt: E-Mail und traditioneller Brief teilen nämlich qua Kommunikationsformen die Merkmale schriftlich (Zeichentyp), Übertragung und zweiwegig. Ergo ergibt es durchaus Sinn, sich in diesen Dimensionen mit dem Vergleich von E-Mail und Brief zu befassen (vgl. Elspaß 2002; Höfflich/Gebhardt (Hg.) 2003; Meier 2002).

Allerdings ist die Formulierung »die E-Mail« immer noch irreführend: Offensichtlich – und empirisch längst bestätigt (vgl. Runkehl et al. 1998) – ist E-Mail keineswegs gleich E-Mail. So unterscheidet sich die Geschäfts-E-Mail, als Ersatz eines Geschäftsbriefes, in vielerlei Hinsicht von der privaten E-Mail unter guten Bekannten. Ergo benötigen wir noch (mindestens) eine weitere begriffliche Ebene zur Binnendifferenzierung der Kommunikationsform E-Mail, und hier bietet sich die Kategorie *kommunikative Gattung* an (Terminus von Luckmann 1986, 201f.; vgl. dazu Auer 1999, 175ff.; für die neuere Diskussion vgl. u. a. Günthner 1995). Für Luckmann sind kommunikative Gattungen »Gesamtmuster«, an denen wir uns im kommunikativen Handeln sowohl produktiv als auch rezeptiv orientieren. Sie dienen der Lösung spezifischer kommunikativer Probleme und können unterschiedliche Formate haben: Beispiele für kommunikative Gattungen im Luckmann'schen Sinne sind etwa Erzählen im Alltag, Interview, Predigt oder Sprichwörter (vgl. Luckmann 1986, 205). Kommunikative Gattungen sind nach Luckmann einerseits durch die spezifische Auswahl und Kombination von kommunikativen Elementen – sprachlichen wie nicht-sprachlichen – gekennzeichnet. Sie machen die *Binnenstruktur* der kommunikativen Gattung aus. Zum anderen ist die kommunikative Gattung aber auch charakterisiert durch ihre Bindung an bestimmte soziale Milieus, kommunikative Situationen und die wechselseitigen Beziehungen der Handelnden – es ist dies die *Außenstruktur* der kommunikativen Gattung.

Aus Sicht der rezenten Kommunikations- und Gesprächsforschung erscheint diese Zweiteilung allerdings unvollkommen. Denn in dialogisch realisierten Kommunikationsformen finden wir eine Strukturebene von eminenter Bedeutung, zu der Günthner (1995, 203) »jene Phänomene« rechnet, »die den interaktiven Kontext des dialogischen Austauschs [...] und die Sequentialität von Äußerungen betreffen«. Günthner nennt dies etwas sperrig die »*situative Realisierungsebene* kommunikativer

Gattungen«, und auf ihr sind u. a. die Organisation des Sprecherwechsels, Präferenzstrukturen, Äußerungsformate und der Teilnehmerstatus angesiedelt.

### 3 DIE SMS

Die Eigenschaften der Kommunikationsform »SMS« lassen sich kurz so beschreiben (vgl. Dittmann 2006, 79f.):

- Die Individualkommunikation mittels SMS ist *zweiwegig*: Die AbsenderInnen erwarten in der Regel eine – zeitlich nahe – Reaktion der/s AdressatInnen. Dies folgt aus den Funktionen, die SMS haben, bzw. den funktionsabhängigen, in den SMS realisierten Sprechakttypen. Rund 80% der Simser versenden SMS mit der Funktion »Verabredung« im weitesten Sinne<sup>3</sup>. Hier fordert der initiierende Zug einen respondierenden (Bestätigung, Absage o. ä.). Rund 65% versenden auch SMS mit eher phatischer Funktion – hier wird zwar nicht unbedingt ein konventionell respondierender Sprechakt gefordert, aber doch eine Reaktion als Zeichen für die Aufrechterhaltung der Beziehung. Im Übrigen kann man davon ausgehen, dass Antworterwartungen und tatsächliches Antwortverhalten nicht unbedingt konvergieren.<sup>4</sup>
- Die Zweiwegkommunikation verläuft *asynchron* – die Beiträge werden zeitversetzt geleistet, der »Kanal ist jeweils nur in einer Richtung geöffnet« (Hol-

---

<sup>3</sup> Vgl. für diese und die folgende Zahl die Umfragen von Schlobinski et al. (2001, 26f.) und Staiger (2002, 14f.).

<sup>4</sup> Dafür sprechen die Umfragedaten von Spycher (2004, 11): 94% der Befragten (N=33) gaben an, nicht immer eine Antwort zu erwarten, doch meinten 85%, sie würden immer oder meistens eine Antwort bekommen. Angesichts der kleinen Stichprobe ist die Aussagekraft dieser Daten allerdings fraglich. In der Studie von Nowotny (2004, 31) sagten 71% der Befragten, sie erwarteten eine Antwort. Angesichts der komplexen Zusammenhänge kann man selbstverständlich diskutieren, ob pauschale Umfragedaten überhaupt valide sind.

ly 1997, 70). Es gibt also nicht das, was man *Online-Feedback* nennen kann, wie in der Face-to-Face-Interaktion. Doch ermöglicht diese Kommunikationsform aufgrund der hohen Übertragungsgeschwindigkeit *dialogähnliche* Beitragsabfolgen mit sprachlich interessanten Konsequenzen.

- Die Kommunikationsform SMS wird *visuell* realisiert, der Zeichentyp ist also graphisch, nicht phonisch. Es fehlt wie bei der E-Mail und anders als im konventionellen Brief, der materialiter an die Adressatin geht, die Dimension des *taktilen* oder gar olfaktorischen Zugangs zum Medium (vgl. Schröder 1993 für eine Zeichentypologie). Die »somatische« Dimension der Kommunikation ist minimal ausgeprägt.
- SMS ist nicht gleich SMS; vergleichbar der E-Mail müssen wir z. B. mit einer Varianz entlang der Dimension »Privat-SMS« – »Geschäfts-SMS« rechnen. Wir gehen also davon aus, dass innerhalb der Kommunikationsform SMS unterschiedliche *kommunikative Gattungen* realisiert werden. In diesem Sinne schreiben Androutsopoulos/Schmidt (2002, 53): »Beispielsweise sind [...] Nutzungsformen von SMS – in der Jugendclique, unter Politikern im Bundestag, SMS-Gottesdienst – als unterschiedliche Gattungen anzusehen, da sie in ganz verschiedenen Rollenkonstellationen stattfinden und unterschiedliche kommunikative Probleme bearbeiten. Da die SMS-Kommunikation noch sehr jung ist und von keinerlei verbindlichen Richtlinien geleitet wird, sollte genauer gesagt von Gattungen in statu nascendi [...] die Rede sein.« Denkbar ist zusätzlich eine feinere Gattungseinteilung, die auf die beiden Hauptmotivationen der SMS-Kommunikation rekurriert – »Organisation und Strukturierung des Alltags« einerseits, »Beziehungspflege« andererseits (vgl. Krause/Schwitters 2002, 27).
- Die Textlänge ist technisch auf 160 Zeichen pro Nachricht beschränkt. Bei modernen Handys können zwar Nachrichten von 760 Zeichen verfasst wer-

den, diese werden dann aber in mehrere Nachrichten »zerlegt«, mit der Folge höherer Kosten. Im Korpus Siebert (565 SMS) wurde in immerhin 8,14% der SMS die Länge von 160 Zeichen überschritten.

- Der Text wird wie bei der E-Mail über eine Tastatur eingegeben, wobei sich die »Trennung von Schreibort (Tastatur) und Lesefeld (Bildschirm) [...] auf die visuelle Kontrolle des Geschriebenen aus[wirkt]« – wie dies Jakobs (2003, 846) für das Schreiben am Computer konstatiert. Da außerdem praktisch in allen Lebenslagen gesimst wird, ist davon auszugehen, dass der *Planungsgrad* (zum Terminus Koch/Oesterreicher 1990, 11; vgl. Dittmann 2006, 81ff.) von SMS niedrig ist, mithin auf orthografische Korrektheit geringer Wert gelegt wird.
- Die Handy-Tastatur ist klein und die Tasten sind mehrfachbelegt. Satzzeichen sind besonders umständlich einzugeben, da sie als Menu aufgerufen und dann mit Pfeiltasten angesteuert werden müssen.

Wir sind damit bei einer für die folgenden Untersuchungen zentralen Eigenschaft des Mediums angelangt: Die Tastatur ist eben nicht nur klein, mit der Folge erhöhter Fehleranfälligkeit des Tippvorgangs, sondern sie ist primär eine Zahlentastatur, auf der jeder Zahl drei oder vier Buchstaben zugewiesen sind, so dass der Zielbuchstabe durch ein- oder mehrmaliges Betätigen der Taste ausgewählt werden muss. Den Buchstaben »Z« erhält man beispielsweise durch viermaliges Drücken der Zifferntaste 9. Die Folge ist, mit Androutsopoulos/Schmidt (2002, 52), dass sich das »Verfassen von Kurznachrichten langwierig [gestaltet] und [...] einige Übung voraus[setzt]«.

Bekanntlich haben sich die Produktionsbedingungen durch den technischen Fortschritt der vergangenen Jahre gewandelt. Die heutigen Handys verfügen über das Worterkennungssystem T9, das die Texteingabe deutlich erleichtert. Die Ver-

mutung ist naheliegend, dass die NutzerInnen ihre Schreibgewohnheiten dem System anpassen. Diese forschungsleitende Hypothese verfolgen wir in Abschnitt 5 (Zusammenfassung in Abschnitt 6.2).

## 4 STUDIE I

### 4.1 Korpusanalyse

Im Sommer 2002 erhob eine von uns (Y. St.) ein Korpus von SMS, im Folgenden »Korpus Staiger« genannt (vgl. Staiger 2002). Es umfasst 847 authentische SMS von 115 Personen. 40,9% der SMS wurden von Gymnasial-SchülerInnen, 59,1% von Studierenden verfasst, 42,4% der SMS von Männern, 57,6% von Frauen.<sup>5</sup> Das Durchschnittsalter lag bei 20,1 Jahren. Die SMS lassen sich der kommunikativen Gattung »Privat-SMS« zuordnen.<sup>6</sup>

Aufgrund der in Abschnitt 3 diskutierten Produktionsbedingungen ist davon auszugehen, dass SMS-Texte von prägnanter Kürze sind, wobei wir betonen möchten, dass nicht nur die Handytastatur, sondern auch die in der Regel dichte Abfolge von SMS (der andere kann ja jederzeit nachfragen) Kürze ermöglicht.<sup>7</sup> Das bewahrheitet sich in diesem Korpus: Eine SMS hatte im Durchschnitt 93,5 Zeichen (incl. Leerzeichen) und 15,7 Wörter, wobei die Schüler<sup>8</sup> mit durchschnittlich 14,0 Wörtern die kürzesten, die Studenten mit durchschnittlich 16,4 Wörtern die längsten SMS

---

<sup>5</sup> Da die SMS von den ProbandInnen selbst abgeschrieben wurden, stellen sich, wie bei allen vergleichbaren Untersuchungen, die methodischen Fragen der Auswahl, der »Zensur« und der Repräsentativität – wir gehen nicht näher darauf ein (vgl. u. a. Krause/Schwitters 2002, 13f.)

<sup>6</sup> Es könnte sich durchaus herausstellen, dass Privat-SMS einen heterogenen Typus bilden, so dass eine weitere Subklassifikation dieser kommunikativen Gattung sinnvoll sein könnte. Das ist eine empirische Frage, der wir hier nicht nachgehen können.

<sup>7</sup> Für letzteren Hinweis danken wir einer anonymen Reviewerin/einem anonymen Reviewer.

<sup>8</sup> Wenn wir »Schüler« schreiben, meinen wir das nicht generisch, unterscheiden also, der Struktur des Korpus entsprechend, zwischen »Schülern«, »Schülerinnen« und »SchülerInnen«. Zum Problem von Genus und Sexus in wissenschaftlichen Texten vgl. Dittmann (2002).

schrieben. Dazwischen lagen die Schülerinnen mit durchschnittlich 16,0 Wörtern und die Studentinnen mit 16,2 Wörtern. Der Durchschnittswert entspricht etwa dem von Krause/Schwitters (2002) ermittelten (16,4 Wörter), während Döring (2002b) durchschnittlich 13 Wörter zählte. Die durchschnittliche SMS war damit kürzer als ein durchschnittliches konventionelles Telegramm mit 20 Wörtern (vgl. Schwitalla 2002).

Weiterhin sollten die SMS-Texte aufgrund der Produktionsbedingungen einen geringen Planungsgrad aufweisen. Die Vorhersage ist demnach, dass bei Privat-SMS *Orthografie und Interpunktion* keine große Aufmerksamkeit geschenkt wird (vgl. u. a. Dürscheid 2005b, 48). Diese Vorhersage bewahrheitete sich nur bedingt: In immerhin 60,1% der SMS wurde die Groß- und Kleinschreibung eingehalten, mit einem hochsignifikanten Alterseffekt (Studierende besser als SchülerInnen) und einem kontraintuitiven hochsignifikanten Geschlechtseffekt (Männer besser als Frauen).<sup>9</sup> In den SMS, in denen die Groß- und Kleinschreibung nicht beachtet wurde, lag zum großen Teil eine konsequente Groß- oder eine konsequente Kleinschreibung vor. Auch die Normen der Interpunktion wurden überwiegend beachtet: In 83,3% der SMS war die Interpunktion korrekt, mit einem leichten Alterseffekt (Studierende besser als SchülerInnen). Angesichts der umständlichen Satzzeicheneingabe war das nicht zu erwarten (vgl. auch Schlobinski et al. 2001, 9), allerdings muss man berücksichtigen, dass durch die vorwiegend parataktischen Strukturen der SMS-Texte die Interpunktion kaum Risiken birgt.

Eine Reihe von Texteigenschaften lässt sich aus der kommunikativen Gattung vorhersagen: Die private Kommunikationssituation legt nahe, dass die Texte näher sprachliche Merkmale aufweisen (vgl. Dittmann 2006, 83f.).<sup>10</sup> Eine Folge ist die

---

<sup>9</sup> Signifikanzberechnungen mittels »Analysis of Maximum Likelihood Estimates« bzw. »Backward Elimination Procedure«. Signifikanz ab  $p \leq 0,05$ .

<sup>10</sup> Zu »Sprache der Nähe« vgl. Koch/Oesterreicher (1985; 1994); auf die im Zusammenhang mit Kommunikationsformen in den neuen Medien wichtige Diskussion des Modells dieser Autoren bei Dürscheid (2003, 50ff.) können wir hier nicht näher eingehen.

Verwendung von »graphostilistischen Mitteln« (vgl. Runkehl et al. 1998, 77), mit denen Elemente der »konzeptionellen Mündlichkeit« (Koch/Oesterreicher 1985; vgl. Dittmann 2006, 80f.) imitiert werden – man spricht hier allerdings von »emulieren« statt »imitieren« (vgl. Haase et al. 1997, 67). So findet man in den SMS »emulierte Prosodie« in Form der Iteration von Graphemen und Satzzeichen, wie in *Tbooor*, *Aaaah!* und *Echt???*. Allerdings traten Iterationen im Korpus Staiger nur in 4,6% der SMS auf, was mit dem erheblichen Tippaufwand und der Tatsache zu tun haben könnte, dass diese Formen in T9 nicht verfügbar sind. Signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen lagen mit einer Ausnahme nicht vor: In den Schüler-SMS fanden sich gar keine Iterationen. In die Kategorie »graphostilistische Mittel« fallen auch Ideogramme, die in Form von »Emoticons« – zuvörderst dem Smiley – in E-Mail, Chat und auch in der SMS vorkommen. Man kann behaupten, dass Emoticons ein Element der somatischen Kommunikation in das graphische Medium transportieren und »Stimmungen ausdrücken sollen« (Schade 1997, 52; vgl. Bader 2002, 93). Konkret kann z. B. der zwinkernde Smiley ;-) – als Ersatz eines physischen Augenzwinkerns in der somatischen Kommunikation – eine Äußerung als ironisch gemeint modifizieren. Nach Runkehl et al. (1998, 99) wird im Chat durch Smileys und andere Mittel ausgedrückt, »was im Gespräch Gesprächspartikeln und Interjektionen, Prosodie, Mimik und Gestik funktional leisten«. Zugleich charakterisieren Smileys die Texte, in denen sie vorkommen, als informell, vertraulich (vgl. Bader 2002, 93; Dittmann 2006, 85). Wirth (2005, 81) entfaltet eine interessante Perspektive durch folgenden Vergleich: »Während im Rahmen des Briefromans jede schriftliche Mitteilung gleichsam »physiognomischen Status« hatte, weil sie ein »Abdruck« bzw. ein »Abbild« des emotionalen Zustands des Absenders war, welcher vom Leser abduktiv erschlossen werden musste, wird bei der schriftlichen Mitteilung des Chat die Gemütsverfassung des Schreibenden in Form eines kommentierenden Emoticons angezeigt. Emoticons erscheinen an der Oberfläche als »ikonische Re-

konstruktion typisierter Gesichtsausdrücke [...]», welche die emotionale und intentionale Einstellung ihres Verfassers porträtieren.«<sup>11</sup>

Wenn mittels der Handy-Tastatur schon Satzzeichen umständlich einzugeben sind, so gilt (oder galt, vgl. unten, Abschnitt 5) dies a fortiori für Emoticons. Im Korpus Staiger traten sie in 5,2% der SMS auf, mit einem signifikanten Geschlechtseffekt (mehr Frauen) und einem signifikanten Alterseffekt (mehr SchülerInnen). Smileys werden also in SMS selten gebraucht (vgl. auch Schlobinski et al. 2001, 11ff.). Wir können für Deutschland mithin noch keine »zunehmende Abkehr vom orthographisch fundierten Zeichensystem bei gleichzeitiger Hinwendung zu grafischen Zeichensystemen« (Schlobinski 2003) konstatieren, wie sie sich in Japan anzudeuten scheint (vgl. Schlobinski/Watanabe 2003, 28ff.; dort auch zu möglichen Ursachen). Zumindest in Bezug auf Emoticons könnten sich die Gebrauchsfrequenzen dadurch ändern, dass moderne Handys die Eingabe entscheidend vereinfachen.<sup>12</sup>

Ein Merkmal konzeptioneller Mündlichkeit sind phonologisch beschreibbare allegrosprachliche Formen, die sich den Bedingungen flüssiger Artikulation verdanken (vgl. Schwitalla 2003, 38ff.; zum Terminus »allegrosprachlich« vgl. Spiekermann 2006, 46f.). Das sind erstens Elisionen, nämlich die Aphärese: z. B. *n' bisschen*, die Apokope: z. B. *ich sag* und die Synkope: z. B. *sie warn*; zweitens die Enklise: z. B. *aufm, fürs*. In ihrer Realisierung treffen sich zwei Eigenschaften, die sie für die SMS interessant machen: das Signalisieren von Mündlichkeit bzw. Nähe einerseits und die Kürze andererseits. Wird der Apostroph weggelassen, sind sie auf der Handy-Tastatur problemlos zu realisieren.<sup>13</sup> In E-Mails aller kommunikativen Gattungen sind allegrosprachliche Formen selten (vgl. Dittmann 2006, 86f.). In SMS dagegen treten sie häufiger auf, wobei die Apokope mit 26,6% führt. Der Geschlechtseffekt

---

<sup>11</sup> Um Missverständnissen vorzubeugen: Mimik in der somatischen Kommunikation läuft sozusagen immer mit und unterliegt, anders als der Emoticon-Gebrauch, keineswegs zwangsläufig der intentionalen Steuerung!

<sup>12</sup> So kann man z. B. beim Nokia-Handy 6070 eine Liste mit 16 kolorierten Smileys durch zweimaliges Betätigen der \*-Taste abrufen (Stand Januar 07).

<sup>13</sup> Zu den allegrosprachlichen Merkmalen unter den Bedingungen von T9 vgl. unten, Abschnitt 5.

ist hochsignifikant (mehr Frauen als Männer). Es folgen die Enklise mit 16,9%, die Synkope mit 6% und die Aphärese mit 5,2% (der Geschlechtseffekt ist in allen drei Fällen signifikant, auch hier mehr Frauen als Männer).

Kürze lässt sich auch durch lexikalische Kurzformen, also Abkürzungen und Akronyme, erzielen, die, versteht sich, typisch für medial schriftliche, also graphische Realisierung sind.<sup>14</sup> Mithin erwarten wir für SMS das Auftreten von Abkürzungen. Allerdings lassen sich Abkürzungen im Fall der SMS nicht nur durch die medialen Beschränkungen erklären, sondern auch durch die Nutzungsmotivation, weil viele SMS dazu dienen mitzuteilen, wer wann wo ist. Mithin sind viele Informationen »sozusagen« semantisch entlastet, d. h. sie können aufgrund des grammatischen Zusammenhangs auch dann interpretiert werden, wenn ihr Zeichenkörper stark reduziert ist« (Schlobinski et al. 2001, 18). Man unterscheidet sinnvollerweise zwischen konventionellen und nicht-konventionellen Abkürzungen, wobei die Abgrenzung unscharf ist. Aus linguistischer Sicht sind letztere als Fälle kreativen Schriftsprachgebrauchs besonders interessant (vgl. oben, Abschnitt 3). Ein Beispiel für eine SMS mit ausgeprägtem Abkürzungsgebrauch aus dem Korpus Staiger:

Es ist 1Heft KFH Focus  
12/2001 »m. alten Menschen  
üb. Nat.soz. sprechen« +  
Anmeldg. zu Worksh. (kann ich  
schicken), Gut's Nächtle!

---

<sup>14</sup> Allerdings in unterschiedlichem Maße, da Akronyme, anders als Abkürzungen, ja auch in der gesprochenen Sprache vorkommen; vgl. etwa NATO. Wir danken einer anonymen Reviewerin/ einem anonymen Reviewer für diesen Hinweis.

Ein italienisches Beispiel (Korpus Dittmann, aus einem Online-Seminar-Projekt mit der Universität Bari)<sup>15</sup>:

sn in treno. dopo c possiam  
ved?t amooooo!  
**(bin im zug. können wir uns  
danach treffen? ich liebe  
dich!)**

Konventionelle Abkürzungen sind in 15,1% der SMS des Korpus Staiger vertreten, zum Beispiel die Abkürzung von Wochentagen auf die ersten beiden Buchstaben, die Verwendung des KFZ-Kennzeichens für den Städtenamen oder *u.* für *und*. Der Alterseffekt ist hochsignifikant: Studierende produzieren mehr konventionelle Abkürzungen als SchülerInnen. Ad-hoc-Abkürzungen kommen in 13,5% der SMS vor. Es gibt wiederum einen statistisch hochsignifikanten Alterseffekt, zusätzlich ist hier der Geschlechtseffekt signifikant – Frauen kürzen häufiger ad hoc ab als Männer.

Ein weiterer Typ von Kurzformen sind *Akronyme*, also Graphemkombinationen, die ein Lexem bzw. mehrere Lexeme ersetzen, wobei meist die Anfangsbuchstaben oder die Anfangsilben kombiniert werden, wie bei *SMS* für *Short Message Service*. Dabei kann man auf einer ersten Ebene zwischen im allgemeinen Sprachgebrauch konventionalisierten und nicht-konventionalisierten Akronymen unterscheiden: In den SMS kommen konventionelle Akronyme vor, wie z. B. *FH* (für *Fachhochschule*) oder *KG* (für *Kollegengebäude*), aber auch nicht-konventionelle, wie z. B. *vllt/viell* (für *vielleicht*) im SMS-Text und *hdudl* (wahrscheinlich: *Hab dich unheimlich doll lieb*), und, als längstes, *Hdlbzmwvz* (vielleicht: *Hab dich lieb bis zum Mond und wieder zurück*) als Verabschiedungssequenzen. Die Unterscheidung zwischen konventionellen und nicht-konventionellen Akronymen ist selbstverständlich nicht trennscharf. Auf einer zweiten Ebene kann man in der Gruppe der nicht-konventio-

---

<sup>15</sup> Kontrastive Analysen von SMS sind weitgehend ein Desiderat; vgl. aber Schlobinski/Watanabe (2003) und Moraldo (2004).

nellen Abkürzungen solche identifizieren, die sich als SMS-typisch bzw. für andere Kommunikationsformen wie den Chat typische Akronyme bezeichnen lassen; und zwar dies schlicht wegen ihres häufigen Vorkommens. Sie treten meist in Verabschiedungssequenzen auf: Belegt sind u. a. *cu*, *LG*, auch: *lg* oder *L.G.*, *G+K*, *hdl*, *hdgdl*, auch: *H.D.G.D.L.*, *vlg*, *Gvlg*, *mfg*, auch: *MfG* oder *MFG*, *mb* (ausbuchstabiert: *see you*, *Liebe Grüße*, *Gruß + Kuss*, *hab dich lieb*, *hab dich ganz doll lieb*, *viele liebe grüße*, *Ganz viele liebe Grüße*, *mit freundlichen Grüßen*, *mail back*; Belege aus Schlobinski et al. 2001, 15, sowie unseren Korpora). Außerhalb von Verabschiedungssequenzen finden sich im Korpus Siebert als Anleihe beim Chat *lol* (*laughing out loud*) sowie *we/woe/woende* (*Wochenende*), ein Akronym, das sich nach unserer Beobachtung wachsender Beliebtheit erfreut.<sup>16</sup> Betrachtet man insbesondere die nicht-konventionellen Akronyme, so ist nicht zu leugnen, dass es SMS-SchreiberInnen gibt, die auf dem Gebiet der Akronymbildung als kreativ zu bezeichnen sind (vgl. oben, Abschnitt 3). Andere Beispiele finden sich zwar in SMS-Ratgebern und populärwissenschaftlichen Veröffentlichungen (z. B. *FKK* = *Fahre Kaugummi kaufen*; *COLA* = *come later*; *BSE* = *bin so einsam*, *SMS* = *Servus mein Schatz*; *Semibinimebö* = *Sei mir bitte nicht mehr böse*), doch sind Zweifel daran angebracht, dass sie wirklich verwendet werden (vgl. Dürscheid 2002a, 107f.).

Akronyme treten in 23,3% der SMS auf, mit einem signifikanten Alterseffekt – Studierende mehr als SchülerInnen. Ein Geschlechtseffekt in der Gesamtgruppe liegt nicht vor, allerdings findet man eine hochsignifikante Wechselwirkung ( $p=0,0001$ ) zwischen der Schülergruppe (28,4%) und der Studentinnengruppe (29,4%; Schülerinnen: 14,2%, Studenten: 22,0%). Wenn in knapp jeder vierten SMS Akronyme auftreten, kann man zwar nicht sagen, dass sie ein herausragendes Merkmal von SMS-Texten seien, aber sie sind offensichtlich ein geläufiger Bestandteil der SMS-Kommunikation. Und insgesamt kann man festhalten, dass in mehr als 50% der

---

<sup>16</sup> Die Beobachtung von Schlobinski et al. (2001, 19), in ihrem Korpus fänden sich relativ wenige englische Akronyme, bestätigte sich auch im Korpus Staiger.

SMS des Korpus Staiger Kurzformen vorkommen. Ob das viel oder wenig ist, ist immer auch eine Frage der Vergleichstexte – wir führen diese Diskussion hier nicht (vgl. Döring 2002a, 107f.), konstatieren aber mit Dürscheid (2002a, 108): »Unbestritten ist, dass in der SMS das Abkürzungsverfahren eine wichtige Rolle spielt.«

Die Übertragungsgeschwindigkeit führt, obwohl die Kommunikation asynchron verläuft, zu einem potentiell kurzen Zeitabstand zwischen aufeinander bezogenen SMS. Dass die Beteiligten zeitnahe Reaktionen erwarten, geht aus entsprechenden Entschuldigungen hervor, falls sich die Antwort doch einmal verzögert (vgl. Androutsopoulos/Schmidt 2002, 61). Die zeitliche Nähe, so hatten wir gesehen, ermöglicht dialogähnliche Abläufe. Eine SMS wie:

Doch schon heute, hmm, bin  
noch in rt, wie wärs mit ner  
sehr schnellen tasse kaffee  
?

**[Korpus Siebert]**

realisiert syntaktisch eine »Adjazenzellipse« (vgl. Klein 1993, 768). In diesem Fall handelt es sich bei doch schon heute um eine Ellipse, bei der sowohl Subjekt als auch finites Verb fehlen. In der SMS

Echt??? To11!

**[Korpus Dittmann]**

ist die Adjazenzellipse in einer Form realisiert, die die Rekonstruktion »fehlender« Konstituenten nicht nahe legt – solche Ellipsen, die man wohl besser als »Adjazenzkonstruktionen« (vgl. Runkehl et al. 1998, 38) bezeichnen sollte, bestehen zu meist aus beitragswertigen Gesprächswörtern und -formeln (vgl. Androutsopoulos/Schmidt 2002, 67).

Adjazenzellipsen sind typisch für medial gesprochene Sprache und bildeten bis zum Aufkommen digitaler Kommunikation in medial schriftlichen Texten eine

Randerscheinung; so in »Schülerbriefchen« (vgl. Cherubim 1981) und in Faxen, bei denen die Antwort an den Rand oder unter den Text geschrieben wurde (vgl. Quasthoff 1997, 44). In der »ellipsenträchtigen« ausgestorbenen Kommunikationsform Telegramm sind sie nicht zu erwarten, denn wegen der relativ langen Laufzeit eines Telegramms ist der Anschluss nicht gewährleistet (vgl. Schwitalla 2002). Heute sind sie in E-Mails mit »direktem Quoting«, also auch in medial schriftlichen Texten offensichtlich gängig geworden (vgl. Dittmann 2006, 88), allerdings liegen verlässliche Zahlen noch nicht vor (vgl. die schwer interpretierbaren Angaben bei Beutner 2002, 68f.). Wie sich gezeigt hat, treten sie auch in SMS auf, im Korpus Staiger zu 19,3%. Da Adjazenzellipsen nur in respondierenden SMS auftreten können, mithin nur eine Teilmenge des Korpus überhaupt für ihr Vorkommen infrage kommt, ist dieser Anteil als hoch einzuschätzen. Betrachtet man in dieser Hinsicht E-Mail und SMS im Vergleich, so ist übrigens eine Differenzierung vonnöten: Dialogähnliche Strukturen mit Adjazenzellipsen in E-Mails bei »direktem Quoting« (»Pseudodialoge«; vgl. Dittmann 2006, 83) setzen, anders als in SMS, nicht zwangsläufig die zeitliche Adjazenz voraus. Auch wenn eine E-Mail erst nach einem längeren Zeitraum mittels direkten Quotings beantwortet wird, können Ellipsen formuliert werden. Es ist dann die räumliche Adjazenz im Text, durch die diese Konstruktionen ermöglicht wird.

Ein weiterer Typ von Ellipse ist die *Subjekt(pronomen)auslassung* mit der Folge, dass Verbspitzenstellung auftritt. Sie findet sich zum einen als syntaktisches Merkmal der sog. Textsortenellipse (vgl. Klein 1993, 767), wie sie prototypisch zur Einsparung von Wörtern im Telegramm realisiert wird (oder besser: wurde, da es den Telegrammdienst nicht mehr gibt). In der Tat ist die Subjektpronomenauslassung ein dominierendes Merkmal des Telegramms, also einer Kommunikationsform, die man als medial *schriftlich*, oder in der Terminologie von Koch/Oesterreicher (1994,

588): als medial graphisch bezeichnen muss.<sup>17</sup> In einem Korpus von 500 Telegrammen fanden Tesak/Dittmann (1991a; 1991b), dass Subjektpronomina so gut wie nie realisiert wurden. Es entstehen Texte wie die folgenden, wobei die/der VerfasserIn auch im zweiten Telegramm auf sich selbst referiert (Tesak/Dittmann 1991a, 1115):

BIN KRANK [...]  
KANN NICHT KOMMEN [...]

Die Eigenschaften der SMS und insbesondere die Tendenz zur Kürze legen die Vermutung nah, dass Subjektpronomenauslassung auch in dieser Kommunikationsform auftritt. Ein Beispiel aus dem Korpus Staiger:

War gestern in HD mit Olli!  
War super! [...]

Man könnte etwas pathetisch sagen, dass ein charakteristischer formaler Zug der Kommunikationsform »Telegramm« in der SMS überlebt.<sup>18</sup>

Allerdings ist die Sache keineswegs so einfach. Denn Subjektpronomenauslassung mit der Folge von Verbspitzenstellung ist auch ein Merkmal (medial) *mündlicher* Sprache, also der gesprochenen Sprache.<sup>19</sup> Nach Auer (1993, 218f.) lässt »das Gesprochene Deutsche [...] die Verbspitzenstellung in einem weitaus größeren Umfang zu als das Geschriebene«; sie sei »ein spezifisches Mittel der gesprochenen Sprache, mit dem zwei benachbarte Syntagmen »gerafft« werden können, ohne dass Subordination im syntaktischen Sinn vorliegt«. Man muss also hier zwischen der Textsortenellipse als Merkmal des medial *schriftlichen* Telegrammstils und der Verbspitzenstellung als Merkmal medial *mündlicher* Sprache unterscheiden. In diesem

---

<sup>17</sup> Es wird gleich deutlich, weshalb wir dies betonen!

<sup>18</sup> Wohlbemerkt: Das ist EIN Charakteristikum des Telegrammstils. »Komplette« Telegramme haben in unseren Korpora nur einen verschwindend geringen Anteil; ein Beispiel, das den spielerischen Sprachgebrauch nicht verleugnet: »Treffpunkt bei mir! Acht Uhr! Das kleine Schwarze! Extrem sexy bitte! Heute ohne Rosenkranz! Bis dahin, Grüße« [Korpus Siebert].

<sup>19</sup> Also medial phonisch realisierter Sprache im Sinne von Koch/Oesterreicher (1994, 588).

Punkt stößt man in der Forschungsliteratur auf Konfusionen. So klassifizieren Androutsopoulos/Schmidt (2002, 66f.) den »Wegfall der Sprecher- bzw. Hörerdeixis (*ich, wir, du, ihr*), z. B. im Satz [ich] *Wünsche dir ein schönes Fest*« als »situative Ellipsen«, die typisch seien »für medial mündliche Sprache und für medial schriftliche, aber konzeptionell mündliche Texte«. Was stimmt hier nicht? Die Formulierung *Wünsche dir ein schönes Fest* ist genau dann *nicht* typisch für mediale Mündlichkeit wenn sie einen Gesprächsbeitrag einleitet. Und sie ist auch nicht »typisch« für »medial schriftliche, aber konzeptionell mündliche Texte«, sondern für einen bestimmten Typus konzeptioneller Schriftlichkeit – nämlich den Telegrammstil.<sup>20</sup> Die Funktion der Verbspitzenstellung in gesprochener Sprache, die Auer beschreibt, macht den Unterschied: Verbspitzenstellung, mit der »zwei benachbarte Syntagmen ›gerafft‹ werden können«, ist per definitionem nicht turn-initial möglich.<sup>21</sup> Ein Beispiel aus der gesprochenen Sprache (Auer 1993, 198):

R: bin ích froh wenn ich die  
Úni nimmer seh du - also  
ehrlich - bin bestimmt  
nimmer zum Vergnüge hier -

Nach Androutsopoulos/Schmidt (2002, 68) ist die Tilgung des Subjektpronomens der häufigste Fall »syntaktischer Reduktion« in der SMS. Wir können das bestäti-

---

<sup>20</sup> Ein/e anonyme ReviewerIn hat uns zu folgender Präzisierung veranlasst: Die Einordnung des Telegramms im Kontinuum von konzeptioneller Mündlichkeit/Schriftlichkeit hätte so gesehen nahe am Schriftlichkeitspol i. S. von Koch/Oesterreicher (1994) zu erfolgen. Allerdings würde diese Situierung den Spezifika des Telegrammstils nicht wirklich gerecht, denn damit würden die Unterschiede z. B. zum konventionellen Brief verwischt. Außerdem wäre zweifellos eine Subklassifikation der Kommunikationsform »Telegramm« in kommunikative Gattungen erforderlich.

<sup>21</sup> Einen Sonderfall stellt die »erstarrte, formelhafte Verwendung« dar, wie in *verstehe, gratuliere, grüß dich, danke, bitte* usw. (Auer 2003, 198). Bereits Auer (1993, 195 A. 2) macht darauf aufmerksam, Verbspitzenstellung komme auch in schriftlichen Texten vor, »die die Gesprochene Sprache zu imitieren suchen. Das gilt besonders für die Gattung des Witzes [...] sowie für literarische Formen der Pseudo-Mündlichkeit.« Und er unterscheidet diesen Vorkommestyp vom Vorkommen in »schriftliche[n] Textsorten, in denen die Verbspitzenstellung als eine von zahlreichen ›Verkürzungserscheinungen‹ auftritt, ohne die mündliche Form kopieren zu wollen: Kreuzworträtsel, Telegramme, ›öffentliche Schrift‹ (Plakate, Zettel, Aufkleber) zählen dazu«.

gen: Im Korpus Staiger kommt sie in 40,9% der SMS vor. Dabei ist der Alterseffekt signifikant: Studierende tilgen öfter als SchülerInnen.<sup>22</sup>

Ein letztes Merkmal, das eindeutig mit konzeptioneller Mündlichkeit in SMS zu tun hat, sei noch angeführt: das Vorkommen von Ausdrücken aus Nicht-Standard-Varietäten. Einen Typ bilden Dialektausdrücke. Nach Günther/Wyss (1996, 70f.) sind sie geeignet, in medial schriftlichen Texten nicht nur »Nähe, Vertrautheit etc., sondern auch ›Mündlichkeit‹ und ›Schnelligkeit‹ zu suggerieren. Beispiele sind:

Wie machen wir denn dat  
Janze, ich will nämlich noch  
schwimmen gehen!  
[Korpus Staiger]

Weisst du was atomistic auf  
deutsch heißt? Im wörterbuch  
steht nur atomismus. Was  
isch des?  
[Korpus Dittmann]

Günther/Wyss (ebd.) stellen fest, dass dialektale Einschübe in medial schriftlichen Texten nicht nur »Nähe, Vertrautheit etc., sondern auch ›Mündlichkeit‹ und ›Schnelligkeit‹ suggerieren. Für die E-Mail konstatieren sie: »Naheliegend für die Mündlichkeit sind dialektale Einschübe und Regionalismen in schriftsprachlich verfassten Texten. Auffallend oft werden mundartliche Einsprengsel [...] verwendet«.

Im Korpus Staiger kommen in immerhin 11,7% der SMS Dialektismen vor, mit einem signifikanten Geschlechtseffekt: mehr Männer als Frauen. Das ist ein deutlicher Indikator für die Anlehnung an konzeptionelle Mündlichkeit. Doch ist zu prüfen, ob es hier regionale Einflussfaktoren gibt: Günther/Wyss (1996, 70f.)

---

<sup>22</sup> Im Korpus Siebert enthalten 53,8% der SMS mindestens eine elliptische Konstruktion (beider Typen), wobei wiederum 58,8% der vorkommenden Ellipsen Auslassungen des Subjektpronomens sind. Auch hier bestätigt sich also die große Häufigkeit dieses Typs.

zum Beispiel befanden für ihr in der Schweiz erhobenes E-Mail-Korpus, es würden »auffallend oft [...] mundartliche Einsprengsel« verwendet (allerdings ohne Zahlen mitzuteilen). Spycher (2004, 11) berichtet, dass von den 33 (sic) von ihm befragten SchülerInnen (17 bis 21 Jahre) aus dem Kanton Solothurn 79% angaben, ihre SMS nur im Dialekt zu verfassen. Die übrigen 21% (also 7 SchülerInnen) schreiben nach eigenen Angabe sowohl Dialekt als auch Hochdeutsch, keine/r der Befragten simste nur auf Hochdeutsch.<sup>23</sup> Im von Spycher erhobenen Korpus sind lediglich 9 von 202 SMS auf Hochdeutsch geschrieben, das sind 4,5% (vgl. Spycher 2004, 16).

Das erste obige Beispiel soll illustrieren, dass Dialektismen sich nun keineswegs auf die Schweiz und das Oberdeutsche beschränken, sondern z. B. auch Berlinerisch infrage kommt. Doch wird von »norddeutschen« Korpora berichtet, dass Dialektismen eher selten seien: Schlobinski et al. (2001, 22), die ihr SMS-Korpus in Hannover erhoben haben, schreiben, »Regionalismen« träten in ihrem SMS-Korpus »selten« auf, ohne Zahlen mitzuteilen. SMS, die vollständig im Dialekt geschrieben sind, werden nicht erwähnt. Für andere Kommunikationsformen scheint Ähnliches zu gelten: Runkehl et al. (1998, 62f.) fanden in ihrem Newsgroup-Korpus einen Dialektismen-Anteil, der genau dem der Akronyme entsprach (8%), ohne diese Rate zu kommentieren. Von ihrem Chat-Korpus berichten sie (1998, 103), »dialektale Lexik« trete »recht selten« auf, allerdings ohne Zahlen anzugeben. Das ist zweifellos eine regionale, nicht verallgemeinerbare Eigenschaft des Chat-Korpus (vgl. auch Kelle 1999; Kelle 2002; Androutsopoulos/Ziegler 2003). Insgesamt müssen wir also von regionalen Einflüssen auf die Korpuserhebung auch für SMS ausgehen.

Einen zweiten Typ von Ausdrücken aus Nicht-Standard-Varietäten bilden umgangs- und jugendsprachliche Ausdrücke, die Nähe, Spontaneität und eine gewisse

---

<sup>23</sup> Von den Befragten sagten 28%, dass es wegen des Gebrauchs unterschiedlicher Dialekte zu Verständigungsproblemen gekommen sei (vgl. Spycher 2004, 11). Der Autor versteigt sich übrigens zu der Aussage: »Die Verwendung der Mundart führt zu einem ehrlicheren (sic), näheren Verhältnis zum Empfänger, da die Unterhaltung in der Muttersprache geführt wird.« (Spycher 2004, 22).

Lässigkeit signalisieren und denen, wenn sie nicht zu abgegriffen sind, ebenfalls ein gewisser expressiver Wert zukommen kann. Auch sie sind Indikatoren von konzeptioneller Mündlichkeit. Ein Beispiel (in dem auch ein Dialektausdruck vorkommt):

Gehen wir inlinen? Wäre geil  
hab nämlich kein bock auf  
franz. Kansch ja um halb  
2 zu mir kommen! Bis dann,  
freu mich  
[Korpus Staiger]<sup>24</sup>

Im Korpus Staiger treten diese Ausdrücke in 23,3% der SMS auf, wobei es einen hochsignifikanten Alterseffekt (mehr SchülerInnen) gibt. Da einerseits mehr Schülerinnen als Schüler, andererseits mehr Studenten als Studentinnen umgangssprachliche Ausdrücke verwenden, gibt es in der Gesamtgruppe keinen signifikanten Geschlechtseffekt.<sup>25</sup>

Den Nicht-Standard-Ausdrücken kommt zweifellos eine Signalwirkung im Sinne von »Expressivität« (vgl. Koch/Oesterreicher 1996) zu. Und was die Gestaltung der Texte angeht, kann man hier von einem durchaus kreativen Zug, nämlich dem Einsatz stilistischer Variation, sprechen (vgl. oben, Abschnitt 3).

Eine ähnliche Wirkung dürften fremdsprachliche Ausdrücke haben, jedenfalls wenn man gängige Formulierungen wie cool oder sorry ausklammert.<sup>26</sup> Ausgewertet wurden entsprechend nur Vorkommen nicht-gängiger Ausdrücke, wie in den folgenden Beispielen (alle Korpus Staiger):

ALLES ÜBERSTANDEN.STECKE NOCH  
IM STAU IN DER CH. SORRY,NO  
TENNIS TODAY.GRUSS [...]

---

<sup>24</sup> Es wäre interessant, die nach unserer Beobachtung häufigen Vorkommen des »silbischen« n (wie in kein für keinen) in Texten in den neuen Medien systematisch zu untersuchen.

<sup>25</sup> Wechselwirkung zwischen Alter und Geschlecht  $p=0,0045$ .

<sup>26</sup> Häufig gebrauchte Anglizismen wurden auch in das Wörterbuch von T9 aufgenommen; vgl. unten, Abschnitt 4.2.

Esse jetzt gleich einen  
schokotaler!fand ich total  
süß von dir...euch ein schönes  
wochenende!bisous, [...]

Fremdsprachliche Ausdrücke kamen in 6,0% der SMS vor, mit einem hochsignifikanten Alterseffekt (mehr Studierende als SchülerInnen).

### 4.2 Umfrage – T9

In der bisherigen Forschung zur SMS spielen die Auswirkungen von T9 auf die Textproduktion so gut wie keine Rolle: Androutsopoulos/Schmidt (2002, 52) erwähnen T9 nur in einer Fußnote. Höflich (2001, 14) geht aufgrund von Aussagen der von ihm befragten Jugendlichen davon aus, dass T9 »auf die Wahl der Worte Einfluss haben [kann]«, spezifiziert diese Feststellung aber nicht weiter. Schlobinski et al. (2001) und Krause/Schwitters (2002) erwähnen T9 nicht. Wir wollen im Folgenden dieser Fragestellung nachgehen.

Wie oben, Abschnitt 3, bereits angedeutet, wird die Texteingabe auf dem Handy durch das Worterkennungssystem T9 (»text on 9 keys«)<sup>27</sup> deutlich vereinfacht. Man drückt jede Buchstabentaste nur einmal und die »t9 predictive text software« sucht dann aus einem Wörterbuch die Möglichkeit aus, die für die Tastenkombination am wahrscheinlichsten ist. Die Algorithmen, mittels derer dies geschieht, werden vom Hersteller, der AOL-Tochter »Tegic Communications«, verständlicherweise nicht detailliert beschrieben. Über die Erstellung der implementierten Wörterbücher sagt Tegic auf der Firmen-Homepage, sie würden von Linguisten und Muttersprachlern zusammengetragen.<sup>28</sup> Etwas detaillierter äußert sich die T9-Produktmanagerin Lisa Nathan: »Wenn wir die Wortdatenbank für eine neue Sprache anlegen, sammeln wir

---

<sup>27</sup> Im September 2002 war T9 für 36 Sprachen verfügbar, im Januar 2007 sind es bereits 62 (vgl. <<http://tegic.com/products/t9-lang-db.asp>> 2007-01-21).

<sup>28</sup> Vgl. <<http://tegic.com/products/t9-text-input.asp>>2007-01-21.

zuerst mehrere Gigabyte an Text aus Zeitungen, Zeitschriften und aus Internet-Seiten und Chaträumen in der jeweiligen Sprache. [...] Wir zensieren nicht. [...] In unserer Datenbank stehen alle Wörter – sofern sie häufig genug vorkommen. Aber fast alle Handyhersteller lassen Schimpfwörter und Wörter mit sexueller Bedeutung ausblenden. [...] Andere Wörter ergänzen wir, Imperative zum Beispiel wie ›gib‹ oder ›nimm‹. Die kommen in gedruckten Texten nur selten vor, in Kurzmitteilungen dafür ziemlich oft.« (Zitate aus Koch 2005) So kommt es, dass die deutsche Version von T9 zwar *Hitler* und *Himmler* enthält, nicht aber *Scheiße* oder *verflucht*. Sie enthält auch Fremdwörter, so z. B. *love, sorry, see you, hot, cool, house* usw.<sup>29</sup> Wenn ein Wort nicht im Wörterbuch enthalten ist, kann es diesem mit der klassischen Multi-tap-Eingabe hinzugefügt werden und wird dann beim nächsten Mal erkannt.

Ein Beispiel: Will man auf einem Handy ohne T9 das Wort *Hallo* eingeben, so drückt man die Tastenkombination 44-2-555-555-666. Mit T9 reduziert sich dies auf 4-2-5-5-6, also von 12 »Anschlägen« auf fünf. Das T9-Wörterbuch ermittelt dann *Hallo* als das Wort mit dieser Kombination und schlägt es vor. Bei anderen Tastenfolgen gibt T9 nacheinander mehrere Alternativen vor, und zwar sowohl vollständige Wörter als auch Wortbestandteile. Die Kombination 8-6-5-5 zum Beispiel ergibt die Vorschläge *voll, volk, toll, völl, völk, unkl, umkl*. T9-typische Fehler entstehen u. a. dadurch, dass die Schreibenden vergessen, die Auswahl eines im Wörterbuch nicht an erster Stelle platzierten Wortes vorzunehmen. So entstehen Texte wie

Ja der nette herr dieser  
pension hat mir geholfen und  
ihm [= t9 erste Option für 4-  
4-6, ihn ist 2. Eintrag; die  
Rede ist von einem Koffer;  
J.D.] aufgekriegt ohne ihm

---

<sup>29</sup> Implementierung: Nokia-Handy 6070, Stand 23.01.2007.

[dto.] kaputt zu machen!

[Korpus Dittmann]<sup>30</sup>

Da nicht alle Komposita in T9 enthalten sind, findet man auch »Fehler« wie *festnetz* statt *Festnetz* oder *Bären hunger* statt *Bärenhunger*. Durch diese abweichenden Schreibungen vermeidet man das Abschalten von T9 (vgl. Androutsopoulos/Schmidt 2002, 65).

Im Zuge einer Umfrage, die eine von uns (Y. St.) 2001/2002 unter 69 SchülerInnen (Durchschnittsalter 16,3 Jahre) und 65 Studierenden (Durchschnittsalter 23,9 Jahre) durchgeführt hat, wurde auch nach der Nutzung von T9 für die Textproduktion gefragt. Von den 134 Befragten gaben 94 (70,2%) an, ein Handy mit T9-Funktion zu besitzen, wobei dies für mehr Männer (75,4%) als Frauen (65,5%) galt. Die Befragten, die angegeben hatten, ein Handy mit T9 zu besitzen, wurden dann gefragt, wie oft sie T9 benutzten. 77 Befragte (81,2%) gaben an, T9 (fast) immer zu benutzen, nur 3 (3,2%) antworteten mit „manchmal“, aber immerhin 14 (14,9%) mit »(fast) nie«. Die Verteilung auf die Gruppen war ungleich: Während fast alle Studierenden (93,5%) T9 (fast) immer nutzten, waren dies bei den SchülerInnen 70,8%, und immerhin 22,9% gaben an, T9 (fast) nie zu verwenden. Wir sehen also, dass sich T9 im Jahre 2002 noch keineswegs durchgesetzt hatte.

Gefragt wurde sodann, wie sich T9 auf die Schreibgewohnheiten auswirkte. Die erste Frage bezog sich auf die Textlänge, denn es ist plausibel anzunehmen, dass die Vereinfachung der Texteingabe zu längeren Texten führt. Dies ist, nach Selbsteinschätzung der NutzerInnen, nicht durchweg der Fall, aber immerhin 33% von allen bejahten diese Frage. Allerdings verhielten sich auch hier die Gruppen unterschiedlich: Von den männlichen Studierenden gaben 44% an, längere SMS zu schreiben, von den männlichen Schülern waren es 38,1%. Der Geschlechtseffekt war deutlich,

---

<sup>30</sup> Eine Liste mit solchen Verschreibern findet man in Koch (2005), z. B. süden statt rufen, Aids statt Bier und Lover statt Köter.

da nur 27,1% der Frauen längere SMS zu schreiben meinten. Der Alterseffekt war mit 37% bei den Studierenden und 31,3% bei den SchülerInnen geringer.

Nahliegend ist es zu fragen, wie es die NutzerInnen mit Abkürzungen und Akronymen halten: Der Schreibaufwand, den man als eine Ursache für die Benutzung von Kurzformen ansehen kann, ist mit T9 ja eindeutig geringer, außerdem sind die Kurzformen meist nicht im Wörterbuch vorhanden. Das Ergebnis der Befragung zeigte in diese Richtung, denn 44,3% der Befragten gaben an, sie benutzten mit T9 weniger Abkürzungen als ohne, 9,1% sagten, sie verwendeten mehr Kurzformen. Dabei gibt es einen Geschlechtseffekt: Von denjenigen Befragten, die angaben, dass die Verwendung von T9 einen Einfluss auf ihren Kurzformengebrauch hätte, sagten 40,9% der Frauen und 47,7% der Männer, sie würden weniger Kurzformen benutzen.<sup>31</sup> Die geringere Verwendung von Kurzformen könnte zum einen dadurch verursacht sein, dass die Abkürzungen von Hand, also nach Ausschalten von T9 eingegeben (und ggf. dem Wörterbuch hinzugefügt) werden müssen. Zum anderen könnte der Grund in der Vereinfachung der Texteingabe selbst liegen: Dank T9 ist diese so erleichtert, dass nicht mehr jeder Buchstabe, der weggelassen werden könnte (ohne das Verständnis zu gefährden), auch weggelassen wird. Diese Vermutungen schließen einander natürlich nicht aus.

Eine weitere Vermutung ist, dass die Verwendung von Nicht-Standard-Ausdrücken in SMS unter T9 zurückgehen könnte, weil diese nicht im Wörterbuch enthalten sind. In der Befragung gaben 40,2% von allen an, dass sich ihr Gebrauch solcher Ausdrücke verändert habe, und zwar sagten 14,9%, dass sie mehr, 25,3%, dass sie weniger gebrauchten. Die Gruppen verhielten sich durchaus unterschiedlich: Bei den Frauen gaben 67,4% der Befragten an, ihr Schreibverhalten habe sich im Hinblick

---

<sup>31</sup> Im Hinblick auf Geschlechtsunterschiede beim Simsen ist die Beobachtung interessant, dass 40,9% der Männer, aber 52,3% der Frauen meinten, ihr Schreibverhalten im Hinblick auf Kurzformen werde durch T9 nicht beeinflusst. In ihrer Selbstwahrnehmung verzichtete also über die Hälfte der befragten Frauen auf diese technische Hilfe.

auf solche Ausdrücke *nicht* verändert, bei den Männern waren es 52,3%.<sup>32</sup> Während 20,9% der Frauen meinten, sie verwendeten weniger Nicht-Standard-Ausdrücke, waren es bei den Männern 29,6%. Von den Frauen gaben 11,6% an, sie verwendeten mit T9 mehr solche Ausdrücke, von den Männern 18,2%. Auch ein Alterseffekt war festzustellen: Von den Studierenden meinten 35,9%, eher weniger Nicht-Standard-Ausdrücke zu verwenden, von den SchülerInnen waren es nur 20,8%,

Die Auswertung des Korpus Staiger hatte ergeben, dass in ca. 60% der SMS die Regeln und Groß- und Kleinschreibung befolgt wurden. Die Frage, ob sich T9 auf die Beachtung dieser Regeln auswirkt, ist u. a. deshalb interessant, weil das System nach einem Satzendezeichen automatisch auf Großschreibung umstellt. Dies könnte dazu führen, dass die NutzerInnen den Eindruck gewinnen, sie müssten selbst weniger auf Groß- und Kleinschreibung achten. Andererseits sieht man SMS, in denen dieser Automatismus zu typischen orthografischen Abweichungen führt, wie im ersten Beispiel, in dem nur nach den Satzendezeichen Großschreibung vorkommt – mit dem Resultat einer angenäherten gemäßigten Kleinschreibung<sup>33</sup> –, oder im zweiten Beispiel, wo nach einem Abkürzungspunkt unkorrigiert groß weitergeschrieben wird:

```
Guten morgen p[... =  
Anredeform]! Bin so froh  
dass ein teil rum ist und  
war gestern ziemlich faul!  
Hatte etwas schlafmangel!  
Heute geht's weiter, küßchen  
+ schönen tag  
[Korpus Dittmann]
```

---

<sup>32</sup> Im Hinblick auf die Beeinflussung der Frauen durch den Gebrauch von T9 entspricht dies dem Bild, das sich bei den Kurzformen ergab.

<sup>33</sup> »Angenähert«, weil die gemäßigte Kleinschreibung Großschreibung von Eigennamen vorsieht (vgl. Dittmann 2004), die bei diesen SMS konsequenterweise fehlt.

Kann ich dich als Abs.  
Angeben?  
[Korpus Dittmann]

Von den Befragten gaben 66,3% an, T9 wirke sich nicht auf ihre Groß- und Kleinschreibung aus, 16,3% sagten, sie achteten mehr, 17,4%, sie achteten weniger darauf. Wiederum waren es die Frauen, die sich weniger beeinflusst fühlten: 72,7% von ihnen sagten, es mache keinen Unterschied, ob sie mit oder ohne T9 schrieben, bei den Männern waren es 59,5%. Interessant ist, dass sich nach Einschätzung der Befragten der Einfluss von T9 nicht in eine Richtung auswirkt: Jeweils 13,6% der Frauen gaben an, mehr bzw. weniger auf Groß- und Kleinschreibung zu achten, bei den Männern waren es 19,1% (mehr) bzw. 21,4% (weniger).

Alles in allem zeigte sich in dieser Umfrage von 2001/2002, dass die technische Änderung im Medium – die Einführung von T9 – nach Selbsteinschätzung der NutzerInnen relativ wenig Einfluss auf das Schreibverhalten hatte. Dieses hat sich demnach lediglich in Bezug auf die Verwendung von Kurzformen in relevanter Weise verändert. Wir gehen dieser Fragestellung nun weiter nach, indem wir über eine Folgestudie berichten.

## 5 STUDIE II

Diese Studie basiert auf einem Korpus, das von einer von uns, H.S., im Frühjahr 2005 an einer Universität, einer Schule und im persönlichen Umfeld erhoben wurde (»Korpus Siebert«; vgl. Siebert 2005). Die ProbandInnen wurden gebeten, neben ihren persönlichen Daten bis zu sieben SMS, die sie erhalten hatten, unverändert auf einen Fragebogen zu übertragen. Das Korpus umfasst 565 SMS von 325 unterschiedlichen Personen (38,9% Männer, 61,1% Frauen), im Durchschnitt also 1,74 SMS pro Person. Das Durchschnittsalter lag bei 23,3 Jahren.<sup>34</sup> 51,7% der SMS wurden von Studierenden, 21,4% von SchülerInnen und 26,9% von »Sonstigen« (darunter Angestellte, Beamte, Selbständige, Auszubildende, Zivildienstleistende) verfasst. Die SMS gehören, wie die des Korpus Staiger, der – wie oben schon gesagt: möglicherweise nicht homogenen – kommunikativen Gattung »Privat-SMS« an. Für unsere Fragestellung besonders wichtig ist, dass 532 der 565 SMS mit dem Worterkennungsprogramm T9 geschrieben wurden, das sind 94,2%. In der Umfrage von 2002 hatten, wie gesagt, noch 14,9% der ProbandInnen angegeben, »(fast) nie« mit T9 zu schreiben. Wir gehen hier nicht näher auf elliptische Konstruktionen in der SMS des Korpus Siebert ein, weil wir keinen Effekt des verstärkten T9-Gebrauchs auf die SMS-Texte erwarten.

---

<sup>34</sup> Hinsichtlich der Vergleichbarkeit der Ergebnisse von Studie I und Studie II ist zu beachten, dass das Durchschnittsalter der ProbandInnen in Studie II etwas höher liegt als das der ProbandInnen in Studie I (20,1 Jahre). Wir werden an den Stellen, an denen diese Altersverteilung beim Vergleich der erhobenen Werte eine Rolle spielen könnte, jeweils dazu Stellung nehmen.

Betrachten wir zunächst die durchschnittliche Länge der SMS im Korpus Siebert: Sie liegt mit 19,06 Wörtern/SMS bzw. 106,77 Zeichen (incl. Leerzeichen) deutlich höher als in den bisher beschriebenen älteren Korpora und kommt an die durchschnittliche Telegrammlänge heran.<sup>35</sup> In Studie I hatten 33% der befragten T9-NutzerInnen angegeben, mit T9 längere SMS zu schreiben als ohne. Die SMS des Korpus Siebert rechtfertigen die Annahme, dass die Selbsteinschätzung der NutzerInnen korrekt war, und wir dürfen somit auch vermuten, dass die größere durchschnittliche Länge mit T9 zusammenhängt.

Die Interpunktion war in 70,6% der SMS des Korpus Siebert korrekt. Im Korpus Staiger waren es 83,3%. Hinsichtlich der Groß- und Kleinschreibung ist der Unterschied erheblich: Im Korpus Siebert wird die Groß- und Kleinschreibung<sup>36</sup> in 33,1% der SMS beachtet, im Korpus Staiger waren es 60,1%.<sup>37</sup> Folgendes mag zu dieser Abweichung beigetragen haben: Hatten im Korpus Staiger die VerfasserInnen sich in einem großen Teil der abweichenden SMS der Großschreibung oder der konsequenten Kleinschreibung bedient, finden wir nun das oben (Abschnitt 4.2) beschriebene Phänomen häufig repräsentiert: Weil das System nach einem Satzendezeichen automatisch auf Großschreibung umstellt, stoßen wir auf SMS, in denen de facto, wenn wohl auch kaum intendiert, eine angenäherte gemäßigte Kleinschreibung vorliegt, nämlich in 13,3% der SMS. (Zum Vergleich: konsequente Großschreibung wird nur in 1,9% der SMS realisiert.) Man lässt sich also bequem die Satzanfänge groß vorgeben und schreibt im Übrigen alles klein. Beispiele aus dem Korpus Siebert:

---

<sup>35</sup> Das etwas höhere Durchschnittsalter der ProbandInnen in Studie II kann für diesen Effekt nicht verantwortlich sein, weil in Studie I der Spitzenwert der Älteren bei 16,4 Wörtern/SMS lag, also deutlich unter dem Durchschnittswert von Studie II.

<sup>36</sup> Ein Problem stellt hier natürlich die Verwirrung um die neue Rechtschreibung dar. Wir haben streng gewertet, also z. B. eine Schreibung wie »heute nachmittag« als Fehler gezählt.

<sup>37</sup> In Studie I zeigte sich, wie oben referiert, ein Alterseffekt: Studierende beachten die Groß- und Kleinschreibung in 66,3%, SchülerInnen in 51,2%. Das etwas höhere Durchschnittsalter der ProbandInnen in Studie II hätte also den gegenteiligen Effekt erwarten lassen, nämlich weniger statt mehr Abweichungen.

Hab deine sms bekommen  
aber irgendwie vergessen zu  
schreiben, sorry. Ich weiß  
nich ob das so der hit da  
ist. Überleg ich mir noch.  
Eigentlich wärs schon mal  
wieder lustig. Ich geb dir  
dann noch bescheid.

Räume deine sitzecke auf,  
bevor dein vater ausrastet.  
Er hatte schon einen anfall  
heute morgen!

Betrachtet man das Ergebnis der Umfrage aus Studie I in Bezug auf Groß- und Kleinschreibung, scheint in diesem Punkt die Selbsteinschätzung nicht korrekt zu sein: Von den Befragten hatten 66,3% angegeben, T9 wirke sich nicht auf ihre Groß- und Kleinschreibung aus, 16,3% sagten, sie achteten mehr, 17,4%, sie achteten weniger darauf. Wir sehen nun, dass die »Fehlerquote« im Vergleich der beiden Korpora um fast 100% auseinanderliegt, sich das Schreibverhalten in dieser Hinsicht also deutlich verändert hat.

Nun zu den graphostilistischen Mitteln: Iteration von Graphemen und Interpunktionszeichen findet sich in 3,4% der SMS, die Rate liegt etwas unter der des Korpus Staiger (4,6%). Emoticons, nämlich Smileys in mehreren Varianten, treten im Korpus Siebert in 18,4% der SMS auf und damit ungleich häufiger als im Korpus Staiger (5,2%).<sup>38</sup> Ein Grund dafür könnte die vereinfachte Eingabe von Smileys sein, die moderne Handys anbieten (vgl. oben, Abschnitt 4.1). Allerdings konnte man bereits 2002 z. B. beim Nokia-Handy 3210 Smileys in einem speziellen Fenster

---

<sup>38</sup> Das etwas höhere Durchschnittsalter der ProbandInnen in Studie II hätte den umgekehrten Effekt erwarten lassen, da in Studie I die älteren ProbandInnen weniger Emoticons verwendeten als die jüngeren (vgl. oben, Abschnitt 4.1).

mit den Cursortasten auswählen, während zur selben Zeit beklagt wird, dass die Eingabe von Smileys beim Panasonic-Handy GD92 außerordentlich umständlich sei.<sup>39</sup> Und noch im Dezember 2005 wird beklagt, dass beim Samsung-Handy SGH-D600 die Eingabe, im Unterschied zu Vorgängermodellen, zu umständlich sei.<sup>40</sup> Es ist also fraglich, ob die technischen Bedingungen allein für diesen starken Anstieg der Smiley-Nutzung verantwortlich sind. Wir können jedenfalls konstatieren, dass auch Schwierigkeiten bei der Eingabe die Schreibenden nicht davon abhalten, Smileys im Fall entsprechenden Kommunikationsbedarfs einzusetzen.

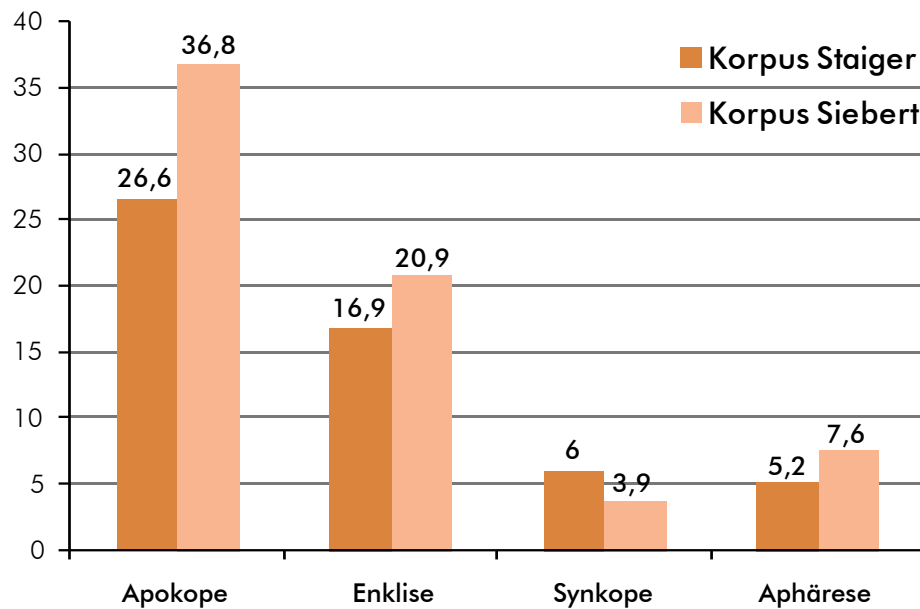


Abb. 1: Die Verteilung der allegrosprachlichen Formen in den beiden Korpora

Die Unterschiede sind deutlich: Im Korpus Siebert finden wir die Apokope ungleich häufiger, Enklise und Aphärese häufiger und die Synkope seltener als im Korpus Staiger. Dieses Ergebnis im Einzelnen zu erklären, dürfte problematisch sein. Worauf es hier ankommt, ist Folgendes: Entgegen unserer Erwartung hat die

<sup>39</sup> Vgl. <<http://popper.ractive.ch/gd92.php?page=2>>2007-01-20.

<sup>40</sup> Vgl. <<http://www.deepsleep.de/page12/page9/page10/page10.html>> 2007-01-20.

zunehmende T9-Nutzung nicht zu einem Rückgang der morphophonemischen Abweichungen in SMS geführt – im Gegenteil, die Nutzung hat insgesamt zugenommen. Dabei könnte eine Rolle spielen, dass viele der häufigen Tilgungsformen in T9 abrufbar sind.

So zum Beispiel die häufigste Form der Apokope, die Tilgung des Flexionsallomorphs *-e* der 1. Person Sg. des Verbs (*konnt* = dritte Option, *geb* = erste Option, *hab* = zweite Option, *komm* = erste Option, *hätt* = dritte Option, *glaub* = erste Option). Um die Vorkommenshäufigkeit der übrigen Allegroformen ins rechte Licht zu rücken, sei auf folgende Verteilung hingewiesen: Die Apokope des *-t* in *ist* kommt im Korpus 12-mal vor, die Vollform ist hingegen 96-mal. Die Apokope des *-t* in *nicht* kommt 11-mal vor, die Vollform nicht dagegen 111-mal. Die Apokope des *-e* in *grad* (22-mal) für *grade* (8-mal) tritt häufiger auf als die Vollform; *grad* ist die erste Option in T9, bei zusätzlicher Eingabe von *e* ist auch *grade* erste Option. Die Apokope des *-en* in *kein* für *keinen* tritt zweimal, die Vollform nur einmal im Korpus auf (*kein* ist ebenfalls erste Option). Die Apokope des *-en* in *mein* für *meinen* tritt im Korpus einmal auf, die Vollform ebenfalls einmal (*mein* erste Option).

Auch einige enklitische Formen – normwidrig ohne Apostroph – sind in T9 als erste Option vorgegeben. Am weitaus häufigsten tritt im Korpus Siebert die Form *gehts* auf (28-mal, außerdem zweimal mit Apostroph), die Vollform *geht es* kommt dreimal vor. Dagegen sind *wars* (dreimal, außerdem einmal mit Apostroph und einmal als Vollform *war es*) und *wissens* (einmal, kein Vorkommen mit Apostroph, kein Vorkommen als Vollform) selten. *Wärs* (fünfmal, außerdem einmal mit Apostroph, einmal als Vollform *wäre es*) ist erst vierte Option, die SchreiberInnen hatten gleichwohl bei allen SMS, in denen *wärs* vorkommt, angegeben, T9 benutzt zu haben.

Da die Synkope seltener auftritt als im Korpus Staiger, ist die Frage interessant, wie es um diese Formen in T9 steht. Die Synkope des *-e-* in *grad/grade* ist mit 31 Vorkommen der häufigste Typ dieser Allegroform (beide erste Option; vgl. oben),

die Vollform *gerade* (erste Option) kommt im Korpus 14-mal vor. Die Synkope des *-e-* in *gebn* (dritte Option) kommt 6-mal vor, die Vollform (zweite Option) ist mit 15 Vorkommen aber mehr als doppelt so häufig.<sup>41</sup> Man kann also – mit aller Vorsicht – postulieren, dass T9 im Fall der häufigsten Synkope-Formen *grade/grade* kein Hindernis darstellt. Bei *gehen* hingegen wird zunächst *gegen*, dann als zweite Option die Vollform *gehen* und erst als dritte Option *gebn* angeboten, was dazu führen könnte, dass die Vollform häufiger verwendet wird als die Allegroform.

Allerdings kann man das Argument mit Fug und Recht auch umkehren: Die SchreiberInnen scheuen keineswegs einen möglichen Mehraufwand, sie produzieren auch Allegroformen, mit denen sie nicht den vollen Komfort von T9 nutzen können. Unsere Erklärung dafür ist, dass die SchreiberInnen in diesen Fällen bewusst eine bestimmte Stilebene wählen. Die allegrosprachlichen Merkmale geben dem Text einen gesprochen-sprachlichen Duktus – sie signalisieren Mündlichkeit und Nähe (vgl. oben), denn sie sind durch die phonetischen Bedingungen der Artikulation entstanden (vgl. Schwitalla 2003, 38f.). Dass sie zugleich die kürzeren Formen sind, ist für ihre Entstehung in der medial gesprochenen Sprache zwar konstitutiv, spielt aber für die graphische Realisierung nur eine sekundäre Rolle: Dass in SMS die Schreibung mit Apostroph vorkommt, führt das Argument der Kürze für diese Fälle sogar ad absurdum. Von einer Reihe dieser Allegroformen wurde inzwischen gezeigt, dass sie so etwas wie einen überregionalen Standard definieren: Berend (2005) konnte für das Gebiet der alten Bundesländer nachweisen, dass einige von ihnen in die überregionale gesprochene Standardsprache eingedrungen sind und sogar in formellen Situationen gebraucht werden (so die Apokope des Schwa in der 1. Person Singular der Verben). Spiekermann (2006, 326f.) konnte empirisch zuverlässig nachweisen, dass u. a. »die allegrosprachlichen Merkmale der Tilgung von Schwa in der 1. Per-

---

<sup>41</sup> Randerscheinungen sind: Die Synkope des *-e-* in *wolln* (nicht in T9) kommt einmal vor, die Vollform (1. Option) ebenfalls einmal. Die Synkope des *-e-* in *wärn* (nicht in T9) kommt ebenfalls einmal vor, die Vollform (2. Option) ist nicht belegt.

son Singular der Verben, Klitisierung von <es>, Tilgung von /t/ in <ist> und <nicht> und die Reduzierung unbestimmter Artikel« die regionale gesprochene Standardvarietät in Baden-Württemberg bestimmen. Diese Merkmale charakterisieren also nicht eine normativ »niedrige« Redeweise, entsprechend ist ihre Imitation in der geschriebenen Sprache sprachkritisch auch nicht im Sinne einer Orientierung an einer normativ niedrigen umgangssprachlichen Redeweise zu deuten. Es ist in diesem Zusammenhang eine interessante, aber hier nicht weiter verfolgte Frage, weshalb die für die gesprochene überregionale Standardsprache (und die regionale Standardvarietät in Baden-Württemberg) mitdefinierenden Allegroformen *is* und *nich* im SMS-Korpus (*is* 11%, Vollform 89%; *nich* 9%, Vollform 91%) so selten vorkommen.

Was die lexikalischen Kurzformen betrifft, so kommen Abkürzungen im Korpus Siebert in 22,8% der SMS vor, im Korpus Staiger waren es 28,6%. Akronyme kommen im Korpus Siebert in 13,8% der SMS, vor, im Korpus Staiger waren es 23,3%.<sup>42</sup> Bei beiden Typen von lexikalischen Kurzformen sehen wir also einen Rückgang, bei den Akronymen ist er sogar dramatisch. Mit aller Vorsicht können wir also schließen, dass die vermehrte Verwendung von T9 bei der Texteingabe die Anzahl der verwendeten Kurzformen verringert. Das stimmt mit den Werten der Umfrage in Studie I überein: 44,3% der Befragten gaben ja an, sie benutzten mit T9 weniger Abkürzungen als ohne, nur 9,1%, sie benutzten mehr Kurzformen.

Es ist aufschlussreich, die Kurzformen näher zu betrachten. Schon im Korpus Staiger war der Anteil von Ad-hoc-Abkürzungen mit 13,5% nur unwesentlich niedriger als der der konventionalisierten Abkürzungen mit 15,1% (jeweils Prozentsatz der SMS, die entsprechende Kurzformen enthalten). Im Korpus Siebert fanden sich insgesamt 180 Abkürzungen. Von diesen waren 59,4% konventionalisiert und 40,6% Ad-hoc-Bildungen. Betrachtet man einzelne Typen von Abkürzungen, so findet

---

<sup>42</sup> Das etwas höhere Durchschnittsalter der ProbandInnen in Studie II kann für diese Verteilung nicht verantwortlich sein – im Gegenteil: In Studie I kamen in den SMS der Studierenden signifikant mehr Abkürzungen und Akronyme vor als in denen der SchülerInnen.

man am häufigsten Abkürzungen von Ortsnamen (8,9%), die Abkürzung von *und* (7,2%), die Abkürzung *ok* (6,7%), die Abkürzung *we/WE* für Wochenende (6,1%) sowie Abkürzungen von Wochentagen (5%). Alle übrigen Abkürzungen treten seltener auf, und 121 Abkürzungen (67,2%) kommen sogar nur einmal vor. Da T9 nur konventionalisierte Abkürzungen enthält – und diese selten an erster Stelle –, ist diese Zahl seltener Abkürzungen erstaunlich hoch. Bei den häufiger vorkommenden Abkürzungen stehen die Ortsnamen an erster Stelle. T9 bietet zwar die Abkürzungen größerer Städte an, doch sind die im Korpus vorkommenden Städte überwiegend zu klein und deshalb nicht im Wörterbuch enthalten, oder sie werden auf unkonventionelle Weise abgekürzt. Die gängige Abkürzung *ok* wird mit der Tastenkombination 6-5 erst als dritte Option ausgegeben, was dazu geführt hat, dass gelegentlich *öl*, die erste Option, für *ok* akzeptiert wird; im Korpus Siebert ist *öl* einmal belegt. Abkürzungen sparen also zwar Platz, aber in den meisten Fällen sind sie umständlich einzugeben, weil sie entweder vom Wörterbuch nicht als erste Wahl ausgegeben werden, oder weil T9 ausgeschaltet werden muss. Dass in 22,8% der SMS des Korpus Siebert angesichts einer T9-Nutzungsquote von knapp 95% Abkürzungen vorkommen, deutet deshalb darauf hin, dass sich viele NutzerInnen im Hinblick auf den Abkürzungsgebrauch nicht an das Worterkennungssystem anpassen, sondern auf überwiegend kreative Weise weiterhin Abkürzungen produzieren.

Bei den Akronymen verhält es sich etwas anders: Sie treten zwar auch noch in 13,8% aller SMS auf, doch machen drei Formen – nämlich *lg*, *hdl* und *mb* – zusammen 78,2% aller Akronyme aus, die übrigen sind folglich mit nur 21,8% vertreten. Die NutzerInnen scheinen also im Hinblick auf den Akronymgebrauch weniger kreativ zu sein als im Hinblick auf den Abkürzungsgebrauch. Daran, dass Akronyme zum Erhebungszeitraum in T9 nicht gespeichert waren,<sup>43</sup> kann es kaum liegen, denn das war ja für den Abkürzungsgebrauch kein Hindernis. Der Grund

---

<sup>43</sup> Die Tastenkombination 5-4 liefert bei heutigen Handys »lg« erst als sechste Option, die Tastenkombination 6-2 »mb« als dritte Option. Die Tastenkombination 4-3-5 führt gar nicht zu »hdl«.

kann deshalb nur sein, dass Akronyme überwiegend nicht konventionalisiert sind und deshalb ihre Verständlichkeit nicht gesichert ist. Akronyme in großer Zahl sind ein Charakteristikum des Chat, und hier haben sie – zusammen mit den Emoticons – in erster Linie die Funktion, die Zugehörigkeit der Chatter zur Ingroup auszudrücken (vgl. Beutner 2002, 81). Anscheinend wollen dagegen die SimserInnen sich in ihren Nachrichten in erster Linie mitteilen und nicht etwa ihrem Gegenüber ihre Mitgliedschaft in einer bestimmten gesellschaftlichen Gruppe signalisieren – was in der Regel auch deshalb unnötig ist, weil man mit vertrauten Personen simst (vgl. Döring 2002a, 111; Dürscheid 2002b, 15) – was nicht bedeutet, dass sich in der SMS-Kommunikation nicht auch ein Gruppenstil manifestieren kann, wie Androutsopoulos/Schmidt (2001) in einer Studie an fünf Mitgliedern einer jugendlichen Kleingruppe nachgewiesen haben.

Nun zu den Ausdrücken aus Nicht-Standard-Varietäten: Dialektismen kommen im Korpus Siebert in 10,1% der SMS vor. Im Korpus Staiger waren es 11,7%. Wir sehen hier also keine Auswirkung der verstärkten Nutzung von T9. Das Korpus Siebert enthält einige SMS, die fast durchgängig im Dialekt geschrieben sind (hier Schwäbisch), die Möglichkeiten der Eingabe mit T9 sind in eckigen Klammern eingetragen:

Sorry dass i mi jetzt erst  
meld. Hatte mei [3. Option]  
handy aus. Also mei [s. o.]  
gotti [nicht in T9: dieses  
muss also ausgeschaltet  
werden, alternativ kann gotti  
dem Wörterbuch hinzugefügt  
worden sein] hat mi au [3.  
Option] schau [dialektal für  
schon, 1. Option] gefragt  
ob ich mit ihr ins kino geh

weil i no [4. Option] an [1. Option] kinogang bei ihr gut hab... wenn s klappt und dir nichts ausmacht könnten wir zu 3 gehen. Oder wir 2 am mi. abend... wa [unklar, könnte intendiert gewesen sein] hältst davon? Mei gotti [s. o.] ist halt bloß no [s. o.] bis morga [2. Option] do [2. Option] noch geht se [6. Option] wieder. Mb [name]

Umgangssprachliche Ausdrücke kommen im Korpus Staiger in 23,3%, im Korpus Siebert in 16,5% der SMS vor. Das ist unbestreitbar ein geringerer Anteil, allerdings könnte sich hier das etwas höhere Durchschnittsalter der ProbandInnen in Studie II ausgewirkt haben: Studie I ergab ja einen signifikanten Alterseffekt (mehr SchülerInnen als Studierende). Für unsere Argumentation ist aber entscheidend, dass die SchreiberInnen trotz zunehmenden T9-Gebrauchs keineswegs auf solche Ausdrücke verzichten, obwohl z. B. die ugs. Wörter *geil* (8x im Korpus Siebert) und *scheiß-* (5x im Korpus Siebert) mit ihren Varianten im Erhebungszeitraum nicht in T9 enthalten waren.

Mit einer Häufigkeit von 5,5% treten Ausdrücke aus Fremdsprachen im Korpus Siebert mit fast derselben Rate auf wie im Korpus Staiger (6%), wenn man nur die nicht-geläufigen, in T9 nicht enthaltenen Fremdwörter zählt, also nicht z. B. *ok* oder *cool*. Somit gilt für die Ausdrücke aus Fremdsprachen, dass auch sie, obwohl nicht in T9 enthalten, keineswegs gemieden werden. Zählt man die geläufigen Fremdwörter mit, erhöht sich die Rate auf 11,5% der SMS. Auf diese unter sprachkritischem Aspekt interessante Zahl kommen wir am Ende zurück (vgl. Abschnitt 6).

## 6 SCHLUSSFOLGERUNGEN

### 6.1 Ökonomie und Expressivität

Man kann folgern, dass es den SMS-VerfasserInnen keineswegs stets um Kürze und Zeitersparnis zu tun ist – diese Motivation ist in der SMS-Kommunikation zweifellos auch zu finden. Aber man darf das »Prinzip der Sprachökonomie« nicht überbewerten, wie das in der Forschungsliteratur häufig geschieht (vgl. Schlobinski 2003). In vielen Fällen legen die Schreibenden großen Wert auf eine bewusste, individuelle Gestaltung der SMS, wobei dann Faktoren wie Zeit und Komfort, den T9 ja zweifellos bietet, in den Hintergrund treten. Der Planungsaufwand wird entsprechend groß, die Spontaneität – als Merkmal konzeptioneller Mündlichkeit – nimmt ab. Man muss diesen Befund vor dem Hintergrund der kommunikativen Funktionen, die SMS erfüllen, betrachten. Befragungen zeigen, dass SMS am häufigsten dazu dienen, Treffen zu vereinbaren oder Verabredungen zu ändern (vgl. Nowotny 2004, 28). Nach Krause/Schwitters (2002, 20) scheint »die SMS für diese Kommunikationsinhalte das ideale Kommunikationsmittel zu sein. Die Information ist im besten Fall mit wenigen Worten unmissverständlich für den anderen formuliert, sie ist schnell verschickt, der Adressat erhält die Nachricht, wo immer er sich auch befindet fast ohne Zeitverlust und hat theoretisch [...] die Möglichkeit nachzuhaken. Unter ökonomischem Aspekt erfüllt die SMS ihren Zweck in diesem Fall ideal«. Diese SMS sind nach unserer Beobachtung tatsächlich in aller Regel kurz – hier

korrespondiert das »Prinzip der Sprachökonomie« mit dem Kommunikationszweck. An zweiter Stelle in der Häufigkeitsskala stehen SMS, in denen man sich nach dem aktuellen Befinden der/des AdressatIn erkundigt (vgl. Nowotny 2004, 28f.)<sup>44</sup>. Hier gibt es nach unserer Beobachtung ebenfalls die kurze Form, wie im folgenden Beispiel:

[Name]! Bist eigentlich krank  
im Bett? Oder im Ausgang?  
[Korpus Siebert].

Aber man findet hier auch schon aufwändige Texte, in denen zum Beispiel dialektale Formen oder andere Abweichungen von der Standardnorm verwendet werden, wie die Kindersprache im folgenden Beispiel aus Nowotny (2004, 28f.):

Hi Süße! Biddu krank? Haddu  
Grippe? Arme Maus! Gute  
Besserung, wird widda fit!

An dritter Stelle stehen »Beziehungs-SMS« (Nowotny 2004, 29), in denen ein breites Spektrum an Ausdrucksmitteln verwendet wird.<sup>45</sup> Auch hier kann der Ökonomie-Gesichtspunkt in den Hintergrund treten, was im folgenden Beispiel durch den exzessiven Gebrauch des Ausrufezeichens zum Ausdruck kommt:

Alles gute, meine  
allerliebste Ehefrau. Ich  
liebe dich! Du schaffst das  
natürlich! Nach dir mal keine

---

<sup>44</sup> Die von Höflich/Rössler (2001, 451ff.) aufgrund einer Befragung und die von Krause/Schwitters (2002, 19ff.) aufgrund einer Korpusanalyse berichteten Zahlen weichen hiervon zum Teil ab. Wir diskutieren diese Frage, die mit der Methodik der Datengewinnung und der Repräsentativität von Korpora zu tun hat, nicht näher.

<sup>45</sup> »Neue Möglichkeiten für den Liebesdiskurs« durch SMS sieht hier A. Roesler (vgl. Aust 2006). Krause/Schwitters (2002, 22) sprechen von der »Möglichkeit der schnellen Herstellung persönlicher Momente quasi »zwischen durch«.

Sorgen! Schlaf gut! Freu mich  
auf morgen! [Korpus Siebert]

Auch die Redundanz in der folgenden SMS, die an konkrete Poesie gemahnt, ist nicht mit Ökonomie in Zusammenhang zu bringen:

ICH LIEBE DICH ICH LIEBE  
DICH ICH LIEBE DICH ICH  
LIEBE DICH  
ICH LIEBE DICH ICH LIEBE  
DICH ICH LIEBE DICH ICH  
LIEBE DICH  
ICH LIEBE DICH ICH LIEBE  
DICH ICH LIEBE  
[Korpus Siebert]

In beiden SMS überwiegt zweifellos das Motiv, »expressiv« zu sein, das Gebot der Ökonomie.<sup>46</sup> Krause/Schwitters (2002, 24) konstatieren die »offenbare Beliebtheit von kurzen per SMS verschickten Versen oder Gedichten. Denn findet die Gedichtsform im Alltag eher wenig Verwendung oder wird gar als altmodisch abgetan, so scheint von ihr doch gerade in romantischen Kontexten eine große Faszination auszugehen«. Die Autorinnen betonen zu Recht, dass ein Großteil dieser Gedichte nicht von den AbsenderInnen selbst verfasst, sondern vorgefertigt übernommen werden. Das tut selbstverständlich weder ihrer Expressivität noch – je nach Form – dem eventuell beträchtlichen Schreibaufwand Abbruch. Nur das erforderliche Maß an Kreativität der Formulierung ist bei den vorgefertigten Texten selbstverständlich niedriger als bei selbst geschaffenen.

Als »expressiv« kann man auch generell den spielerischen Umgang mit der Sprache betrachten, der sich in SMS findet und der nach Dürscheid (2002b, 15) auch in der gesprochenen Sprache Jugendlicher weit verbreitet ist. Hier finden sich dann

---

<sup>46</sup> Zu »Expressivität« in konzeptioneller Mündlichkeit vgl. Koch/Oesterreicher (1996).

auch Ansätze zu kreativem Schriftsprachgebrauch. »Da der Text unter maximal reduzierten Bedingungen geschrieben werden muss, bedeutet dies für manche Schreiber einen zusätzlichen Ansporn, kreativ mit den wenigen vorhandenen Mitteln umzugehen« (Dürscheid 2002b, 15). Ein Beispiel wäre »2b or nt 2b« für den Beginn von Hamlets großem Monolog.<sup>47</sup> Androutopoulos/Schmidt (2002, 74) benennen das Gemeinte so: »Die Binnenstruktur der Kurznachrichten ist von zwei Haupttendenzen dominiert: Reduktion einerseits, kreativer Freiraum andererseits. [...] Die Tendenz zur kreativen Sprachgestaltung manifestiert sich im spielerischen Umgang mit verschiedensten Ausdrucksressourcen.« Döring (2002a, 112) sieht sogar einen Zusammenhang zwischen Kürze und Kreativität: »Gerade die formale Restriktion der Zeichenbeschränkung regt offensichtlich einige Nutzer zur spielerischen, mehr oder minder kreativen Sprachgestaltung an«, und sie erwähnt in diesem Zusammenhang die Ad-hoc-Abkürzungen. Die Hypothese, dass sich das Verhältnis von »Expressivität« zu Ökonomie gattungstypisch unterscheidet, erscheint heuristisch plausibel. Die beiden von Krause/Schwitters (2002) diagnostizierten »Hauptmotivationen« der SMS Kommunikation – Strukturierung des Alltags und Beziehungspflege (vgl. oben, Abschnitt 3) – bieten hier einen möglichen Ansatzpunkt.

### 6.2 Zur Ausgangshypothese

Unsere forschungsleitende Hypothese besagte, dass die Handy-NutzerInnen ihre Schreibgewohnheiten der T9-Technik anpassen. Diese Hypothese konnten wir nur partiell bestätigen:

1. Die durchschnittliche Länge der SMS im Korpus Siebert liegt mit 19,06 Wörtern pro SMS bzw. 106,77 Zeichen (incl. Leerzeichen) deutlich höher

---

<sup>47</sup> Laut einer dpa-Meldung soll die neuseeländische Schulbehörde diese SMS-Schreibung des Shakespeare'schen »To be or not to be« für schriftliche Schülerarbeiten zugelassen haben (vgl. Bad. Zeitung vom 10.11.2006, S. 9). Das scheint uns denn doch zu weit zu gehen.

als in den bisher beschriebenen, älteren Korpora. Wir führen dies auf den Einfluss von T9 zurück, das die Eingabe erleichtert.

2. Im Korpus Siebert wird die Groß- und Kleinschreibung in 33,1% der SMS beachtet, im Korpus Staiger waren es beachtliche 60,1%. Unsere Interpretation: Weil das System nach einem Satzendezeichen automatisch auf Großschreibung umstellt, realisieren die Schreibenden eine angenäherte gemäßigte Kleinschreibung (in 13,3% der SMS; zum Vergleich: konsequente Großschreibung wird nur in 1,9% der SMS realisiert). Man lässt sich also durch T9 die Satzanfänge groß vorgeben und schreibt im Übrigen alles klein.
3. Bei den lexikalischen Kurzformen konstatieren wir mit zunehmender T9-Nutzung einen Rückgang, der bei den Akronymen sogar dramatisch ist. Mit aller Vorsicht können wir also schließen, dass die vermehrte Verwendung von T9 bei der Texteingabe die Anzahl der verwendeten Kurzformen verringert.
4. Umgangssprachliche Ausdrücke kommen im Korpus Staiger in 23,3%, im Korpus Siebert in 16,5% der SMS vor. Ob der Rückgang allein als Folge des Umstands zu interpretieren ist, dass diese Ausdrücke in T9 nicht enthalten sind, erscheint fraglich, da sich hier das etwas höhere Durchschnittsalter der ProbandInnen in Studie II bemerkbar gemacht haben könnte.

Andererseits relativieren folgende Befunde den Einfluss von T9 auf die Textgestaltung:

1. Entgegen unserer Erwartung hat die zunehmende T9-Nutzung nicht zu einem Rückgang der morphophonemischen Abweichungen in SMS geführt. Dabei könnte eine Rolle spielen, dass viele der häufigen Tilgungs-

- formen in T9 abrufbar sind. Aber die SchreiberInnen produzieren auch Allegroformen, mit denen sie nicht den vollen Komfort von T9 nutzen können, scheuen also keineswegs einen möglichen Mehraufwand.
2. Zwar ist die Zahl der Abkürzungen zurückgegangen, doch ist die Vorkommensrate nicht-konventionalisierter Abkürzungen mit 40,6% hoch. Da T9 nur konventionalisierte Abkürzungen enthält, war das nicht zu erwarten.
  3. Dialektismen finden sich in den beiden Korpora mit etwa derselben Vorkommensrate. Wir sehen also hier keine Auswirkung der verstärkten Nutzung von T9.
  4. Nicht-geläufige Ausdrücke aus Fremdsprachen treten im Korpus Siebert mit fast derselben Rate auf wie im Korpus Staiger. Da diese Ausdrücke nicht in T9 enthalten waren bzw. sind, war das nicht zu erwarten.

In der SMS-Forschung wurde bislang die Tendenz zur Kürze stark betont, und es besteht die Gefahr, dass dabei ein wichtiger, gewissermaßen gegenläufiger Aspekt, nämlich der *creative* Gebrauch von Ausdrucksmitteln, vernachlässigt wird. Wir haben auch für das Korpus Siebert die kreative Nutzung der Kommunikationsform SMS nachweisen können, und diese steht tendenziell im Widerspruch zur verstärkten Nutzung des Worterkennungssystems T9, das ein eingeschränktes, im Wesentlichen standardsprachliches Vokabular bereitstellt. In dieser Hinsicht – das heißt unter Berücksichtigung der Tatsache, dass die NutzerInnen keineswegs auf Formen verzichten, die nicht in T9 vorgegeben sind – passen die NutzerInnen ihre Schreibgewohnheiten dem System nicht an. Etwas zugespitzt: Die Intention der Expressivität siegt dann über die Bequemlichkeit und mithin über die Intention der Ökonomie.

### 6.3 Sprachkritische Schlussbemerkung

Intuitiv verführende Sprachkritiker hegen in den Feuilletons gegenüber den Kommunikationsformen der neuen Medien einen Generalverdacht auf »Sprach-Verhunzung« (Patalong 2006), wobei auch die SMS schlecht wegkommt (vgl. Der Spiegel 40/2006, 183f.). Dass »der Sprachgebrauch im Web [...] die Sprache selbst [verändert]« (Patalong 2006), darf aber mit Fug und Recht bezweifelt werden (vgl. Dittmann 2006, 94f.). Dabei soll keineswegs bestritten werden, dass sich möglicherweise gewisse rekurrente Phänomene in Texten der neuen Medien punktuell – z. B. auf die Normierung der Rechtschreibung – auswirken könnten.<sup>48</sup> Weil nicht zuletzt die SMS im Verdacht steht, das »Denglisch« als prominente Form der Sprachverhunzung zu befördern, sei hier noch eine Bemerkung zur Verwendung von Wörtern aus Fremdsprachen in SMS angefügt. Im Korpus Siebert liegt ihre Vorkommensrate, wie berichtet, bei 11,5% der SMS. Wenn nur in gut jeder 10. SMS eines Korpus, das bei jüngeren Menschen erhoben wurde, fremdsprachliche Ausdrücke vorkommen, kann die heraufbeschworene Gefahr nicht allzu groß sein. Eine in diesem Zusammenhang interessante Beobachtung, die wir hier nachtragen wollen, kommt hinzu: Von allen fremdsprachlichen Ausdrücken im Korpus Siebert stammen erwartungsgemäß die meisten aus dem Englischen (75,3%), aber es treten auch spanische mit 10,3% (u. a. *felicidades*), französische mit 9,1% (u. a. *déjà vu*) und sonstige mit 5,3% (u. a. *kram*, norw. für Umarmung) auf. Mindestens ein Viertel der fremdsprachlichen Ausdrücke ist also in jedem Fall der kreativen Sprachverwendung in der SMS zuzurechnen, und – wie gesagt – auch ein Teil der Wörter englischer Herkunft ist nicht floskelhaft.

---

<sup>48</sup> So spekuliert Dürscheid (2000a, 60) darüber, ob die in Texten der neuen Medien zu findende Substantivkleinschreibung dazu führen könne, dass die Forderung nach einer gemäßigten oder gar radikalen Kleinschreibung neu überdacht werde.

## 7 BIBLIOGRAFIE

- Androutsopoulos, Jannis, Schmidt, Gurly (2002): SMS-Kommunikation: Ethnographische Gattungsanalyse am Beispiel einer Kleingruppe. In: Zeitschrift für Angewandte Linguistik, H. 36, 49-79.
- Androutsopoulos, Jannis K., Ziegler, Evelyn (2003): Sprachvariation und Internet: Regionalismen in einer Chat-Gemeinschaft. In: „Standardfragen“. Soziolinguistische Perspektiven auf Sprachgeschichte, Sprachkontakt und Sprachvariation. Festgabe zum 60. Geburtstag von Klaus J. Mattheier. Hg. J. K. Androutsopoulos, E. Ziegler. Frankfurt/M.: Lang, 251-279.
- Auer, Peter (1993): Zur Verbspitzenstellung im gesprochenen Deutsch. In: Deutsche Sprache, 21, 3, 193-222.
- Auer, Peter (1999): Sprachliche Interaktion. Eine Einführung anhand von 22 Klassikern. Tübingen: Niemeyer.
- Auer, Peter (2003): Crossing the language border to Turkish? Uses of Turkish by non-Turks in Germany. In: Plurilinguisme, Mehrsprachigkeit, Plurilingualism. FS Lüdi. Hg. L. Mondada, S. Pekarek Doehler. Tübingen; Basel: Francke, 73-93.
- Aust, Michael (2006): Gefühle in 160 Zeichen. In: die tageszeitung, Nr. 7897, 14.02.2006, S. 14.
- Bader, Jennifer (2002): Schriftlichkeit und Mündlichkeit in der Chat-Kommunikation. Net. Worx, 29. <<http://www.mediensprache.net/networx/networx-29.pdf>> 2006-08-17.
- Berend, Nina (2005): Regionale Gebrauchsstandards – Gibt es sie und wie kann man sie beschreiben? In: Standardvariation. Wie viel Variation verträgt die deutsche Sprache? Hg. L. Eichinger, W. Kallmeyer. Berlin; New York: de Gruyter, 143-170.
- Beutner, Yvonne (2002): E-Mail-Kommunikation. Stuttgart: ibidem.
- Bittner, Johannes (2003): Digitalität, Sprache, Kommunikation. Eine Untersuchung zur Medialität von digitalen Kommunikationsformen und Textsorten und deren varietätenlinguistischer Modellierung. Berlin: Erich Schmidt.
- Brinker, Klaus (2005): Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden. 6. Aufl. Berlin: Schmidt.
- Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4., durchges. Aufl. Köln: Böhlau.
- Cherubim, Dieter (1981): Schülerbriefchen. In: Neben-Kommunikationen. Beobachtungen und Analysen zum nichtoffiziellen Schülerverhalten innerhalb und außerhalb des Unterrichts. Hg. J. Baumann, D. Cherubim, H. Rehbock. Braunschweig: Westermann, 107-168.
- Dittmann, Jürgen (2002): Personenbezeichnungen und opake Geschlechtsreferenz. Am Beispiel von Wissenschaftstexten. In: Geschlechterkonstruktionen in Sprache, Literatur und Gesellschaft. Gedenkschrift für Gisela Schoenthal. Hg. E. Cheauré et al. Freiburg i. Br.: Rombach, 63-91.
- Dittmann, Jürgen (2004): Die gemäßigte kleinschreibung – argumente für eine vereinfachte deutsche rechtschreibung. In: Studien zur deutschen Sprache und Literatur. Festschrift für Konrad Kunze zum 65. Geburtstag. Hg. V. Bok, U. Williams, W. Williams-Krapp. Hamburg: Kováč, 389-403.

- Dittmann, Jürgen (2006): Konzeptionelle Mündlichkeit in E-Mail und SMS. In: Interkultureller Fremdsprachenunterricht: Grundlagen und Perspektiven. Hg. U. Reeg. Bari: Pagina, 79-97.
- Döring, Nicola (2002a): Kurzm. wird gesendet. Abkürzungen und Akronyme in der SMS-Kommunikation. In: Muttersprache, 112, 97-114.
- Döring, Nicola (2002b): "1x Brot, Wurst, 5Sack Äpfel I.L.D." Kommunikative Funktionen von Kurzmitteilungen (SMS). In: Zeitschrift für Medienpsychologie 14, 3, 118-128.
- Dürscheid, Christa (2000): Rechtschreibung in elektronischen Texten. In: Muttersprache, 110, 52-62.
- Dürscheid, Christa (2002a) : E-Mail und SMS – ein Vergleich. In: Kommunikationsform E-Mail. Hg. A. Ziegler, Chr. Dürscheid. Tübingen: Stauffenburg, 93-114.
- Dürscheid, Christa (2002b): SMS-Schreiben als Gegenstand der Sprachreflexion. Net.Worx, 28. <<http://www.mediensprache.net/networx/networx-28.pdf>> 2006-08-17.
- Dürscheid, Christa (2003): Medienkommunikation im Kontinuum von Mündlichkeit und Schriftlichkeit. Theoretische und empirische Probleme. In: Zeitschrift für Angewandte Linguistik, H. 38, 37-56.
- Dürscheid, Christa (2005a): Medien, Kommunikationsformen, kommunikative Gattungen. In: Linguistik online, 22, 1/2005.
- Dürscheid, Christa (2005b): Normabweichendes Schreiben als Mittel zum Zweck. In: Muttersprache, 115, 1, 40-53.
- Elspaß, Stephan (2002): Alter Wein in neue Schläuche? Briefe der Wende zum 20. Jahrhundert und Texte der neuen Medien - ein Vergleich. In: Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie, 64, 7-31.
- Faulstich, Werner (2004): Medienwissenschaft. basics. München: Fink.
- Günther, Ulla, Wyss, Eva Lia (1996): E-Mail-Briefe - eine neue Textsorte zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit. In: Textstrukturen im Medienwandel. Hg. E.W.B. Hess-Lüttich, W. Holly, U. Püschel. Frankfurt/M.: Lang, 61-86.
- Günthner, Susanne (1995): Gattungen als soziale Praxis. Die Analyse "kommunikativer Gattungen" als Textsorten mündlicher Kommunikation. In: Deutsche Sprache, 23, 193-218.
- Haase, Martin, Huber, Michael, Krumeich, Alexander, Rehm, Georg (1997): Internetkommunikation und Sprachwandel. In: Sprachwandel durch Computer. Hg. R. Weingarten. Opladen: Westdeutscher Verlag, 51-85.
- Höflich, Joachim R. (2001): Das Handy als "persönliches Medium". Zur Aneignung des Short Message Service (SMS) durch Jugendliche. In: kommunikation@gesellschaft, 2, Nr. 1. <<http://www.kommunikation-gesellschaft.de/>> 2003-03-17.
- Höflich, Jochim R., Gebhardt, Juliane (Hg.)(2003): Vermittlungskulturen im Wandel. Brief, E-Mail, SMS. Frankfurt/M.: Lang.
- Höflich, Joachim R., Rössler, Patrick (2001): Mobile schriftliche Kommunikation - oder: E-Mail für das Handy. Die Bedeutung elektronischer Kurznachrichten (SMS) am Beispiel jugendlicher Handynutzer. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 49, 4, 437- 461.
- Holly, Werner (1997): Zur Rolle von Sprache in Medien. Semiotische und kommunikationstheoretische Grundlagen. In: Muttersprache, 107, 64-75.
- Jakobs, Eva-Maria (2003): Medien der Individualkommunikation: Email und Telekonferenz. In: Psycholinguistik. Ein internationales Handbuch. Hg. G. Rickheit et al. Berlin; New York: de Gruyter, 845-854.
- Kelle, Bernhard (1999): Regionale Varietäten in Internet-Chats als Wegbereiter einer regionalen Schriftlichkeit. In: Deutsche Sprache, 28, H. 4, 357-371.
- Kelle, Bernhard (2002): Virtual dialect areas in the internet: „townchats“. In: Classification, Automation, and New Media. Hg. W. Gaul, G. Ritter. Berlin etc.: Springer, 281-288.
- Klein, Wolfgang (1993): Ellipse. In: Syntax. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. An International Handbook of Contemporary Research. Hg. J. Jacobs et al. Berlin/ New York: de Gruyter, 763-799.
- Koch, Christoph (2005): Die Schreibmaschine. In: Die Zeit Online, Nr. 13/2005, 23.03.2005, <[http://www.zeit.de/2005/13/T9\\_Handy\\_12](http://www.zeit.de/2005/13/T9_Handy_12)> 2007-01-23.

- Koch, Peter, Oesterreicher, Wulf (1985). Sprache der Nähe – Sprache der Distanz. Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte. In: Romanisches Jahrbuch 36, 15-43.
- Koch, Peter, Oesterreicher, Wulf (1990): Gesprochene Sprache in der Romania. Französisch, Italienisch, Spanisch. Tübingen: Niemeyer.
- Koch, Peter, Oesterreicher, Wulf (1994): Schriftlichkeit und Sprache. In: Schrift und Schriftlichkeit. Ein interdisziplinäres Handbuch internationaler Forschung. Hg. H. Günther, O. Ludwig. Berlin/New York, 587-604.
- Koch, Peter, Oesterreicher, Wulf (1996): Sprachwandel und expressive Mündlichkeit. In: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik, H. 102, 64-96.
- Krämer, Sibylle (1998): Das Medium als Spur und als Apparat. In: Medien, Computer, Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien. Hg. S. Krämer. Frankfurt/M.: Suhrkamp, 73-94.
- Krause, Melanie, Schwitters, Diana (2002): SMS-Kommunikation. Inhaltsanalyse eines kommunikativen Phänomens. Net.Worx, 27. <<http://www.mediensprache.net/networx-27.pdf>> 2006-08-17.
- Luckmann, Thomas (1986): Grundformen der gesellschaftlichen Vermittlung des Wissens: Kommunikative Gattungen. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 27, 191-211.
- Meier, Jörg (2002): Vom Brief zur E-Mail – Kontinuität und Wandel. In: Kommunikationsform E-Mail. Hg. A. Ziegler, Chr. Dürscheid. Tübingen: Stauffenburg, 57-76.
- Moraldo, Sandro M. (2004): Linguistische Form(e)l(n) in textbasierten SMS-Dialogen. Zur kontrastiven Analyse deutscher und italienischer Kurnachrichten. In: Germanistentreffen Deutschland - Italien. Bari, 8.-12.10.2003. Bonn: DAAD, 285-301.
- Nowotny, Andrea (2004): Daumenbotschaften. Die Bedeutung von Handy und SMS für Jugendliche. Net.Worx, 44. <<http://www.mediensprache.de/networx-44.pdf>> 2006-08-17.
- Patalong, Frank (2006): Falsch ist das neue Richtig. Spiegel Online, 05.05.06. <<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzkultur/0,1518,414507,00.html>> 2006-10-15.
- Quasthoff, Uta M. (1997): Kommunikative Normen im Entstehen: Beobachtungen zu Kontextualisierungsprozessen in elektronischen Medien. In: Sprachwandel durch Computer. Hg. R. Weingarten. Opladen: Westdeutscher Verlag, 23-50.
- Runkel, Jens, Schlobinski, Peter, Siever, Torsten (1998): Sprache und Kommunikation im Internet. Überblick und Analysen. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schade, Oliver (1997): Dienste im Internet. In: Internet für Psychologen. Hg. B. Batinic. Göttingen: Hogrefe, 49-88.
- Schlobinski, Peter (2003): Sprache und Denken ex machina? Net.Worx, 34. <<http://www.mediensprache.net/networx/networx-34.pdf>> 2006-08-17.
- Schlobinski, Peter et al. (2001): Simsen. Eine Pilotstudie zu sprachlichen und kommunikativen Aspekten in der SMS-Kommunikation. Net.Worx, 22. <<http://www.mediensprache.net/de/networx/docs/networx-22.asp>>2002-10-06.
- Schlobinski, Peter, Watanabe, Manabu (2003) SMS-Kommunikation – Deutsch/Japanisch kontrastiv. Eine explorative Studie. Net.Worx, 31. <<http://www.mediensprache.net/networx/networx-31.pdf>> 2006-08-17.
- Schneider, Jan Georg (2006): Gibt es nichtmediale Kommunikation? In: Zeitschrift für Angewandte Linguistik, 44, 71-90.
- Schröder, Hartmut (1993): Semiotische Aspekte multimedialer Texte. In: Fachtextpragmatik. Hg. H. Schröder. Tübingen: Narr, 189-215.
- Scollon, Ron, Scollon, Suzanne (1995): Somatic communication: How useful is 'orality' for the characterization of speech events and cultures? In: Aspects of Oral Communication. Hg. U. M. Quasthoff. Berlin; New York: de Gruyter, 19-29.
- Schwitalla, Johannes (2002): Kleine Botschaften. Telegramm- und SMS-Texte. In: Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie, 64, 33-56.

- Schwitalla, Johannes (2003): *Gesprochenes Deutsch. Eine Einführung*. 2., überarb. Aufl. Berlin: Schmidt.
- Siebert, Hedy (2005): *Einfluss des Worterkennungssystems T9 auf die Gestaltung von SMS. Inwiefern beeinflusst T9 das Schreibverhalten? Eine empirische Untersuchung*. Freiburg i. Br.: *Wissenschaftliche Arbeit*.
- Spiekermann, Helmut (2006): *Standardsprache in Baden-Württemberg. Eine empirische Untersuchung zu konstitutiven Merkmalen regionaler Standardvarietäten*. Freiburg i. Br.: *Habilitationsschrift*.
- Spycher, Samuel (2004): „I schribdr de no...“ Schweizerdeutsche Umgangsformen in der SMS-Kommunikation. In: *Net.Worx*, 36. <<http://www.mediensprache.net/networx-36.pdf>> 2007-01-21.
- Staiger, Yvonne (2002): *Alters- und geschlechtsspezifische Unterschiede im Umgang mit dem Short-Message-Service: Kommunikationsverhalten und Sprache. Eine empirische Untersuchung an der Universität Freiburg und zwei Gymnasien*. Freiburg i. Br.: *Wissenschaftliche Arbeit*.
- Tesak, Jürgen, Dittmann, Jürgen (1991a): Telegraphic style in normals and aphasics. In: *Linguistics*, 29, 6, 1111-1137.
- Tesak, Jürgen, Dittmann, Jürgen (1991b): Syntaktische Strukturen und Ellipsen in deutschen Telegrammen. In: *Neue Fragen der Linguistik. Akten des 25. Ling. Koll., Bd.2*. Paderborn 1990. Hg. E. Feldbusch et al. Tübingen: Niemeyer, 245-251.
- Wirth, Uwe (2005): *Chatten. Plaudern mit anderen Mitteln*. In: *Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet*. Hg. T. Siever, P. Schlobinski, J. Runkehl. Berlin; New York: de Gruyter, 67-84.

# ALLE NETWORK-ARBEITEN IM ÜBERBLICK

## → Network Einführung

Jens Runkehl, Peter Schlobinski & Torsten Siever  
**Sprache und Kommunikation im Internet** (Hannover, 1998)  
websprache • medienanalyse

## → Network Nr. 1

Lena Falkenhagen & Svenja Landje  
**Newsgroups im Internet** (Hannover, 1998)  
websprache

## → Network Nr. 2

Gisela Hinrichs  
**Gesprächsanalyse Chatten** (Hannover, 1997)  
websprache • medienanalyse

## → Network Nr. 3

Julian Hohmann  
**Web-Radios** (Hannover, 1998)  
websprache

## → Network Nr. 4

Silke Santer  
**Literatur im Internet** (Hannover, 1998)  
websprache

## → Network Nr. 5

Peter Schlobinski  
**Pseudonyme und Nicknames** (Hannover, 1998)  
websprache • medienanalyse

## → Network Nr. 6

Jannis K. Androutsopoulos  
**Der Name @** (Heidelberg, 1999)  
websprache

## → Network Nr. 7

Laszlo Farkas & Kitty Molnár  
**Gäste und ihre sprachlichen Spuren im Internet** (Hannover, 1999)  
websprache

## → Network Nr. 8

Peter Schlobinski & Michael Tewes  
**Graphentheoretisch fundierte Analyse von Hypertexten** (Hannover, 1999)  
websprache • medienanalyse

## → Network Nr. 9

Barbara Tomczak & Cláudia Paulino  
**E-Zines** (Hannover, 1999)  
websprache

## → Network Nr. 10

Katja Eggers et al.  
**Wissenstransfer im Internet – drei Beispiele für neue wissenschaftliche Arbeitsmethoden** (Hannover, 1999)  
websprache • medienanalyse

## → Network Nr. 11

Harald Buck  
**Kommunikation in elektronischen Diskussionsgruppen** (Saarbrücken, 1999)  
websprache

## → Network Nr. 12

Uwe Kalinowsky  
**Emotionstransport in textuellen Chats** (Braunschweig, 1999)  
websprache

## → Network Nr. 13

Christian Bachmann  
**Hyperfictions – Literatur der Zukunft?** (Zürich, 1997)  
websprache

## → Network Nr. 14

Peter Schlobinski  
**Anglizismen im Internet** (Hannover, 2000)  
websprache • medienanalyse

## → Network Nr. 15

Marijana Soldo  
**Kommunikationstheorie und Internet** (Hannover, 2000)  
websprache • medienanalyse

## → Network Nr. 16

Agnieszka Skrzypek  
**Werbung im Internet** (Hannover, 2000)  
websprache • werbesprache

## → Network Nr. 17

Markus Kluba  
**Der Mensch im Netz. Auswirkungen und Stellenwert computervermittelter Kommunikation** (Hannover, 2000)  
websprache

## → Network Nr. 18

Heinz Rosenau  
**Die Interaktionswirklichkeit des IRC** (Potsdam, 2001)  
websprache

## ALLE NETWORKX-ARBEITEN IM ÜBERBLICK

### → Networkx Nr. 19

Tim Schönefeld  
Bedeutungskonstitution im  
Hypertext (Hamburg, 2001)  
websprache • medienanalyse

### → Networkx Nr. 20

Matthias Thome  
Semiotische Aspekte computer-  
gebundener Kommunikation  
(Saarbrücken, 2001)  
websprache • medienanalyse

### → Networkx Nr. 21

Sabine Polotzek  
Kommunikationssysteme  
Telefonat & Chat: Eine  
vergleichende Untersuchung  
(Dortmund, 2001)  
websprache

### → Networkx Nr. 22

Peter Schlobinski et al.  
Simsen. Eine Pilotstudie zu  
sprachlichen und kommuni-  
kativen Aspekten in der SMS-  
Kommunikation  
(Hannover, 2001)  
websprache • handysprache

### → Networkx Nr. 23

Andreas Herde  
www.du-bist.net. nternet-  
adressen im werblichen Wandel  
(Düsseldorf, 2001)  
websprache • werbesprache

### → Networkx Nr. 24

Brigitte Aschwanden  
»Wär wot chätä?« Zum Sprach-  
verhalten deutschschweizeri-  
scher Chatter  
(Zürich, 2001)  
websprache • medienanalyse

### → Networkx Nr. 25

Michaela Storp  
Chatbots. Möglichkeiten und  
Grenzen der maschinellen  
Verarbeitung natürlicher  
Sprache  
(Hannover, 2002)  
websprache • werbesprache  
• medienanalyse

### → Networkx Nr. 26

Markus Kluba  
Massenmedien und Internet  
– eine systemtheoretische  
Perspektive  
(Hannover, 2002)  
websprache • medienanalyse

### → Networkx Nr. 27

Melanie Krause & Diana Schwit-  
ters  
SMS-Kommunikation  
– Inhaltsanalyse eines kommuni-  
kativen Phänomens  
(Hannover, 2002)  
handysprache

### → Networkx Nr. 28

Christa Dürscheid  
SMS-Schreiben als Gegenstand  
der Sprachreflexion  
(Zürich, 2002)  
handysprache

### → Networkx Nr. 29

Jennifer Bader  
Schriftlichkeit & Mündlichkeit  
in der Chat-Kommunikation  
(Zürich, 2002)  
websprache • medienanalyse

### → Networkx Nr. 30

Olaf Krause  
Fehleranalyse für das  
Hannoversche Tageblatt  
(Hannover, 2003)  
medienanalyse

### → Networkx Nr. 31

Peter Schlobinski &  
Manabu Watanabe  
SMS-Kommunikation  
– Deutsch/Japanisch kontrastiv.  
(Hannover/Tokyo, 2003)  
handysprache

### → Networkx Nr. 32

Matthias Wabner  
Kreativer Umgang mit  
Sprache in der Werbung. Eine  
Analyse der Anzeigen- und  
Plakatwerbung von McDonald's  
(Regensburg, 2003)  
werbesprache

### → Networkx Nr. 33

Steffen Ritter  
Kohärenz in moderner, inter-  
aktiver und handlungsbasierter  
Unterhaltung. Die Textwelten  
von Adventures  
(Mannheim, 2003)  
werbesprache

### → Networkx Nr. 34

Peter Schlobinski  
Sprache und Denken ex  
machina?  
(Hannover, 2003)  
werbesprache

### → Networkx Nr. 35

André Kramer  
Rechtschreibkorrektursysteme  
im Vergleich. DITECT versus  
Microsoft Word  
(Hannover, 2003)  
werbesprache • medienanalyse

### → Networkx Nr. 36

Samuel Spycher  
»I schribdr de no...«  
(Solothurn/Schweiz 2004)  
handysprache

### → Networkx Nr. 37

Sabine Leitner  
»Die Partei als Marke«?  
Eine Untersuchung der Wahl-  
werbung mit einem Vergleich zur  
Wirtschaftswerbung  
(Regensburg 2004)  
werbesprache • medienanalyse

### → Networkx Nr. 38

Tanja Stöger  
Die Heilige Schrift in der Wer-  
bung. Religiöse Elemente in der  
Werbesprache  
(Regensburg 2004)  
werbesprache • medienana-  
lyse

### → Networkx Nr. 39

Beat Schmückle & Tobias Chi  
Spam - Linguistische Untersu-  
chung einer neuen Werbeform  
(Zürich 2004)  
websprache • medienanalyse

## ALLE NETWORKX-ARBEITEN IM ÜBERBLICK

---

### → Networkx Nr. 40

Jucker, Andreas H.  
**Gutenberg und das Internet. Der Einfluss von Informationsmedien auf Sprache und Sprachwissenschaft** (Zürich 2004)  
websprache • onlinepublishing

### → Networkx Nr. 41

Androutsopoulos, Jannis et al.  
**Sprachwahl im Werbeslogan. Zeitliche Entwicklung und branchenspezifische Verteilung englischer Slogans in der Datenbank von slogans.de** (Hannover 2004)  
werbesprache

### → Networkx Nr. 42

Schlobinski, Simone  
**Smarte Kommunikation im Internet– Analyse und Beurteilung ausgewählter Marken der Automobilindustrie** (Osnabrück 2004)  
werbesprache

### → Networkx Nr. 43

Siebenhaar, Beat  
**Varietätenwahl und Code Switching in Deutschschweizer Chatkanälen** (Zürich 2005)  
websprache

### → Networkx Nr. 44

Andrea Nowotny  
**Daumenbotschaften. Die Bedeutung von Handy und SMS für Jugendliche** (Bonn 2005)  
handysprache

### → Networkx Nr. 45

Olaf Grabienski  
**Internetauftritte literarischer Buchverlage. Form und Funktion ihrer medialen Gestaltung** (Hamburg 2005)  
onlinepublishing

### → Networkx Nr. 46

Peter Schlobinski & Torsten Siever (Hrsg.)  
**Sprachliche und textuelle Merkmale in Weblogs. Ein internationales Projekt** (Hannover 2005)  
websprache

### → Networkx Nr. 47

Kai Richter  
**Zielgruppe Kind. Sprachliche Veränderungen der Anzeigenwerbung in 50 Jahren Micky Maus** (Darmstadt 2006)  
werbesprache

### → Networkx Nr. 48

Katharina Franke  
**Language Variation in #berlin** (Hannover 2006)  
websprache

### → Networkx Nr. 49

Bernd Kappenberg  
**Zeichen setzen für Europa – der Gebrauch europäischer lateinischer Sonderzeichen in der deutschen Öffentlichkeit** (Hannover 2006)  
websprache

### → Networkx Nr. 50

Jürgen Dittmann, Hedy Siebert, Yvonne Staiger-Anlauf.  
**Medium & Kommunikationsform am Beispiel der SMS.** (Hannover 2007)  
handysprache