



NETWORK

DIE ONLINE-SCHRIFTENREIHE DES PROJEKTS SPRACHE@WEB

Melanie Krause & Diana Schwitters

SMS-Kommunikation – Inhaltsanalyse eines kommunikativen Phänomens

Nr. 27

@

∞

📱

Σ

websprache

werbesprache

handysprache

medienanalyse

IMPRESSUM

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.

ISSN
1619-1021

Herausgeber

Jens Runkehl, Prof. Dr. Peter Schlobinski und Torsten Siever

Wissenschaftlicher Beirat

Dr. Jannis Androutsopoulos (IDS [Institut für deutsche Sprache] in Mannheim), für den Bereich **websprache** & **medienanalyse**.

Prof. Dr. Christa Dürscheid (Universität Münster), für den Bereich **handysprache**.

Dr. Nina Janich (Universität Regensburg), für den Bereich **werbesprache**.

Prof. Dr. Ulrich Schmitz (Universität Essen), für den Bereich **websprache**.

Anschrift

Projekt *sprache@web*
Universität Hannover
Königsworther Platz 1, PF 44
30167 Hannover
Internet:
www.mediensprache.net
E-Mail:
info@mediensprache.net

Hinweise zur Einsendung von Manuskripten

Beiträge und Mitteilungen sind an die folgende E-Mail-Adresse zu richten:

networx@mediensprache.net
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 im In- und Ausland in gedruckter und elektronischer Form sowie die Befugnis, Dritten die Wiedergabe und Speicherung dieses Werkes zu gestatten. Unverlangt eingehende Manuskripte und Bücher werden nicht zurückgesandt.

Begutachtung

Die Begutachtung eingesandter Beiträge wird von den Herausgebern sowie den Vertretern des wissenschaftlichen Beirats vorgenommen.

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

01. Mai 2002

ZU DIESER ARBEIT

Autor & Titel

Melanie Krause & Diana Schwitters

Version

1.0

Empfohlene Zitierung

Krause, Melanie & Diana Schwitters (2002). »SMS-Kommunikation – Inhaltsanalyse eines kommunikativen Phänomens« <<http://www.mediensprache.net/networx/networx-26.pdf>>. In: Networx. Nr. 27. ISSN: 1619-1021. Zitiert nach Runkehl, Jens & Torsten Siever (2001). Das Zitat im Internet. Ein Electronic Style Guide zum Publizieren, Bibliografieren und Zitieren. Hannover.

RICHTLINIEN

Umfang

1 Normseite entspricht der Größe DIN-A-4. Die Seitenzahl ist unbegrenzt.

Untergliederung

Längere Texte sollten moderat untergliedert sein; mehr als drei Untergliederungsstufen sind in der Regel nicht wünschenswert.

Versandweg

Das Manuskript soll nach Möglichkeit als Anhang einer E-Mail versendet werden (vgl. auch »Einsendung von Manuskripten« auf dieser Seite).

Adresse

Bitte mit dem Manuskript die vollständige Dienstschrift sowie eine Telefonnummer für evtl. Rückfragen einreichen.

Korrekturverfahren

Die Redaktion behält sich Änderungswünsche am Manuskript vor.



INHALT

IMPRESSUM	2
EINLEITUNG	5
THEORETISCHER HINTERGRUND	7
METHODE	9
3.1 Ausgangsproblematik.....	9
3.1.1 Aussagewillen bzw. -fähigkeit	9
3.2 Lösungsansatz.....	10
3.2.1 Konstruktiver Umgang mit methodischen Artefakten:	
Triangulation	10
3.2.2 Non-reaktive Verfahren	10
3.3 Analysemethode: Standardisierte Inhaltsanalyse.....	11
3.3.1 Dimensionalisierung	12
3.3.2 Operationalisierung	12
STICHPROBE	13
4.1.1 Repräsentativität der Stichprobe	13
4.1.2 Vergleichbarkeit mit Höflich & Rössler (2001)	14

INHALTSVERZEICHNIS

ERGEBNISSE	15
5.1 Stichprobe Deskriptiv	15
5.2 Formalia	15
5.2.1 Worttrennung durch Leerzeichen	15
5.2.2 Anzahl der Worte	16
5.2.3 Ansprache und Verabschiedung	16
5.3 Inhaltliches.....	19
5.3.1 Motive der SMS-Kommunikation.....	19
5.3.2 Themen der SMS-Kommunikation	22
5.3.3 Sonderform der SMS: Gedichte und Ketten-SMS	24
5.3.4 Problematisierungsgrad der besprochenen Themen	26
FAZIT	28
6.1 Nüchterne Funktionalität versus Romantik	28
6.2 Geschlechtsspezifische Nutzung.....	29
ANMERKUNGEN	30
ANHANG	31
BIBLIOGRAFIE	33
ALLE NETWORKX ARBEITEN IM ÜBERBLICK	34

EINLEITUNG

50 Millionen Deutsche und weltweit 700 Millionen Menschen sind mittlerweile Besitzer eines Handys. Kaum eine andere technologische Errungenschaft hat sich derart rasant interkontinental und schichtenübergreifend durchgesetzt wie dieses multifunktionale Kommunikationsmittel. Geradezu explosionsartig hat sich das Mobiltelefon innerhalb weniger Jahre insbesondere bei Jugendlichen verbreitet. Laut einer Untersuchung des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest aus dem Jahre 2000 besaß derzeit bereits jeder zweite Jugendliche bzw. 49 Prozent der 12- bis 19-Jährigen ein Handy. Schon unter den 12- bis 13-Jährigen war jeder Vierte mit einem Handy ausgestattet, bei den 18- bis 19-Jährigen etwa 65 Prozent. Die Tendenz seit Jahren steigend. Im Vergleich zum Vorjahr besaßen nur ca. 14 Prozent der Befragten 1200 Jugendlichen ein Handy. Angesichts dieser enormen Verbreitung des Handys, insbesondere bei Jugendlichen, scheint es notwendig, diese spezielle Nutzergruppe und ihr Nutzungsverhalten einmal genauer zu betrachten.

Dabei ist es besonders interessant, dass das Thema Handy und im speziellen auch die SMS-Kommunikationskultur von interdisziplinärem Interesse ist. Es finden sich bereits Forschungsarbeiten bevorzugt im Bereich der Sprachwissenschaften (vgl. Schlobinski, Fortmann, Groß, Hogg, Horstmann & Theel, 2001; Dürscheid 2001; Androutsopoulos 2001 u.a.) und der Sozialwissenschaften (Höflich 2001¹, Höflich & Rössler 2001², Döring 2001³) aber auch im Bereich der Psychologie. Aus letzterer Disziplin wie auch allgemein sind darüber hinaus zahllose populärwissenschaftliche Überlegungen und Ausführungen veröffentlicht worden (vgl. u.a. Gergen, 2000⁴). Das folgende Kapitel soll nun dazu dienen den Stand der Forschung anhand der Arbeiten der Sprachwissenschaftler Schlobinski et al. (2001⁵), Dürscheid (2001⁶) und Androutsopoulos (2001⁷) sowie der Erfurter Sozialwissenschaftler Höflich & Rössler (2001) und Döring (2001) darzustellen. Besonderes Augenmerk wird dabei auf die Arbeiten Höflichs gelegt werden, welcher die erste größere empirische

Arbeit zur SMS-Kommunikation Jugendlicher vorgelegt hat und damit eine große Medienresonanz erlangte.

2 THEORETISCHER HINTERGRUND

Ersten wissenschaftlichen Untersuchungen zu Folge nutzen Jugendliche ihr Handy vorrangig zur schriftlichen Kommunikation mittels des Short Message Service kurz SMS. Laut Angabe des Interessenverbandes der Mobilfunkbetreiber nach europäischem Standard wurden im ersten Quartal 2001 weltweit 50 Milliarden SMS gesendet. Im ersten Quartal des Vorjahres waren es 12 Mrd. Bei den Jugendlichen, die die Hauptnutzer des SMS sind, liegt die Nutzungsquote bei den 12- bis 17-Jährigen bei 60-70 Prozent. Höflich (2001) nennt diese junge Altersgruppe in der die grösste quantitative Verbreiterung statt-findet, die »Handy Generation«. Auch der Focus titelte jüngst ganz treffend »SMS- Generation«.

Folgende aufschlußreiche wissenschaftliche Untersuchungen mit dem Forschungsschwerpunkt Short Message Service liegen bislang vor. Der Linguist Androutsopoulos (2001) hat mit Methoden der Gattungsanalyse den SMS-Korpus einer Kleingruppe auf etwaige charakteristische Kennzeichen der Kommunikationsform SMS untersucht. In seiner Studie kommt er zu umfangreichen Ergebnissen hinsichtlich des Einsatzbereichs und der Nutzung von SMS, dem Dialog mittels SMS, sowie der Binnenstruktur von Kurznachrichten. Näher zu erforschen gilt seine sicherlich interessante These der Herausbildung einzelner SMS-Gattungen.

Die Arbeit Schlobinskis et al. (2001) steht ebenfalls in der Tradition der Sprachwissenschaft und untersucht eingehender die Verwendung sprachlicher Mittel in der SMS (wie bei Androutsopoulos schon ansatzweise betrachtet), sowie im Zusammenhang damit stehende Aspekte des Kommunikationsverhaltens. Die intensive Auseinandersetzung mit der Sprachstruktur von SMS in dieser Exploration, liefert gelungen den Nachweis eines neuen SMS-inhärenten Text- und Kommunikationstypus.

Auch Dürscheid (2001) kommt in ihrem Vergleich von E-Mail und SMS zu ähnlichen Ergebnissen wie Schlobinski hinsichtlich der Merkmale von SMS. Methodisch variiert sie jedoch. Sie arbeitet die Eigenschaften von SMS-Texten, durch

einen direkten Vergleich mit einem Korpus an E-Mail heraus, indem Sie die Unterschiede dieser beiden ähnlichen Kommunikationsformen aufzeigt. Die Merkmalsbestimmung von Kurznachrichten resultiert aus der komparativen Untersuchung auf medialer und konzeptueller Ebene, auf den propositionalen Gehalt hin, sowie der Analyse von schon bei Schlobinski verwendeten Maßstäben, wie Abkürzungen, Tilgungen, Ellipsen, etc.

Eine sehr spezielle und interessante Studie ist darüber hinaus im Rahmen eines Seminars zur Medienkommunikation an der TU-Ilmenau entstanden. Studenten von Dr. Nicola Döring überprüften per Online Befragung von 3000 Teilnehmern die SMS in der Partnerschaft. Genauer wurde der Frage nachgegangen ob SMS eine Kontrollfunktion übernehmen und welche Rolle die Faktoren Unzufriedenheit in der Partnerschaft, Eifersucht und Dauer der Beziehung dabei spielen. Eine Korrelation zwischen den beiden ersten Faktoren und dem Grad der Kontrolle durch SMS konnte mittels der Daten nachgewiesen werden. Die Länge einer Partnerschaft scheint nicht von Bedeutung zu sein.

Die Untersuchungen Höflich und Rösslers (2001) ergeben, dass das Handy insbesondere »ein Medium zur Organisation des Alltags Jugendlicher ist«. Genutzt wird das Handy hierbei hauptsächlich um sich nach dem Befinden von Freunden zu erkundigen, sich zu verabreden, Kontakte zu halten und immer erreichbar zu sein. Die bevorzugten Adressaten von SMS sind der Partner und der beste Freund bzw. Freundin. Eine weitere Funktion, die laut Höflich bereits drei Viertel der Jugendlichen ausprobiert haben, ist die des Flirtens mittels der kurzen Textbotschaften. Bei weiterer Differenzierung zwischen Mädchen und Jungen hat sich gezeigt, dass Mädchen mehr und umfangreichere SMS versenden als Jungen. Sie »nutzen häufiger die Kapazität von 160 Zeichen aus«. Die Validität der Ergebnisse Höflich wird im Weiteren zu überprüfen sein, was aktuell noch unbeantwortet ist, ist die Frage nach der tatsächlichen Quantität einzelner Motive und Inhalte von Kurznachrichten. Höflich und Rössler befragten die Jugendlichen zu ihrem kommunikativen Verhalten mittels SMS, doch wie stark kann man diesen subjektiven Aussagen vertrauen?

Aus diesem Grund widmet sich die vorliegende Arbeit anhand eines anderen methodischen Ansatzes (vgl. Abschnitt 3.3) eben der Frage nach quantifizierbaren (und validierbaren) Inhalten und Motiven der SMS-Kommunikation.

Gibt es eine nachweisliche Präferenz für bestimmte Themen und/oder Motive für eine Kontaktaufnahme qua SMS? – dieser Frage wollen wir nachgehen.

3 METHODE

3.1 Ausgangsproblematik

Diese Arbeit will – wie in der Einleitung und der Forschungsfrage hinreichend dargelegt – die Forschungsergebnisse zur SMS Kommunikation, welche mittels standardisierter Befragungen aus sozialwissenschaftlicher Perspektive erhoben wurden, mit der empirischen Realität von SMS-Datenmaterial konfrontieren. Denn über Befragungen können zwar Einstellungen und Motive der SMS-Kommunikation gegenüber und Nutzungsgewohnheiten der »Simser« durchaus erhoben werden, doch unterliegen diese Daten regelmäßig dem Unsicherheitsfaktor oft nicht unbedeutender Verzerrung. Maßgeblich zwei Effekte tragen zu diesen Verzerrungen bei:

3.1.1 Aussagewillen bzw. -fähigkeit

Gerade bei sensiblen Untersuchungsthemen, seien sie sehr persönlicher, politischer, ethischer Art etc. sind befragte Personen häufig gar nicht bereit, sich »ehrlich« zu einem Thema zu äußern. Hier tritt häufig das Problem der sozialen Erwünschtheit auf, dass also Befragte versuchen, nur politisch korrekte Antworten zu geben. (Zum Umgang mit dieser Befragungsproblematik vgl. u.a. Kromrey, 1998⁸).

Darüber hinaus ist es Befragten oft auch gar nicht möglich, eine unverzerrte Antwort zu einer Fragestellung zu geben. Zur Illustration dieser Problematik sei folgendes Beispiel genannt: Bei Höflich und Rössler (2001) nennen etwa zwei Fünftel aller befragten Jugendlichen als ein wichtiges Motiv zur SMS-Kommunikation die Nutzung von SMS in Notsituationen. Grundsätzlich erscheint diese Idee zwar plausibel – allerdings dürfte die tatsächliche Nutzung von SMS in Notsituationen

doch insofern von wesentlich geringerer Bedeutung sein, als dass man per Gesetz mit jedem in Deutschland zugelassenen Mobiltelefon kostenlos die Notruf-Nummern 110 und 112 anwählen kann. Die inhaltliche Limitation einer SMS gegenüber fernmündlicher Kommunikation insbesondere in bezug auf komplexe Thematiken sei hier gar nicht weiter ausgeführt. Letztlich dürfte der Notruf per SMS in der Realität demnach eine deutlich niedrigere qualitative wie auch quantitative Relevanz besitzen.

3.2 Lösungsansatz

3.2.1 Konstruktiver Umgang mit methodischen Artefakten: Triangulation

Diese methodischen Probleme, welche die sogenannte Königsdisziplin der Sozialwissenschaften mit sich bringt, lassen sich auch mit methodisch ausgefeilten Designs nicht völlig ausschalten. Genauso wenig kann aber auf die Methode der Befragung verzichtet werden – im Gegenteil: sie bietet eine Fülle exklusiver und hochrelevanter Einsatzmöglichkeiten. Als ein sinnvoller Ansatz zur konstruktiven Auseinandersetzung mit dergleichen methodischen Schwierigkeiten (im Gegensatz zur grundsätzlichen Ablehnung der einen oder anderen per se nicht perfekten Methode) bietet die Triangulation, welche die mehrmethodische Annäherung an ein Forschungsproblem bezeichnet.

So bietet es sich im Falle der SMS-Kommunikation, welche bislang nur über reaktive Befragungen untersucht wurde, an, die Problematik anhand einer non-reaktiven Forschungsmethode zu beleuchten.

3.2.2 Non-reaktive Verfahren

Als Non-reaktive Verfahren werden alle Untersuchungsmethoden bezeichnet, in welchen Forscher und untersuchte Personen nicht miteinander in Kontakt kommen (vgl. Friedrichs, 1980⁹, 309f). Solche Verfahren bieten die Gewähr, dass das Untersuchungsmaterial durch die Untersuchung selbst nicht verändert wird und/oder man das Untersuchungsmaterial unbedenklich mehrmals der gleichen Untersuchung

unterziehen kann, ohne dass sich das Ergebnis dadurch verändert. So könnte es beispielsweise bei einer Befragung passieren, dass eine Person innerhalb eines Befragungsinterviews beginnt, sich Gedanken über einen bestimmten Themenkomplex zu machen, die das Befragungsergebnis verzerren.

Da non-reaktive Verfahren zumeist auf der Analyse von Dokumenten beruhen, werden gleichzeitig natürlich auch die oben genannten Verzerr-Probleme hinsichtlich sozialer Erwünschtheit etc. eingedämmt. Im Falle der vorliegenden Arbeit soll sich die Analyse deshalb mit dem Material der SMS-Kommunikation selbst, also den Wortnachrichten, befassen. Dazu ist es nötig, einen SMS Korpus zu generieren oder einen bereits existenten Daten-Korpus zu benutzen und diesen anhand eines non-reaktiven Verfahrens, zu analysieren.

3.3 Analysemethode: Standardisierte Inhaltsanalyse

Zur Untersuchung des vorliegenden Datenmaterials wurde die standardisierte Inhaltsanalyse herangezogen. Qualitative bzw. hermeneutische Analysemethoden boten sich nicht an, da deren Ergebnisse und Implikationen kaum zur Quantifizierung geeignet sind. Darüber hinaus haben andere Forscherteams (vgl. u.a. Andoutsopoulos & Schmidt) bereits Untersuchungen dieser Art an kleineren Korpora vorgenommen.

Die systematische Inhaltsanalyse ist nun hingegen eine Methode, anhand derer zuvor festgelegte, intersubjektiv nachvollziehbare Merkmale von Inhalten quantifizierend erfasst werden (vgl. Friedrichs, 1980, S. 315). Zur Analyse mittels der Inhaltsanalyse eignen sich prinzipiell alle niedergeschriebenen Texte, Sendungen, Töne oder Bilder. Die Analyse dieses Materials kann dabei »sowohl auf den Inhalt zielen wie von der Nachricht auf den Sender und dessen Absichten oder auf den Empfänger schließen« (S. 316). Aus diesem Grund eignet sich die Methode zur Untersuchung von SMS besonders gut, denn auch hier haben wir es mit Absendern, Empfängern und den vermuteten kommunikativen Absichten beider Seiten zu tun.

Zur Feststellung der festgelegten Inhalte wird ein standardisiertes Kategoriensystem erstellt, welches genaue Vorgaben dazu liefert, welche Text-, Bild- oder Tonbestandteile anhand bestimmter Aspekte dokumentiert werden sollen. Sowohl bei Friedrichs (1980) als auch bei Kromrey (1999) finden sich u.a. Problematisierungen zum Prozess des Entwickelns eines Kategoriensystems; denn die geforderte

»objektive« Festlegung der Kategorien ist mit erheblichen Problemen verbunden. Bei der Arbeit mit der standardisierten Inhaltsanalyse wird oft vernachlässigt, dass das Erstellen eines Kategoriensystems einem interpretativen (und dadurch naturgemäß nicht objektiven) Prozess unterliegt. Und auch der Prozess des nach Möglichkeit vollständig standardisierten Codierens ist ein erneuter Decodierungsprozess der zuvor aufgestellten Kategorien und Indikatoren. Diese Probleme sollen an dieser Stelle allerdings nicht weiter ausgeführt werden, müssen bei der Interpretation der Ergebnisse aber unbedingt Berücksichtigung finden.

3.3.1 Dimensionalisierung

Die Dimensionalisierung der Fragestellung orientierte sich eng an den Arbeiten Höflich & Rössler (2001) und Androustopolus' & Schmidts (2000). Berücksichtigt wurden die Dimensionen »Motiv bzw. Anlass der Kommunikation«, »Thema der Kommunikation«, sowie diverse aus sprachwissenschaftlicher Sicht interessante Phänomene, die später auch zur genaueren Analyse und Plausibilisierung der Ergebnisse herangezogen werden sollen.

3.3.2 Operationalisierung

Erhoben wurden demnach im Codierbogen (siehe Anhang) formale und inhaltliche Kriterien.

Formales	Inhaltliches
• Wortanzahl	• Motiv der SMS-Kommunikation
• Worttrennung	• Sprachhandlungsakt
• Formalien der Ansprache	• Thema der SMS-Kommunikation
• Formalien der Verabschiedung	• Grad der Problematisierung

4 STICHPROBE

Das Ziel einer annähernden Repräsentativität der Daten scheint gerechtfertigt, da Studien, welche SMS inhaltlich analysiert haben, bereits vorliegen (vgl. Androutsopoulos & Schmidt); diese allerdings als qualitative Fallstudien, bzw. repräsentativ für sehr kleine Grundgesamtheit angelegt sind. Ziel der vorliegenden Arbeit ist es hingegen, einen Datenkorpus zu untersuchen, der empirisch mit der Fallzahl Höflich's vergleichbar sein soll.

Die Analyse wurde als Sekundäranalyse eines 682 SMS umfassenden Datenkorpus durchgeführt, welcher im Rahmen einer Seminararbeit an der Universität Hannover (Fachbereich Linguistik) im Zusammenhang mit einer SMS-Analyse, welche sich auf sprachliche Phänomene der SMS-Kommunikation beschränkte, erhoben wurde. Dazu wurden in Schulen und Sportvereinen Niedersachsens Kurzfragebögen verteilt, in welchen 150 Befragte gebeten wurden, (möglichst) die nächsten sechs eingehenden SMS originalgetreu, d.h. mit allen Zeichen und Symbolen, aufzuschreiben. Zusätzlich wurde um das Vermerken von Alter und Geschlecht des SMS-Verfassers gebeten.

Entgegen der Erwartung, dass es schwierig sein würde, die Befragten zur Preisgabe ihrer persönlichen Kurzmitteilungen zu bewegen, war die Bereitschaft zur Teilnahme im Zusammenhang mit einer garantiert anonymisierten Auswertung sehr gut und sorgte für eine rege Rücklaufquote. (vgl. Schlobinski, Fortmann, Groß, Hogg, Horstmann & Theel, 2001).

4.1.1 Repräsentativität der Stichprobe

Der vorliegende SMS-Korpus kann nicht als repräsentativ für eine bestimmte Grundgesamtheit angesehen werden. Denn weder wurden die Personen, welche um das Aufschreiben ihrer SMS gebeten wurden, nach einer Repräsentativität anstrebenden Verfahren ermittelt, noch erfolgte die Dokumentation der einzelnen

Mitteilungen nach einem streng kontrollierbaren System. Es konnte nicht überprüft werden, in wieweit die teilnehmenden Personen unter ihren eingehenden SMS eine Auswahl trafen, bevor sie diese notierten bzw. nach welchen Systematiken SMS-Typen präferiert oder für die Forscher ausgeblendet wurden. (Zum Problem der Repräsentativität vgl. u.a. Kromrey, 1998, S. 258ff). Grundsätzlich besteht demnach auch für diese Form der Untersuchungen – wenn auch in abgeschwächter Form – die Gefahr der Reaktivität. Allerdings bezieht sich diese nur auf die Phase der Datenerhebung selbst, nicht auf die spätere Analyse des Materials.

Berücksichtigt man allerdings die generell äußerst schwierige Zugänglichkeit dieser Daten, welche mit der Flüchtigkeit mündlicher Alltagskommunikation zu vergleichen ist, so muss im vorliegenden Fall die Gelegenheit genutzt werden, auch quantifizierende Aussagen über das Datenmaterial zu treffen. Diese können zwar nicht in letzter Konsequenz die Wirklichkeit abbilden, aber lassen doch Aussagen über Tendenzen und Einblicke in ein bislang wenig standardisiert untersuchtes Themenfeld zu.

4.1.2 Vergleichbarkeit mit Höflich & Rössler (2001)

Aufgrund der gewählten Erhebungsmethode ist die Vergleichbarkeit der Daten dieser Arbeit mit den Ergebnissen Höflichs und Rösslers nur in sehr eingeschränktem Maße vertretbar. Dies liegt im Wesentlichen an einem Faktor: Die Stichprobe bei Höflich und Rössler wurde auf 204 Jugendliche im Alter von 14 bis 18 Jahren beschränkt – diese enge Altersvorgabe gab es im Falle der in Hannover erhobenen Kurznachrichten nicht; die Struktur dieser Stichprobe deckt einen wesentlich größeren Altersspanne ab (vgl. Abbildung 1). Die Geschlechterverteilung hingegen liegt mit 57% Frauen und 43% Männern sehr nahe an der Verteilung bei Höflich und Rössler (55% versus 45%).

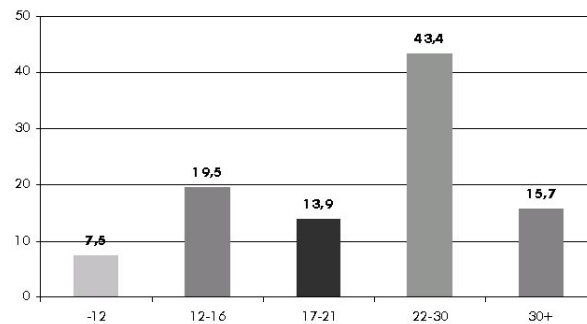


Abb. 1: Alter der SMS-Verfasser (Angaben in %)

5 ERGEBNISSE

5.1 Stichprobe Deskriptiv

Von den 682 SMS, welche für diese Arbeit untersucht wurden, konnten 681 analysiert werden. Nur eine Kurznachricht stellte sich in Bezug auf die ausgewählten Kategorien als nicht codierbar heraus, da sie keine Wortnachricht, sondern lediglich das Emoticon¹⁰ » ☺ « enthielt. Alle übrigen SMS konnten inhaltlich untersucht werden, sodass die Datengrundlage letztendlich aus 681 Kurznachrichten besteht.

5.2 Formalia

5.2.1 Worttrennung durch Leerzeichen

Die Untersuchung des Datenkorpus im Hinblick auf das Auslassung von Leerzeichen zwischen den einzelnen Wörtern ergab ein überraschendes Bild. Denn häufig wird diese Form des Weglassens von Leerzeichen als SMS-typisches graphostilistisches Mittel angesehen; da diese Schreibform sowohl Zeichen als auch Eingabearbeit spare. Im vorliegenden Korpus hingegen wurde lediglich in vier SMS gänzlich auf die Leerzeichen verzichtet – in allen übrigen Kurznachrichten wurden sie, wie in der schriftsprachlichen Kommunikation üblich, gesetzt. Natürlich finden sich Fälle, in welchen vereinzelt ein oder mehrere Leerzeichen ausgelassen wurden, doch ist nicht sicher auszumachen, ob diese Auslassungen tatsächlich der Zeichensparnis dienen sollte oder vielmehr zufällig bzw. willkürlich geschah.

5.2.2 Anzahl der Worte

In Bezug auf die Wortanzahl lässt sich zunächst festhalten, dass eine durchschnittliche SMS des Datenkorpus aus 16 bis 17 Wörtern bestand. Im Zusammenhang mit den verschiedenen vorliegenden Altersgruppen konnten keine eindeutigen Unterschiede ausgemacht werden – einzig die Altersgruppe der über 30-jährigen scheint mit einem Mittelwert von $M = 14,6$ Wörtern (M der gesamten Stichprobe = 16,4) die kürzesten SMS zu verfassen.

Ein signifikanter Unterschied besteht allerdings zwischen männlichen und weiblichen Schreibern. Während die männlichen »Simser« im Schnitt mit 15,4 Wörtern auskommen, benutzen die weiblichen »Simserinnen« durchschnittlich 17,1 Wörter. Dieser Unterschied ist mit $p < .05$ signifikant, das heißt überzufällig stark ausgeprägt. Diese Beobachtung validiert die Ergebnisse Höflich und Rösslers, welche in ihrer Befragung herausfanden, dass Mädchen nach eigenen Angaben die 160 Zeichen, welche eine Kurznachricht bietet, eher ausnutzen als Jungen dies tun.

Unter der Annahme, dass dieser Unterschied nicht dadurch zustande kommt, dass Frauen mehr kürzere und Männer weniger besonders lange Wörter für ihre Kurznachrichten verwenden, kann als bestätigtes Phänomen festgehalten werden, dass Frauen in der SMS-Kommunikation zu längeren Ausführungen tendieren, während Männer »schreibfauler« sind.

5.2.3 Ansprache und Verabschiedung

Untersucht wurde im Zusammenhang mit Höflichkeitsformeln, ob der Verfasser der SMS den Namen des Adressaten in der Begrüßung bzw. seinen eigenen Namen in der Verabschiedung nennt; und ob eine eigentliche Begrüßungs- oder Verabschiedungsformel in der Art »Lieber xyz« oder »Viele Grüße, Deine abc« gebraucht wird. Bei der Interpretation dieser Ergebnisse muss dabei stets berücksichtigt werden, dass Begrüßungs- und Höflichkeitsformeln in der Regel in Initiativ-SMS und Verabschiedungs-SMS auftauchen müssten. Innerhalb eines mehrere Kurzmitteilungen umfassenden SMS-Gesprächs wäre dementsprechend zu erwarten, dass nur in der ersten, Kontakt-herstellenden Nachricht wie auch in der jeweils letzten Nachricht der Gesprächspartner mit Grußformeln gearbeitet und demnach auch zu rechnen sein wird (vgl. Abbildung 2). Ein Zusammenhang zwischen intendierter Funktion der SMS und formeller Einleitung bzw. Beendigung wird hier unterstellt.

Generell wurde der Name in der Verabschiedung als häufigste Form des Grußes verwendet (36%). Möglicherweise hängt dies damit zusammen, dass diese Namensnennung neben der reinen Funktion der Höflichkeit auch die Funktion der Identifizierung hat. Denn hat der Empfänger der Kurznachricht die Nummer des SMS-Verfassers nicht mit dem entsprechenden Namen in seinem Mobiltelefon gespeichert, kann er nur anhand der mitgesendeten Nummer nicht erkennen, von wem er die Nachricht erhalten hat. Im Sinne des Einsparen von Zeichen käme somit der Nennung des eigenen Namens als Identifizierungsmittel mehr Bedeutung zu als einer höflichen Ansprache des Adressaten mit Namen. Letztere erfolgte nur in 20% aller SMS.

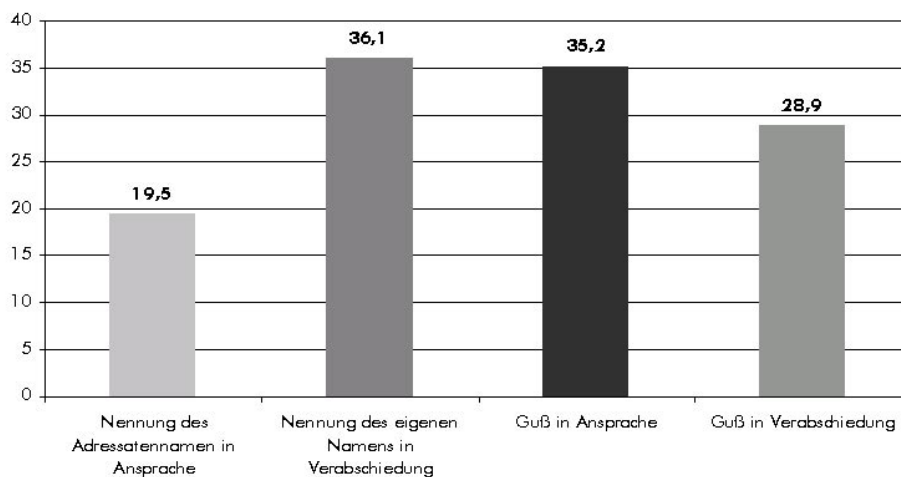


Abb. 2: Grußworte in Ansprache und Verabschiedung (Angaben in %)

Grußworte in der Ansprache (35,2%) spielen hingegen eine wichtigere Rolle als Grußworte in der Verabschiedung (28,9%). Möglicherweise wird also in der SMS-Kommunikation im Sinne der Rationalität auf vollständige Höflichkeitsformeln, welche sich durch die Nennung eines Namens und eines Grußwortes zusammensetzen, verzichtet. In der Ansprache wird anstatt eines vollständigen Grußes inklusive Namensnennung eher auf den Namen des Angesprochenen verzichtet; während in der Verabschiedung eher das Grußwort als die zur Identifizierung des Absenders notwendige Namensnennung weggelassen wird.

Dabei kommt offenbar generell einer vollständigen Ansprache (17,6%) durch die SMS-Verfasser genauso viel Wert zu wie einer vollständigen Verabschiedung (18,2);

denn jeweils etwa ein Fünftel der SMS werden auf diese Weise begonnen oder abgeschlossen. Dahingegen wird auf eine Ansprache in fast zwei Drittel (62,8%) aller Fälle vollständig verzichtet, während auf einer Verabschiedung entweder durch Grußwort oder durch Namensnennung immerhin fast die Hälfte aller Schreiber bestehen (46,9%). Immerhin 6,6% aller SMS beinhalten übrigens sowohl eine vollständige Ansprache als auch eine vollständige Verabschiedung.

»HiNadine!Ferien Super. Ich war schon in Spanien und jetzt komme ich gerade aus dem Schwimmbad danach schlafe ich bei meiner Freundin. Viele Grüße Tatjana«

»Hi Tobi ich wünsche dir eine wunderschöne nacht hdgggd! dottie«.

Ein Zusammenhang zwischen der Funktion der SMS (Initiativ vs. Reaktions-SMS) ist hier u.E. nach eindeutig erkennbar. Geht doch aus diesen SMS eindeutig keine Aufforderung zur Antwort hervor; sondern werden offenbar als für sich stehende Informations- oder Gruß-SMS verstanden, welche formell begonnen und abgeschlossen werden und eine Rückantwort nicht unbedingt verlangen.

Ein Blick auf die geschlechtsspezifische Verwendung von Grußworten und Höflichkeitsformeln zeigt

des weiteren, dass Frauen auf diese wesentlich mehr Wert zu legen scheinen als Männer. Die einzige Ausnahme bildet der Gruß in der Ansprache – dieser wird sowohl von Männern als auch von Frauen in je etwa 35% aller Fälle verwendet. Die

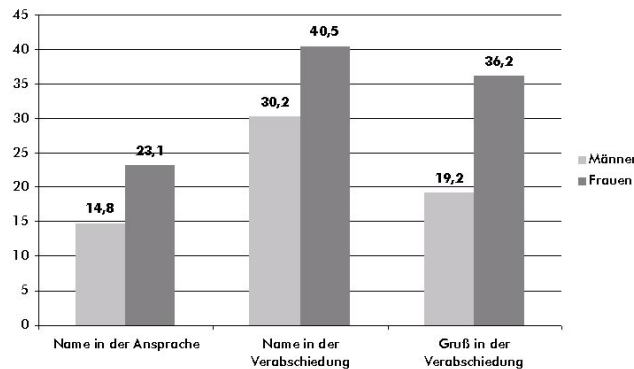


Abb. 3: Geschlecht und Höflichkeitsformeln (Angaben in %). Die Differenzen sind mit $p < .05$ in allen drei Fällen signifikant

folgende Graphik verdeutlichen dahingegen die unterschiedliche Verwendung der übrigen Formeln. Danach scheint für Männer das Grußwort in der Verabschiedung im Vergleich zu Frauen von besonders untergeordneter Bedeutung zu sein.

5.3 Inhaltliches

5.3.1 Motive der SMS-Kommunikation

Zunächst eine kurze Anmerkung zu methodischen Unterschieden dieser Kategorie und der Kategorie »Motive von SMS-Kommunikation« bei Höflich und Rössler. Letztere haben in ihrer Befragung anhand von Motivationsitems die allgemeinen Motivstrukturen für SMS-Kommunikation erhoben, während in der vorliegenden Arbeit versucht wurde, das jeweilige Motiv für eine konkrete Kurznachricht zu ermitteln. Bei Höflich landeten auf den vordersten Rängen die Motive »sich verabreden (1)«, »nach Befinden der Freunde erkundigen (2)«, »*immer erreichbar sein* (3)«, »das eigene Befinden mitteilen (4)«, »*statt telefonieren* (5)«, »Kontakt halten (6)«, »Überrückung von Distanz (7)«, »*Spaß am Kontakt* (8)« und »Langeweile vertreiben (9)«.

Es ist einleuchtend, dass hauptsächlich die kursiv gesetzten Motive eher allgemeiner und abstrakter Art sind und nicht unbedingt einem akuten Kommunikationsbedürfnis erwachsen sind, so dass sie sich einer Erhebung anhand des Datenmaterials verschließen. Alle übrigen Motive können allerdings auch aus den SMS selbst abgeleitet werden.

Die Untersuchung des Datenkorpus im Hinblick auf die Motive für die SMS-Kommunikation war für etwa jede zehnte SMS (9,5%) erfolglos. Hier musste für das Kommunikationsmotiv »nicht erkennbar« vercodet werden.

Für die analysierbaren Kurznachrichten stellte sich dann ein etwas anderes Bild als bei Höflich dar. Das erkennbar häufigste Motiv für das Verschicken einer SMS ist demnach das einfache Mitteilen eines Sachverhaltes. Insgesamt für fast ein Fünftel der Daten konnte dieses Motiv festgemacht werden (19,6%). Dieses Ergebnis lässt auf eine sehr funktional orientierte SMS-Nutzung schließen.

»He! Wusstest du, dass wir nächste Woche ein Klausur schreiben? Echt nur Schrott im TV! Wird wohl demnächst abdüsen ☹ LG M.«

»Mach mich jetzt aufn Weg. Bin gegen 19-19:30 Uhr da (je nach Stau). Simon kommt auch. Bis dann.«

Allerdings konnten die Daten die Ergebnisse Höflich in großen Bereichen auch validieren. Denn das bei Höflich auf Platz 1 rangierende Motiv »sich verabreden« landete im hannoverschen Datenkorpus mit einem Anteil von 18,0% auf Platz zwei.

»Ich kann heute erst um 16:00. Wegen Hausaufgaben. Tschüss C.F.«

Auch dieses Kommunikationsmotiv entspringt einem sehr funktionalen Bedürfnis der Kommunikation, was bedeutet, dass insgesamt fast zwei Fünftel aller SMS des Datensatzes für kurze, informationshaltige Organisations-, Abstimmungs- und Verabredungsakte genutzt wurden. Addiert man zu diesen beiden funktionalen Motiven noch die Informationsabfrage, welche mit weiteren 8,4% ins Gewicht fällt, und die Anweisung/Bitte etwas zu erledigen (6%), so zeigt sich, dass insgesamt sogar die Hälfte (52%) aller SMS rein funktionalistisch und äußerst zweckgerichtet eingesetzt wurden.

Die SMS scheint 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 (aber eben nur im Bedarfsfall) die Möglichkeit nachzuhaken. Unter ökonomischen Aspekten erfüllt die SMS ihren Zweck in diesem Fall ideal; denn ein Telefongespräch, welches diese Kommunikationsform ersetzen könnte – insbesondere wenn es im Mobilnetz geführt wird – würde im Zweifelsfall länger und damit auch teurer ausfallen. Die mündliche Kommunikation ist viel weniger Restriktionen ausgesetzt und geht oft über das intendierte Kommunikationsziel – wie beispielsweise das Mitteilen einer einzelnen Information – hinaus.

Das »Erkundigen nach Freunden«, welches bei Höflich auf Platz 2 landete, kann in dieser Untersuchung mit einem Anteil von etwa 9% den vierten Platz erreichen.

»Hi wie geht's«

»Ist dir schon wieder langweilig?«

Hingegen hat das Flirten und Bekunden liebevoller Gefühle, was über ein bloßes Kontakt halten oder Erkundigen weit hinausgeht, offenbar einen weit größeren Stellenwert. Mit 12,2% aller Kurznachrichten liegt dieses Motiv auf Platz drei.

»Wenn du eines Tages traurig bist u.Regentropfen an dein Fenster
klpfen,dann denke still bei Dir,das es Küsschen sind von mir!dg v adubd
hdwdl-my! So süß

Fasst man diese beiden Motive, welche dem Herstellen einer persönlichen Beziehung dienen sollen, mit dem ebenfalls in diese Richtung tendierenden Motiv »das eigene Befinden mitteilen (6%)« zusammen, zeigt sich, dass auch fast ein Drittel aller Kurznachrichten der Beziehungs- und Freundschaftspflege dienen.

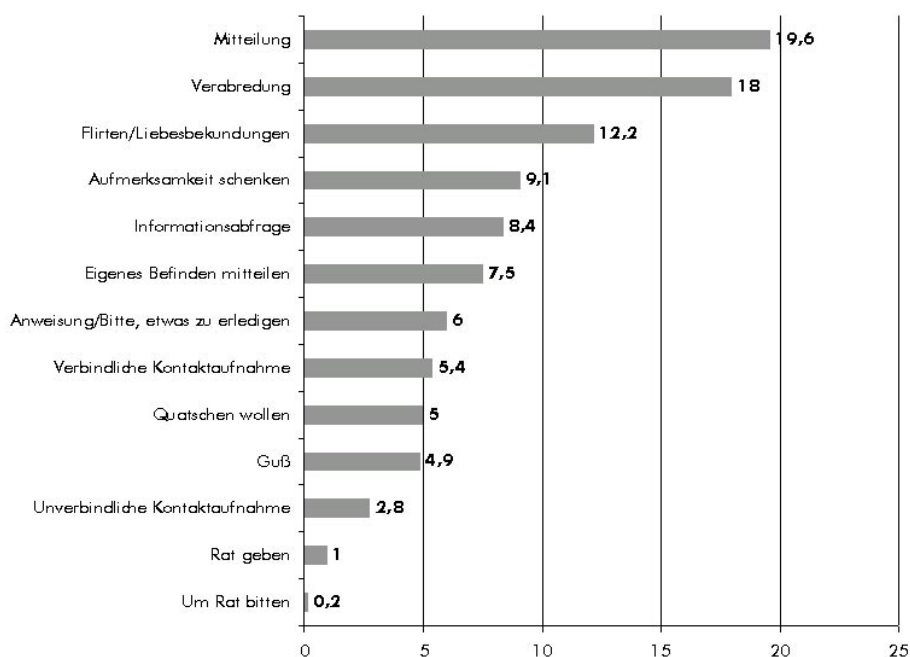


Abb. 4: Motive der SMS-Kommunikation

Die Nachricht lautet denn auch in fast allen Fällen gleich: »Hab dich lieb«, »Hab dich ganz doll lieb«, »Denk an dich« etc. Die Information ist einfach, ebenfalls unmissverständlich und schnell verschickt. In vielen Fällen wird auf diese Weise sicher auch ein längeres Telefonat gespart. Insbesondere jedoch der Aspekt der Rückversicherung scheint für diese Form der Kurznachricht von besonderer Bedeutung zu sein: Die eigene Stellung und Wichtigkeit im Freundeskreis oder beim Partner wird per SMS vor Augen geführt oder gar die Bestätigung derselben per SMS eingeholt.

SMS dient in diesem Falle demnach dem Freundschafts- und Beziehungsmanagement.

Letztendlich zeigt sich – ganz wie bei Höflich und Rössler – eine fast bipolare Motivstruktur der SMS-Kommunikation, welche sich zunächst durch die (besonders präferierte) nüchtern-funktionelle Nutzungsmöglichkeit auszeichnet aber auch die Möglichkeit der schnellen Herstellung persönlicher Momente quasi »zwischen-durch« bieten. Höflich und Rössler sprechen in diesem Zusammenhang vom Rückversichern der gegenseitigen Zuneigung und von perpetueller Kontaktpflege.

5.3.2 Themen der SMS-Kommunikation

In dieser Kategorie entzogen sich 13,2% der Kurznachrichten einer genaueren Analyse durch die Codierer, da eine genaue Bestimmung der SMS Thematik nicht festzumachen war.

Das Diagramm (vgl. Abb. 5) zeigt nun ein überaus eindeutiges Bild darüber, mit welchen sich die analysierbaren SMS thematisch beschäftigen. Mit Abstand die wichtigsten Themen sind »Freizeitplanung/Termin (21,5%)« und »Liebe/Partnerschaft/Freundschaft (17,6%)«. Mit einer Differenz von acht und mehr Prozentpunkten landen auf den nächsten Plätzen die Themen »Schule/Studium/Beruf (9,2%)«, »SMS-Gedichte/Ketten-SMS (8,2%)¹¹« und Themen rund ums Telefonieren und SMS (7,8%). Alle übrigen Themen fallen mit 5% Anteil und weniger stark ins Gewicht.

Hier zeigt sich nun thematisch erneut ganz eindeutig, wie wichtig und offenbar besonders praktisch das Verabreden, das Abstimmen von Terminen, Vereinbaren von Ort und Zeit, Verschieben von Zeitpunkten etc. per SMS ist; denn gut ein Fünftel aller untersuchten Kurznachrichten diente diesem Zweck. Diese Zahl deckt sich natürlich mit den fast 20% der SMS, für welche bereits das Motiv des »Verabredens« ausgemacht werden konnte.

Und auch das zweitstärkste Thema der Liste »Liebe/Partnerschaft/Beziehung« stimmt mit dem ähnlich starken Motiv des »Flirtens/Liebesbekundung« überein, wobei hier die nicht vollkommen übereinstimmenden Prozentwerte leicht dadurch zu erklären ist, dass das Thema Liebe/Partnerschaft eben nicht unbedingt aus liebevollen Motiven heraus besprochen werden muss.

Interessanterweise spielt dann das Thema »Schule/Beruf/Studium« innerhalb der SMS-Kommunikation mit 9% Anteil eine sehr große Rolle. Besonders plausibel

erscheint dieses Ergebnis vor dem Hintergrund, dass das Kommunikationsmittel SMS zu einem echten Alltagsmedium geworden ist. Als solches eignet es sich natürlich besonders gut zur Kommunikation über Alltäglichkeiten, zu denen Ausbildung und Beruf in jedem Falle gehören. Darüber hinaus bietet dieser Themenbereiche offenbar genug Mitteilungsbedürfnis bzw. stellt ein Mitteilungspotential dar, welches per SMS leicht bedient werden kann.

»Hi jo, hoffe dien klausur war ok, lg«

»Moin Tina, Du weist nicht zufällig ob morgen GIS stattfindet oder ob Duttmann so gnädig ist und nix stattfindet? Jens«

Interessant ist es weiterhin, dass sowohl das Telefonieren und »Simsen« als auch das Mobiltelefon an sich ein wichtiges Thema ist, über welches per SMS kommuniziert

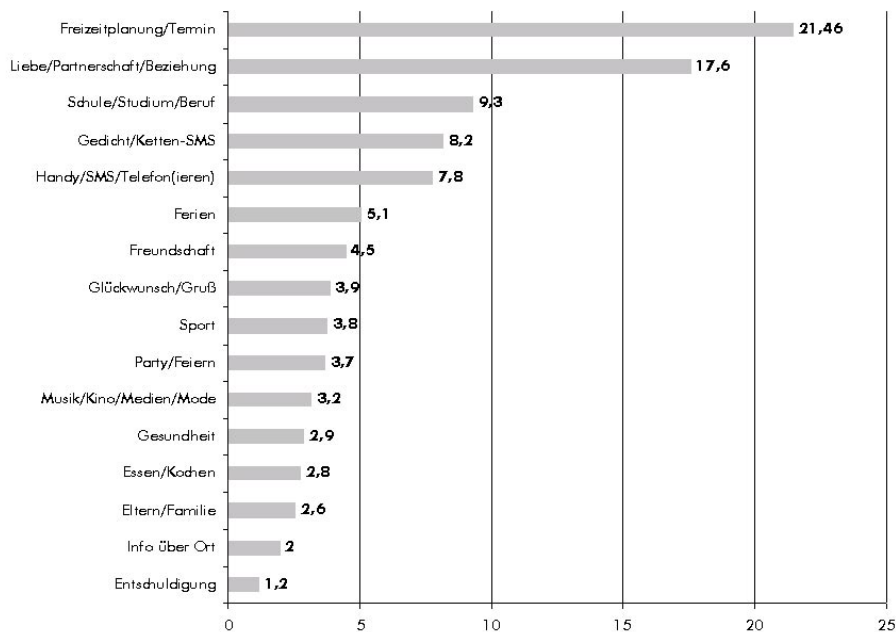


Abbildung 5: Themen der SMS-Kommunikation. (Zur Interpretation dieses Diagramms: Es konnten pro SMS zwei Themen [Hauptthema + Nebenthema] vercodet werden, was auch für insgesamt 370 der 682 SMS geschah. In diesem Diagramm ist eine Zusammenfassung beider Themen dargestellt. Nur über diese Darstellung wird die besondere Bedeutsamkeit der beiden Top-Themen deutlich.)

wird. Per Kurzmitteilung wird mitgeteilt, dass die »Karte leer« war, so dass man keine SMS verschicken oder vom Mobiltelefon aus anrufen konnte, dass man später

anrufen wird oder dass der andere einem zu einem bestimmten Zeitpunkt eine SMS schicken soll. So wird im Alltag sogar das Kommunikationsverhalten per SMS organisiert.

»Na, kleines Finchen! Schickst du mir eine SMS, wenn du zu hause Bist? dein Schatz.«

»So ein Zufall! Deine SMS kam gerade als ich meine abgeschickt habe: Jetzt noch mal ☺ GDDanken koennen halt doch fliegen! A«

»Ruf mich bitte man an unter der Nummer die mitgesendet wird an. Gruß Marisa«

5.3.3 Sonderform der SMS: Gedichte und Ketten-SMS

Unter dem Begriff SMS-Gedicht und Ketten-SMS wurden alle SMS zusammengefasst, die in sich mehr oder weniger reimenden Versen abgefasst wurden, (die Inhalte gehen dabei vom Romantischem bis hin zum Komischen) sowie sogenannte Ketten-SMS, welche eine Aufforderung beinhalten, die erhaltene Kurznachricht an andere Personen weiterzuschicken. Dieses Phänomen entspricht dem klassischen Ketten-Brief oder auch der Ketten-Email und ist offenbar auch für SMS eine beliebte Kommunikationsform.

Besonders spannend erschien uns in diesem Zusammenhang 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. Dabei muss natürlich betont werden, dass ein Großteil der analysierten Gedichte ganz offenbar nicht von den Absendern selbst verfasst wurde, sondern auf z.T. bekannten bzw. vorgefertigten Sprüchlein und Versen beruht.

«Ok. Cu later aligator, cu soon in camerun... oder after while crocodile...*s* guts nächtle!»

«Habe letzte Nacht meinen Schutzengel zu DIR geschickt. Nach 5 Minuten kam er zurück. Ich fragte wieso: Er lächelte und sagte, ein Engel brauche keinen Schutzengel«

»Als ich eine Rose brach und mir in den Finger stach, hab ich mit Blut geschrieben ich werde dich für immer lieben! Write Back please«

Alter und Themen

Auffällig für diese SMS-Form ist weiterhin, dass die Verfasser (sowie generell die Verfasser von Liebes- und Partnerschafts-SMS) mit durchschnittlich um die 20 Jahren besonders jung sind. Es scheint hier eine deutliche Korrelation zwischen Alter und Thematik zu bestehen. Dahingegen sind Themen wie »Eltern und Familie«, »Gesundheit« oder »Party/Feiern« Bereiche, über welche eher die älteren »Simser« kommunizieren, während die Jüngeren hier deutlich zurückhalten.

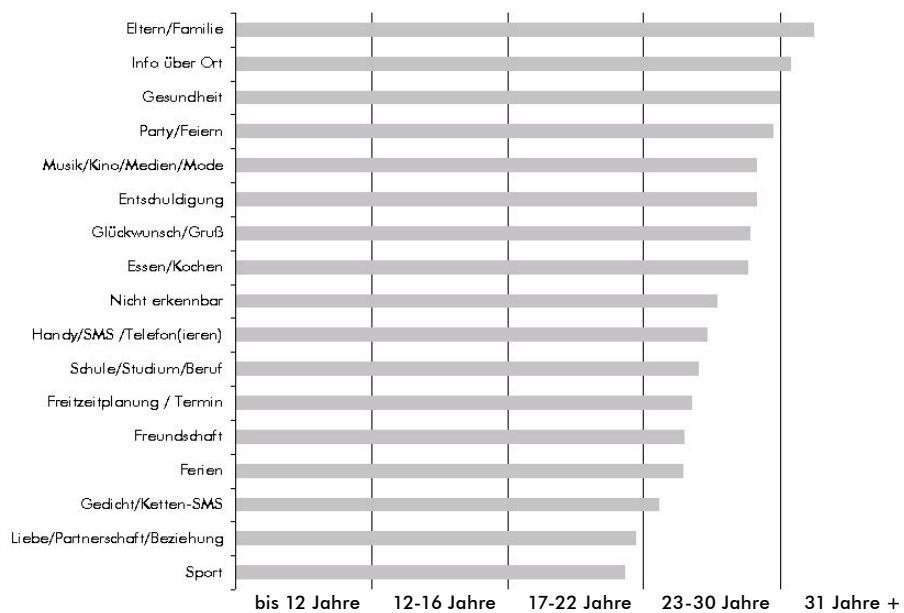


Abb. 6: Alter und Themen

Geschlecht und Themen

Ebenso wie typische Themen in den verschiedenen Altersgruppen gibt es auch geschlechtsspezifische Themen, die bei näherem Hinsehen geradezu klischeehaft

erscheinen. Denn während die einzigen SMS (n=8), welche sich der Thematik »Essen/Kochen« beschäftigen, ausnahmslos von Frauen verfasst wurden, wurden alle SMS-Entschuldigungen von Männern verfasst. Und auch das Gedicht oder die Liebesbekundung per SMS scheint (vgl. Abb. 6) – neben der Tatsache, dass die Jüngeren in diesem Bereich sehr aktiv sind – auch eine eher männliche Domäne zu sein.

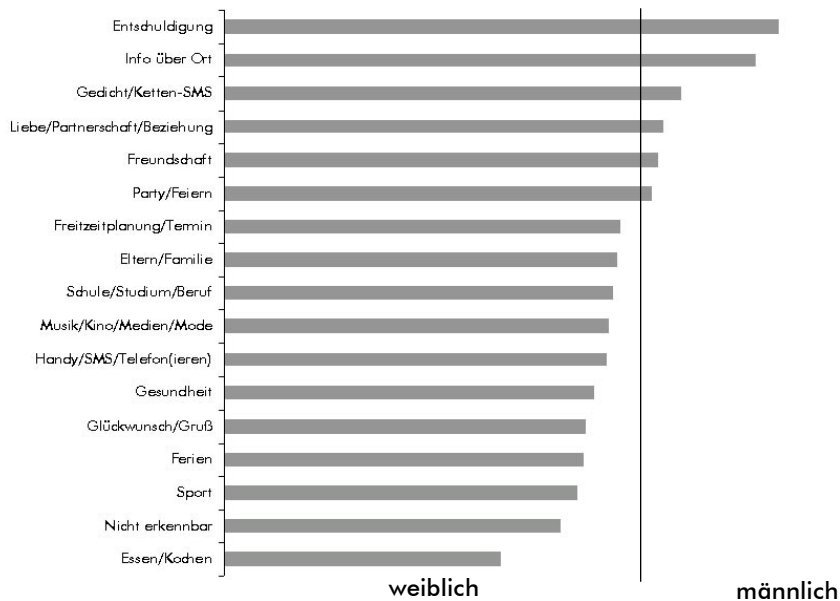


Abb. 7: Themen und Geschlecht

5.3.4 Problematisierungsgrad der besprochenen Themen

Das nachfolgende Diagramm zeigt, dass fast zwei Drittel aller Kurznachrichten (59,8%) in einer nüchtern/neutralen Tonalität verfasst wurden. Dies spricht dafür, dass dieses Kommunikationsmittel tatsächlich überwiegend für organisatorische und/oder informative Zwecke verwendet wird, wie es bereits in der Auswertung der Motiv-Strukturen anklang (vgl. Kapitel 5.3.1).

»Was machst du am Freitag?«

Als zweithäufigste emotionale Färbung der Kurznachrichten lässt sich mit knapp einem Viertel der Nachrichten (23,1%) eine liebevolle Tonalität feststellen. Auch dieses häufige Vorkommen von liebevollen Nachrichten stimmt mit der Themen- und Motivstruktur des Korpus überein.

»Hey Claudia! Du bist echt ne liebe Frau Denke oft an Dich! HAB DICH LIEB*PS LASS DEN KOPF NICHT HÄNGEN*GRUSS KUSS JAN*

»Hi Süsse, ich bin total brav u gehe heute auch nicht mehr weg. Haben grad gegrillt. Vermisse sich total. Grüße an alle und dich umarme ich.«

Kurznachrichten hingegen, welche eine echte Problematisierung, also das Besprechen von Problemen, das Einholen eines Rates oder eine Stellungnahme zu einem bestimmten Thema verlangen oder gar Elemente eines Streits oder Vorwürfe erkennen lassen, sind insgesamt in nur knapp 13% aller Fälle erkennbar.

Vollidiot kannst mich mal !!!

»Ein rabenschwarzer Tag heute ☹ Werds ihm ausrichten ☹ alles klar bei dir? Freue mich auf unser date am fr ☺ einen stressfreien Tag wünsche ich, GuK, Me«

Dieses Ergebnis deckt sich mit den Zahlen Höflich und Rösslers (2001), welche belegen, dass das Motiv »Probleme besprechen« nur von etwa 20% der befragten Jugendlichen als wichtiges Motiv zur Kommunikation per SMS benannt wurde. Somit konnte eindeutig gezeigt werden, dass SMS-Kommunikation nur sehr selten für tiefgreifendere, komplexe Gespräche genutzt wird, sondern vorwiegend für kurze organisatorische Inhalte, einfache Absprachen und Grüße genutzt wird. Als Grund hierfür

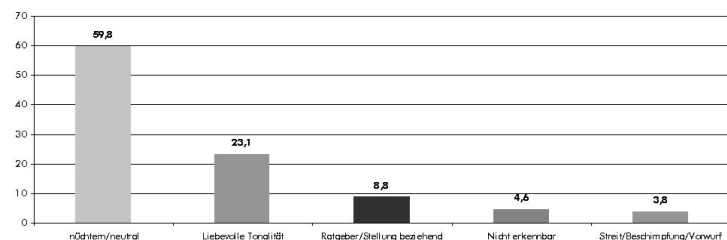


Abb. 8: Problematisierungsgrad

liegt natürlich die eingeschränkte Komplexität von SMS-Nachrichten auf der Hand. Zwar wird durch den Einsatz von Emoticons die jeweilige Bedeutung der Nachricht verstärkt oder z.T. erst eindeutig decodierbar gemacht, doch reicht dies offenbar noch längst nicht aus, um ein persönliches Gespräch, welches neben der reinen Wortinformation auch die nonverbalen Botschaften wie Stimmlage, Gestik, Mimik etc. enthält, zu ersetzen.

6 FAZIT

Abschließend sollen zwei der herausgearbeiteten Merkmale von SMS-Kommunikation, welche uns innerhalb der Fülle von Ergebnissen am wichtigsten und interessantesten erschienen, kurz erneut aufgegriffen werden. Die erste bezieht sich auf die kommunikativen Einsatzmöglichkeiten von SMS, die zweite auf den geschlechtsspezifischen Umgang mit dieser Kommunikationsform:

6.1 Nüchterne Funktionalität versus Romantik

Besonders frappierend erschien während der Analyse die Erkenntnis, dass es nur sehr wenig wirklich wichtige Anwendungsmotive bzw. Kommunikationsthemen gibt, für welche das »Simsen« eine echte Rolle spielt; und dass die zwei Hauptgründe für diese Kommunikationsform inhaltlich und funktionell kaum unterschiedlicherer Natur sein könnten: Denn während die Hauptmotivation der SMS-Kommunikation in der nüchternen Organisation und Strukturierung des Alltags zu finden ist (Verabredungen, Terminabsprachen etc.), so ist die zweitwichtigste Funktion das Verschicken von Liebesbotschaften, das Rückversichern von Gefühlen, das Kontakthalten zu Freunden – kurz die Beziehungspflege. Und liegt für das zuerst genannte Motiv die Eignung der SMS mit ihrem geringen Formulierungsspielraum bei gleichzeitig größtmöglicher Mobilität geradezu auf der Hand liegt, so erscheint doch das Romantisieren per SMS zunächst gerade ob der kommunikativen Restriktionen eher wenig naheliegend.

Gerade dieses restriktive Element jedoch scheint für die SMS in beziehungspfleger Funktion auch Vorteile mit sich zu bringen. Einen Erklärungsansatz dazu lieferte Norbert Christoff, Psychologe am Zentrum für Partnerschaft und sexuelle Gesundheit in Hannover, der Zeit (Benning, 2002¹²):

»Früher war der Mensch in Beziehungen auf materielle Sicherheit aus. Heute will er Selbstbestätigung. Am wohlsten fühlt er sich, wenn er so gesehen wird, wie er sich selbst gern sieht. Das Handy ist eine gute Bühne für die Selbstinszenierung. Bei einem realen Treffen erhalten die Beteiligten viel mehr Informationen gleichzeitig. Hat man nur einen Kanal, fällt es leicht, sich zu idealisieren. Das steigert den Reiz.« Egal in welcher physisch-psychischen Verfassung man sich demnach gerade befindet, ob man sich schlecht fühlt oder gerade den Partner betrügt – per SMS ist schnell eine Liebesbestätigung verschickt oder eingefordert, die ohne große Diskussionen oder Zweifel auskommt.

6.2 Geschlechtsspezifische Nutzung

Männer scheinen die kurze Liebesbotschaft via SMS ganz besonders zu schätzen. Doch das ist nicht der einzige deutliche Unterschied, der in Bezug auf das »Simsen« zwischen den Geschlechtern besteht. Auch zur Formulierung von Botschaften in Versform (oder vielmehr zum Verschicken von im Web oder in Büchern enthaltener Sprüchlein und Verse) neigen eher die männlichen »Simser«. Unter Berücksichtigung der obigen Ausführungen könnte demnach der Schluss gezogen werden, dass die bequeme, wenig Konsequenzen nach sich ziehende Form der Pflege der Beziehungspflege und/oder des Flirtens Männern besonders gelegen kommt und von ihnen deshalb in besonderem Maße genutzt wird.

Und auch im Formulieren von Kurznachrichten zeigen sich deutliche Unterschiede, welche im Zusammenhang mit den übrigen Beobachtungen plausibel erscheinen: Männer schreiben allgemein kürzer und halten sich weniger mit Höflichkeitsformeln und -floskeln auf. Sie reden nicht lange um eine Thema herum, sondern kommen direkt zum Kern der Sache: *»Wo bist du, was machst du, hier ist nix los.«* Insbesondere diese gefunden Geschlechterunterschiede erschienen während der Analyse sehr interessant und werfen Fragen auf, welche es in zukünftigen Untersuchungen näher zu beleuchten gelten sollte. Denn die Inhaltsanalyse kann zwar den Status quo beschreiben und die wissenschaftliche Interpretation kann Erklärungsansätze liefern; doch für fundierte Erklärungen wäre eine kommunikative Validierung mit den SMS-Verfassern vonnöten, welche in diesem Kontext nicht geleistet werden konnte, zur Klärung des »WARUM« allerdings mit Sicherheit einen wertvollen Beitrag liefern könnte.

ANMERKUNGEN

- ¹ Höflich, J.R. (2001) Das Handy als persönliches Medium. Zur Aneignung des Short Message Service (SMS) durch Jugendliche. *kommunikation@gesellschaft* 2. Online: http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B1_2001_höflich-pdf. Zugegriffen: 17.12.01.
- ² Höflich, J.R., & Rössler, P. (2001). Jugendliche und SMS. *Gebrauchsweisen und Motive*. Zusammenfassung der ersten Ergebnisse. Unveröffentlichtes Manuskript: Universität Erfurt.
- ³ Döring, N. (2001). SMS in der Partnerschaft als Medium der Kontrolle. Unveröffentlichte Seminararbeit an der TU Ilmenau.
- ⁴ Gergen, K. (2000). Die Gegenwart des Abwesenden. Ist das Handy ein Medium für menschliche Nähe? *Psychologie heute*, o.Jg.(8), 36-40.
- ⁵ Schlobinski, P., Fortmann, N., Groß, O., Hogg, F., Horstmann F., & Theel, R. (2001). Simsen. Eine Pilotstudie zu sprachlichen und kommunikativen Aspekten in der SMS-Kommunikation. *Networx* 22. Online: <http://www.websprache.net/networx/docs/networx-22.pdf>. Zugegriffen am 20.03.2002.
- ⁶ Dürscheid, C. (2001). E-Mail und SMS – ein Vergleich.
- ⁷ Androutsopoulos, J. & Schmidt, G. (2001). SMS-Kommunikation: Ethnographische Gattungsanalyse am Beispiel einer Kleingruppe. Institut für Deutsche Sprache, Köln: Unveröffentlichtes Manuskript.
- ⁸ Kromrey, H. (1998). *Empirische Sozialforschung* (8., durchgehend überarbeitete und erweiterte Auflage). Opladen: Leske+Budrich.
- ⁹ Friedrichs, J. (1980). *Studium Sozialwissenschaften, Band 28: Methoden empirischer Sozialforschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- ¹⁰ Als Emoticon werden Zeichen-Kombinationen vorwiegend aus Kommata, Punkten, Semikola etc. bezeichnet, welche als symbolische Abkürzung für eine Emotion im Bereich der SMS aber auch von E-Mails und anderer digitaler Kommunikationsformen. verwendet werden. Am verbreitetsten ist das Emoticon »☺«, welches für Freude und Sympathie steht.
- ¹¹ Die SMS-Form Gedicht oder Ketten-SMS, welche zwar innerhalb dieser Kategorie erhoben wurden, aber vielmehr eine Stil- als eine Inhaltsfrage darstellt, wird unter 5.3.3 näher behandelt.
- ¹² Benning, M. (März, 2002). Flirttool und Foltermaschine. *Die Zeit*, o.Jg.(11) Online: http://www.zeit.de/2002/11/Media/print-200211_c-handy-beziehung.html, zugegriffen am 19.03.2002.

ANHANG

FORMALIEN EINZEL-SMS

Variable		Ausdruck	Nr.	Kommentar
Nr.	Bezeichnung			
0	SMS ist analysierbar	Ja	1	Falls die SMS nicht analysierbar ist, wird der Rest der Tabelle nicht ausgefüllt
		Nein	2	
1	Korpus	Hannover	1	
		Osnabrück	2	
2	SMS-Nummer	Nr.		
3	Worttrennung	Leerzeichen	1	
		ohne	2	
4	Wortanzahl			Bei Leerzeichen: Alle durch Leerzeichen getrennten Worte Ohne Leerzeichen: Identifikation nach Sinneinheiten

FORMELLE EINLEITUNG/ANSPRACHE

Variable		Ausdruck	Nr.	Kommentar
Nr.	Bezeichnung			
5	Namensnennung in der Ansprache	Ja	1	
		Nein	2	
6	Grußwort in der Ansprache	Ja	1	
		Nein	2	

ANHANG

FORMELLE VERABSCHIEDUNG

Variable		Ausdruck	Nr.	Kommentar
Nr.	Bezeichnung			
7	Namensnennung in der Verabschiedung	Ja	1	
		Nein	2	
8	Grüßwort in der Verabschiedung	Ja	1	
		Nein	2	

DAS WICHTIGSTE AUS DER SMS ERKENNBARE MOTIV

Variable		Nr.	Kommentar
Nr.	Bezeichnung		
10	Verbindliche Kontaktaufnahme	1	Wo bist du, was machst du etc.
	Unverbindliche Kontaktaufnahme	2	Hallo, klopf, klopf
	Aufmerksamkeit für sich bekommen, Befinden mitteilen	3	Mit geht's grad...
	Aufmerksamkeit schenken, nach Befinden erkundigen	4	Wie geht' dir?
	Quatschen wollen	5	Hast du gehört... übrigens hat xyz...
	Verabredung	6	Lass uns morgen treffen
	Flirten/Liebesbekundungen	7	
	Informationsabfrage, die per SMS geschehen soll	8	wie ist die Nummer von xyz?
	Anweisung/Bitte, etwas zu erledigen	9	ruf mich an
	Um Rat bitten	10	was würdest du jetzt tun?
	Rat geben	11	an deiner Stelle
	Nicht erkennbar	12	

BIBLIOGRAFIE

- Androutsopoulos, J. & Schmidt, G. (2001). SMS-Kommunikation: Ethnographische Gattungsanalyse am Beispiel einer Kleingruppe. Institut für Deutsche Sprache, Köln: Unveröffentlichtes Manuskript.
- Benning, M. (März, 2002). Flirttool und Foltermaschine. *Die Zeit*, o.Jg.(11) Online: http://www.zeit.de/2002/11/Media/print-200211_c-handy-beziehung.html, zugegriffen am 19.03.2002.
- Döring, N. (2001). SMS in der Partnerschaft als Medium der Kontrolle. Unveröffentlichte Seminararbeit an der TU Ilmenau.
- Dürscheid, C. (2001). E-Mail und SMS – ein Vergleich.
- Friedrichs, J. (1980). *Studium Sozialwissenschaften*, Band 28: Methoden empirischer Sozialforschung. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Gergen, K. (2000). Die Gegenwart des Abwesenden. Ist das Handy ein Medium für menschliche Nähe? *Psychologie heute*, o.Jg.(8), 36-40.
- Höflich, J.R. (2001) Das Handy als persönliches Medium. Zur Aneignung des Short Message Service (SMS) durch Jugendliche. *kommunikation@gesellschaft 2*. Online: http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B1_2001_höflich-pdf. Zugegriffen: 17.12.01.
- Höflich, J.R., & Rössler, P. (2001). Jugendliche und SMS. *Gebrauchsweisen und Motive*. Zusammenfassung der ersten Ergebnisse. Unveröffentlichtes Manuskript: Universität Erfurt.
- Kromrey, H. (1998). *Empirische Sozialforschung* (8., durchgehend überarbeitete und erweiterte Auflage). Opladen: Leske+Budrich.
- Schlobinski, P., Fortmann, N., Groß, O., Hogg, F., Horstmann F., & Theel, R. (2001). *Simsen. Eine Pilotstudie zu sprachlichen und kommunikativen Aspekten in der SMS-Kommunikation*. *Networx 22*. Online: <http://www.websprache.net/networx/docs/networx-22.pdf>. Zugegriffen am 20.03.2002.

ALLE NETWORK ARBEITEN IM ÜBERBLICK

Network Einführung

Jens Runkehl, Peter Schlobinski & Torsten Siever
Sprache und Kommunikation im Internet (Hannover, 1998)
Bereich: Websprache, Medienanalyse

Network Nr. 1

Lena Falkenhagen & Svenja Landje
Newsgroups im Internet (Hannover, 1998)
Bereich: Websprache

Network Nr. 2

Gisela Hinrichs
Gesprächsanalyse Chatten (Hannover, 1997)
Bereich: Websprache, Medienanalyse

Network Nr. 3

Julian Hohmann
Web-Radios (Hannover, 1998)
Bereich: Websprache

Network Nr. 4

Silke Santer
Literatur im Internet (Hannover, 1998)
Bereich: Websprache

Network Nr. 5

Peter Schlobinski
Pseudonyme und Nicknames (Hannover, 1998)
Bereich: Websprache, Medienanalyse

Network Nr. 6

Jannis K. Androutopoulos
Der Name @ (Heidelberg, 1999)
Bereich: Websprache

Network Nr. 7

Laszlo Farkas & Kitty Molnár
Gäste und ihre sprachlichen Spuren im Internet (Hannover, 1999)
Bereich: Websprache

Network Nr. 8

Peter Schlobinski & Michael Tewes
Graphentheoretisch fundierte Analyse von Hypertexten (Hannover, 1999)
Bereich: Websprache, Medienanalyse

Network Nr. 9

Barbara Tomczak & Cláudia Paulino
E-Zines (Hannover, 1999)
Bereich: Websprache

Network Nr. 10

Katja Eggers et al.
Wissenstransfer im Internet – drei Beispiele für neue wissenschaftliche Arbeitsmethoden (Hannover, 1999)
Bereich: Websprache, Medienanalyse

Network Nr. 11

Harald Buck
Kommunikation in elektronischen Diskussionsgruppen (Saarbrücken, 1999)
Bereich: Websprache

Network Nr. 12

Uwe Kalinowsky
Emotionstransport in textuellen Chats (Braunschweig, 1999)
Bereich: Websprache

Network Nr. 13

Christian Bachmann
Hyperfictions – Literatur der Zukunft? (Zürich, 1997)
Bereich: Websprache

Network Nr. 14

Peter Schlobinski
Anglizismen im Internet (Hannover, 2000)
Bereich: Websprache, Medienanalyse

Network Nr. 15

Marijana Soldo
Kommunikationstheorie und Internet (Hannover, 2000)
Bereich: Websprache, Medienanalyse

Network Nr. 16

Agnieszka Skrzypek
Werbung im Internet (Hannover, 2000)
Bereich: Websprache, Werbesprache

Network Nr. 17

Markus Kluba
Der Mensch im Netz. Auswirkungen und Stellenwert computervermittelter Kommunikation (Hannover, 2000)
Bereich: Websprache

Network Nr. 18

Heinz Rosenau
Die Interaktionswirklichkeit des IRC (Potsdam, 2001)
Bereich: Websprache

ALLE NETWORX-ARBEITEN IM ÜBERBLICK

Networx Nr. 19

Tim Schönefeld
Bedeutungskonstitution im Hypertext (Hamburg, 2001)
Bereich: Websprache, Medienanalyse

Networx Nr. 20

Matthias Thome
Semiotische Aspekte computergebundener Kommunikation (Saarbrücken, 2001)
Bereich: Websprache, Medienanalyse

Networx Nr. 21

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

Networx Nr. 22

Peter Schlobinski et al.
Simsen. Eine Pilotstudie zu sprachlichen und kommunikativen Aspekten in der SMS-Kommunikation (Hannover, 2001)
Bereich: Websprache, Handysprache

Networx Nr. 23

Andreas Herde
www.du-bist.net. Internetadressen im werblichen Wandel (Düsseldorf, 2001)
Bereich: Websprache, Werbesprache

Networx Nr. 24

Brigitte Aschwanden
»Wär wot chätä?« Zum Sprachverhalten deutschschweizerischer Chatter (Zürich, 2001)
Bereich: Websprache, Medienanalyse

Networx Nr. 25

Michaela Storp
Chatbots. Möglichkeiten und Grenzen der maschinellen Verarbeitung natürlicher Sprache (Hannover, 2002)
Bereich: Websprache, Werbesprache, Medienanalyse

Networx Nr. 26

Markus Kluba
Massenmedien und Internet – eine systemtheoretische Perspektive (Hannover, 2002)
Bereich: Websprache, Medienanalyse

Networx Nr. 27

Melanie Krause & Diana Schwitters
SMS-Kommunikation – Inhaltsanalyse eines kommunikativen Phänomens (Hannover, 2002)
Bereich: Handysprache