



NET.WORX

DIE ONLINE-SCHRIFTENREIHE DES PROJEKTS SPRACHE@WEB

Samuel Spycher

»I schribdr de no...«

Schweizerdeutsche Umgangsformen
in der SMS-Kommunikation

2004

Nr. 36

@

∞

📱

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

Prof. Dr. Jannis Androutsopoulos (Universität Hannover), für den Bereich **websprache** & **medienanalyse**.

Prof. Dr. Christa Dürscheid (Universität Zürich), für den Bereich **handsprache**.

Prof. Dr. Nina Janich (Universität Darmstadt), 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

Einsendung von Manuskripten

Beiträge und Mitteilungen sind an die folgende E-Mail-Adresse zu richten:
networx@mediensprache.net

Hinweis zur Manuskripteinsendung

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. April 2004

ZU DIESER ARBEIT

Autor & Titel

Samuel Spycher: „I schribdr de no...“ Schweizerdeutsche Umgangsformen in der SMS-Kommunikation.

Version

1.1

Bibliografische Aufnahme

Samuel Spycher (2004): „I schribdr de no...“ Schweizerdeutsche Umgangsformen in der SMS-Kommunikation <<http://www.mediensprache.net/networx/networx-36.pdf>>. In: *Networx*. Nr. 36. ISSN: 1619-1021. Rev. 2004-05-26.

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 Dienstanschrift sowie eine Telefonnummer für evtl. Rückfragen einreichen.

Korrekturverfahren

Die Redaktion behält sich Änderungswünsche am Manuskript vor.



Info zu:

→ NET.WORX-Qualität

→ NET.WORX-Homepage

DANKSAGUNG

Besonderer Dank für die Hilfe bei der Arbeit geht an Frau Prof. Christa Dürscheid und an Herrn Prof. Peter Schlobinski, die die Ursprungsversion überarbeitet, viele Hinweise gegeben und so die Publikation ermöglicht haben.





INHALTSVERZEICHNIS

DANKSAGUNG	3
1 EINLEITUNG	7
1.1 Hintergrund.....	7
1.2 Technische Grundlagen.....	8
1.3 Forschungsstand.....	9
2 FRAGEBOGENANALYSE	10
2.1 Vorgehensweise	10
2.2 Fragen zu SMS	10
2.3 Fragen zum Schreibverhalten.....	11
2.4 Fragen zu SMS-Diensten	13
3 KORPUSANALYSE	15
3.1 Vorgehensweise	15
3.2 Inhaltliche Analyse	16
3.3 Sprachliche Analyse.....	16
3.3.1 Allgemeines	16
3.3.2 Abweichungen von der Schriftnorm.....	17
3.3.2.1 <i>Verwendung von Grussformeln</i>	17
3.3.2.2 <i>Graphische und stilistische Besonderheiten</i>	20
3.3.2.3 <i>Schweizerdeutsche Besonderheiten</i>	21



INHALTSVERZEICHNIS


4	SCHLUSSFOLGERUNGEN	27
5	ANMERKUNGEN	28
6	ANHANG: FRAGEBOGEN	29
7	BIBLIOGRAFIE	34
	ALLE NETWORKX-ARBEITEN IM ÜBERBLICK	35

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.

Die Herausgeber, 2004

1 EINLEITUNG

1.1 Hintergrund

Das Bedürfnis nach Nähe und zwischenmenschlichem Kontakt drückt sich unter anderem in den ausserordentlichen Wachstumsraten der neuen Kommunikationsmittel aus. Ausgehend von den skandinavischen Ländern hat sich die mobile Telekommunikation rasch über ganz Europa ausgebreitet. In der Schweiz stieg die Durchdringungsrate zwischen Ende 1992 und Ende 2002 von 3 auf 75% der Bevölkerung, so dass es heute mehr Mobilfunk- als Festnetzanschlüsse gibt.¹

SMS (Short Message System) war zunächst ein unbeabsichtigtes Nebenprodukt des Mobilfunks. Die erste Kurzmitteilung wurde 1992 in Grossbritannien verschickt. Ursprünglich von den Mobilfunkbetreibern gedacht, um ihren Kunden Informationen zukommen zu lassen, wurde SMS rasch eine eigenständige Kommunikationsform. Vor allem Jugendliche entdeckten schnell die verschiedenen Vorteile, die SMS bietet, und verhalfen so dem neuen Medium zu einer beträchtlichen Popularität.² Besonders beliebt ist dabei das Versenden von Glückwünschen oder Grüssen an Festtagen. So wurden über Neujahr 2004 in der Schweiz 66,4 Millionen SMS verschickt.³


1.2 Technische Grundlagen

Die SMS-Technologie ermöglicht das Versenden und Empfangen von Textnachrichten unter Mobiltelefonen. Die Länge der Kurzmitteilung ist bei handelsüblichen Geräten aus Kapazitätsgründen auf 160 alphanumerische Zeichen beschränkt (inklusive Leerstellen). Mit Mobiltelefonen der neusten Generation ist es jedoch möglich, mehrere Nachrichten zusammenzuhängen und gemeinsam zu versenden. Der Text wird mit Hilfe der Handytastatur eingegeben, was das Schreiben relativ umständlich macht: Mehrfachbelegung ermöglicht die Verteilung aller Buchstaben, Zahlen und Sonderzeichen auf die zwölf Tasten der Tastatur (zehn Zifferntasten »0-9« und zwei Zusatztasten). So muss die Taste »2« dreimal hintereinander gedrückt werden, um den Buchstaben »C« zu erhalten. Für die Zeichenfolge »ciao« [4 Zeichen] muss folgende Tastenreihe gedrückt werden: »2224442666« [10 Tasteneingaben]. In neuen Handy-Modellen unterstützt die Eingabehilfe T9 das Verfassen von Nachrichten. Die T9-Software bietet auf der Basis von neun Zifferntasten nach dem einmaligen Tippen jeder Taste automatische Wortergänzungen an, welche jedoch teilweise korrekturbedürftig sind. Somit kann »ciao« mit vier Tasteneingaben geschrieben werden: »2426«. Gross- und Kleinschreibung sind meist funktional bedingt und müssen extra eingestellt werden: Das Handy lässt sich so einrichten, dass der ganze Text durchgehend gross oder klein geschrieben wird. Einige neue Telefone unterstützen die korrekte Gross- und Kleinschreibung, indem z.B. nach jedem Punkt oder Frage- bzw. Ausrufezeichen automatisch der erste Buchstabe des nächsten Wortes gross geschrieben wird.

Die verfasste Kurzmitteilung wird vom Mobiltelefon aus zunächst an eine SMS-Zentrale geschickt und von dort an den Empfänger weitergeleitet. Falls der Empfänger nicht erreichbar ist, weil er z.B. sein Handy ausgeschaltet hat, wird die Nachricht in der Zentrale zwischengespeichert und sobald als möglich verschickt. Die SMS-Kommunikation ist also eine indirekte Kommunikation. Die Nachrichten werden

jedoch im Allgemeinen innerhalb von Sekunden übermittelt, so dass zwischen zwei Personen dennoch eine Art Dialog entstehen kann. Diese Art Kommunikation ist vergleichbar mit dem Schreiben von Zettelchen unter der Schulbank.

1.3 Forschungsstand

Obwohl der SMS-Kommunikation in der Forschung mittlerweile eine beträchtliche Aufmerksamkeit geschenkt wird (vgl. →  www.mediensprache.net/de/handysprache/), ist die SMS-Kommunikation in der Schweiz bisher noch weitgehend unerforscht. Die vorliegende Arbeit ist somit ein erster Versuch, die Schweizer Verhältnisse in der SMS-Kommunikation zu analysieren. Die Studie besteht aus einer Fragebogenanalyse und der Untersuchung eines SMS-Korpus. Natürlich können die empirischen Daten nicht repräsentativ und allgemeingültig sein. Die Arbeit zeigt jedoch auf, welche sprachlichen Umgangsformen zurzeit von Schweizer Jugendlichen in der SMS-Kommunikation verwendet werden. Somit kann die Arbeit eine Anregung für weiterführende Untersuchungen sein.

2 FRAGEBOGENANALYSE

2.1 Vorgehensweise

Im Rahmen der Datenerhebung wurden zwischen Dezember und Januar 2004 an der Kantonsschule Solothurn 33 Personen befragt. Alle Probanden (10 Schüler und 23 Schülerinnen) waren zwischen 17 und 21 Jahre alt und besuchten zu dieser Zeit die Kantonsschule Solothurn in ihrem letzten bzw. vorletzten Jahr. Die Analyse lässt sich in drei Kategorien unterteilen: Fragen zu SMS im Allgemeinen, zum Schreibverhalten und zu SMS-Diensten.

2.2 Fragen zu SMS

Die Resultate der Untersuchung entsprechen mehrheitlich den Gegebenheiten, welche Höflich/Rössler/Steuber (2000) in ihrer Arbeit herausgestellt haben. Daher werden im Folgenden die Umfrageergebnisse nur insoweit erwähnt, wie sie nicht bereits bekannt sind bzw. in der Schweiz einem anderen Muster folgen.

Obwohl die Mehrheit der Befragten davon ausgeht, dass die Nachricht beim Empfänger tatsächlich ankommt, gaben lediglich 24% an, wichtigere Nachrichten per SMS zu versenden. Die Annahme, dass die Nachricht auch beim Adressaten ankommt, ist also offensichtlich kein Grund dafür, wichtige Nachrichten per SMS zu versenden. Dies hängt vermutlich mit der Unpersönlichkeit der schriftlichen

Kommunikation zusammen. Es ist für die meisten Personen einfacher, besonders wichtige oder heikle Dinge im direkten Gespräch zu diskutieren.

Eine weitere Frage betraf die Verständlichkeit von SMS-Nachrichten. Dabei gaben die meisten Befragten (82%) an, dass sie selten bis manchmal eine SMS oder Teile davon nicht verstehen. Als Gründe wurden hauptsächlich die folgenden Ursachen genannt: Schreibfehler, unbekannte Abkürzungen, unklare Formulierungen oder fehlende Wörter sind hauptsächlich dafür verantwortlich, dass Nachrichten nicht verstanden werden (60%). Ein weiterer, häufig genannter Grund ist, dass die Kurzmitteilung in einem anderen Dialekt geschrieben ist (28%). Die Verwendung der Mundart in der schriftlichen Kommunikation kann also zu Verständnisproblemen führen.

Die grosse Mehrheit der Befragten gab an, SMS auf Schweizerdeutsch zu schreiben (79%). Alle anderen Personen schreiben sowohl im Dialekt als auch auf Hochdeutsch. Auffallend ist dabei, dass keiner der befragten Jugendlichen seine Kurzmitteilungen ausschliesslich auf Hochdeutsch verfasst.

2.3 Fragen zum Schreibverhalten

Beinahe 94% der Befragten gaben an, dass sie nicht bei jeder ihrer SMS auch eine Antwort erwarten würden. Dennoch erhielten 85% der Personen meistens oder immer eine Rückmeldung. Einige Probanden sagten, dass sie gerne SMS versenden, weil sie sich dann auf eine Antwort freuen könnten. Eine Antwort wird also nicht unbedingt verlangt, aber sie wird dennoch meistens gegeben, weil dies als eine nette Geste gilt und das jeweilige Gegenüber sich darauf freut.

In einer anderen Frage wurden die SMS-Dialoge nach Länge und Inhalt charakterisiert. Die Untersuchung ergab, dass längere Dialoge per SMS eher seltener sind. Zwei Drittel der Befragten schreiben entweder einzelne SMS oder höchstens ein- bis zweimal hin und her. Nur 9% gaben an, mehr als sechsmal hin und her zu

schreiben. Wenn längere Dialoge geführt werden, dann wiederum hauptsächlich mit Freunden, Bekannten oder dem Partner, was dem allgemeinen SMS-Schreibverhalten entspricht. Die Inhalte solcher längerer Dialoge sind ganz verschieden: von einfachem Plaudern über den Austausch von Neuigkeiten hin zur Vereinbarung eines Treffens. Eine Befragte schrieb z.B., dass sie per SMS die Freundin zum Platz im Hörsaal dirigiere.

Beendet wird der längere Dialog ganz unterschiedlich. Einige Befragte gaben an, dass immer derjenige den Dialog beendet, der angesprochen wurde. Selten kommt es vor, dass der Dialog ohne Gruss beendet wird, in den meisten Fällen wird eine abschliessende Grussformel verwendet. Dabei wurde eine Vielzahl verschiedener Grussarten genannt. Auf diese wird später bei der Korpusanalyse noch genauer eingegangen.

Auf die Frage, wie Freunde, welche kein Handy haben, erreicht werden, wurde in einem Fall geantwortet: »Ich habe keine Freunde, die kein Handy haben.« Diese Antwort ist jedoch die Ausnahme. Beinahe 90% telefonieren mit den Bekannten, die kein Handy haben, über das Festnetz. Ungefähr die Hälfte schreibt E-Mails und jeweils eine kleine Anzahl schreibt Briefe oder erreicht den anderen im direkten Kontakt.

Des Weiteren wurden die Probanden gefragt, ob sie Telefon, E-Mail oder Brief häufiger oder seltener benutzen bzw. schreiben, seitdem sie SMS schreiben. Lediglich drei Personen gaben an, dass sie das Telefon häufiger benutzen bzw. häufiger einen Brief schreiben würden. Beinahe die Hälfte sagte, dass sie Telefon und E-Mail seltener benutze und fast ein Drittel aller Befragten gab an, seltener Briefe zu schreiben, seitdem sie SMS versenden. Alle anderen Personen sagten, dass sie genau so häufig wie zuvor Briefe schreiben, telefonieren oder E-Mails verschicken. Aus dieser Studie geht folglich nicht hervor, wie es allgemein um die Verwendung von Brief, E-Mail oder Telefon durch Jugendliche steht. Aber es lässt sich dennoch erkennen, dass

die Benutzung dieser Kommunikationsmittel bei einigen abgenommen hat, seitdem die Möglichkeit besteht, SMS zu verschicken. In Konkurrenz zur E-Mail tritt im Übrigen nicht nur die SMS, sondern auch das so genannte Instant Messaging, welches eine Art privater Chat zwischen den Gesprächspartnern ermöglicht.

2.4 Fragen zu SMS-Diensten

Verschiedene Internetseiten bieten ein kostenloses Versenden von SMS-Nachrichten über das Internet an. Dieser Dienst wird aus zwei Gründen häufig genutzt: Zum einen ist der Versand kostenlos, zum anderen ist die Eingabe der Nachricht vereinfacht, weil dazu die Computertastatur verwendet werden kann. Jedoch gaben lediglich 42% der Befragten an, SMS auch übers Internet zu versenden. Für alle, welche online SMS schreiben, ist der Grund auch der, dass es gratis ist. Die Texte werden im Internet dann grösstenteils (71%) länger geschrieben als auf dem Handy.

Die SMS-Kommunikation wird von vielen Organisationen genutzt, um den Konsumenten Informationen zukommen zu lassen. So kann man z.B. Eisenbahnfahrpläne, Wetterberichte, Börsendaten per SMS konsultieren oder sich Konzert- oder Kinoprogramme aufs Handy schicken lassen. Solche Dienste nahmen jedoch lediglich vier Befragte in Anspruch (einmal ein Pistenbericht eines Skigebietes und dreimal ein Konzert-Informationendienst). Auch die verschiedenen Fernsehsender haben das neue Medium als Hilfsmittel und Geldquelle entdeckt. So werden oft Meinungsumfragen im Fernsehen per SMS-Umfrage durchgeführt. Des Weiteren gibt es Sendungen, welche speziell für die (jungen) Handynutzer konzipiert sind. In der Schweiz laufen zurzeit einige solche Sendungen. In ›Quiz-Today‹ können die Fernsehzuschauer per SMS an ›SMS-Trendumfragen‹ teilnehmen.⁴ In der Musikvideosendung ›Roboclip‹ können die Jugendlichen per SMS abstimmen, welches Video als nächstes gespielt wird⁵ und bei ›Galaxy: SMS-Quiz für Kinder‹ ist eine Teilnahme ausschliesslich per SMS möglich.⁶ Von den Befragten gaben allerdings

lediglich 2.5% an, bereits an solchen Umfragen oder Wettbewerben mitgemacht zu haben. Der Grund dafür liegt wahrscheinlich am Alter der Probanden, denn die meisten dieser Sendungen sind für jüngere Handynutzer gedacht.

3 KORPUSANALYSE

3.1 Vorgehensweise

Im Zuge der Befragung wurden alle Probanden gebeten, drei Nachrichten, welche sie erhalten oder versendet haben, aufzuschreiben. Die Auswahl wurde durch keine inhaltlichen, formalen oder sprachlichen Auflagen beeinflusst. So entstand ein Korpus von 98 Nachrichten. Komplettiert wurde diese Auswahl durch 104 Nachrichten, welche ich persönlich zwischen Juli 2003 und Januar 2004 erhielt. Diese 202 Kurzmitteilungen wurden unabhängig von Hintergrundwissen analysiert, d.h. es spielte keine Rolle, ob der Absender bzw. Empfänger männlich oder weiblich ist. Ebenso wenig wurde das Alter oder der soziale Hintergrund bei der Analyse berücksichtigt. Aus den im Fragebogen herausgefundenen Begebenheiten lässt sich jedoch schließen, dass die Nachrichten grösstenteils von gleichaltrigen Freunden und Kollegen stammen, welche im gleichen sozialen Umfeld verkehren.

Die Untersuchung lässt sich in zwei Hauptkategorien unterteilen: die sprachliche und die inhaltliche Analyse. Dabei wird jedoch der Sprache bedeutend mehr Gewicht beigemessen, da dies der Hauptaspekt der Arbeit ist.

3.2 Inhaltliche Analyse

Auf die inhaltliche Analyse wird nur knapp eingegangen, da die Arbeit in erster Linie eine linguistische Untersuchung darstellt. Dennoch möchte ich als Ergänzung kurz auf die Strukturen und Inhalte der Texte eingehen.

Grösstenteils geht es in den SMS-Texten nach Angaben der Befragten um Verabredungen. Es gibt beispielsweise viele Nachrichten, in welchen ein Treffpunkt oder ein Zeitpunkt für ein Treffen besprochen wird. Dabei kann der Treffpunkt das Kino oder eine Bar sein, aber es gibt auch Verabredungen, welche am Bahnhof oder ganz einfach beim Kaffeeautomaten in der Schule stattfinden. Aber auch andere Informationen, wie die Lösung einer Mathematikaufgabe oder das Menu des Weihnachtsessens, werden per SMS ausgetauscht.

Neben den Verabredungen werden in den Kurzmitteilungen oftmals kleine Unterhaltungen geführt. Diese Unterhaltungen scheinen ein persönliches Gespräch, z.B. in der Pausenhalle oder abends am Telefon zu ersetzen. In solchen Nachrichten werden dann beispielsweise Kommentare über Lehrer oder Schulkollegen gegeben oder über das zurückliegende Wochenende berichtet. In einigen SMS wurden auch Wünsche zum Geburtstag oder zu Neujahr überbracht. Letzteres hat damit zu tun, dass die Datenerhebung zwischen Dezember und Januar stattfand.

3.3 Sprachliche Analyse

3.3.1 Allgemeines

Die Untersuchung der Kurzmitteilungen bestätigt einige Tatsachen, die sich bereits bei der Fragebogenanalyse ergaben. So zeigt sich beispielsweise auf den ersten Blick, dass die überwiegende Mehrheit der Nachrichten auf Schweizerdeutsch geschrieben ist. Lediglich neun Nachrichten sind auf hochdeutsch verfasst. Die Länge der Kur-

mitteilungen variiert zwischen 2 und 329 Zeichen. Ganz kurze und extrem lange Nachrichten sind jedoch selten. Im Durchschnitt beträgt die Länge einer SMS 84 Zeichen. Bei der Mehrheit der Nachrichten wird also nicht der gesamte verfügbare Platz verwendet und lediglich 11 Kurzmitteilungen überschritten 160 Zeichen.

3.3.2 Abweichungen von der Schriftnorm

Die SMS-Kommunikation unterscheidet sich vor allem bezüglich der Länge stark von den übrigen schriftlichen Kommunikationsformen wie Brief oder E-Mail. Der beschränkte Platz der Nachrichten führt dazu, dass sprachliche Normen nicht eingehalten werden. Daraus lässt sich jedoch nicht schliessen, dass eine Unterhaltung per SMS vollkommen chaotisch abläuft. Die SMS-Kommunikation ist vielmehr eine Optimierung der verschiedenen Möglichkeiten, welche das neue Medium bietet. In Kurzmitteilungen werden Elemente von unterschiedlichen anderen Kommunikationsformen vereinigt. So erkennt man in SMS-Nachrichten Ähnlichkeiten mit E-Mail, Chat oder Brief, aber auch mit dem Telefon bzw. der Telegrafie.

3.3.2.1 Verwendung von Grussformeln

Die Mobilfunktechnik ermöglicht dem Empfänger einer Kurzmitteilung, unmittelbar zu erfahren, von welcher Nummer die Nachricht abgeschickt wurde. Falls er diese Nummer bereits gespeichert hat, wird anstelle der Handynummer der Name des Absenders angezeigt.⁷ Die Setzung des eigenen Namens am Schluss der Nachricht wäre somit bloss eine Verschwendung von Platz in einem Text, der ohnehin kurz gehalten werden muss. Trotzdem zeigen die Umfrageergebnisse, dass sowohl zur Begrüssung als auch zur Verabschiedung eine Vielzahl an Grussformeln verwendet wird. In 41% der Nachrichten werden entweder Begrüssungs- oder Verabschiedungsformeln oder beides zusammen verwendet. Die Begrüssungsformeln lassen sich in zwei Gruppen einteilen: Die Mehrheit besteht aus »konventionellen« Begrüssungen, welche ähnlich einer Begrüssung in einem Brief gehandhabt werden.

Eine andere Art der Begrüßung ist eher kumpelhaft, ein ›Anhauen‹ des Empfängers, das stark der mündlichen Kommunikation ähnelt.

Tabelle 1 dokumentiert die Häufigkeit der verschiedenen Begrüßungsformen im Korpus. Am häufigsten wird eine Nachricht, genau wie in einem Brief, mit einer Anrede und dem Namen des Empfängers begonnen. Relativ häufig wird jedoch auch nur die Anrede verwendet und auf den Namen verzichtet. Dies entspricht wiederum eher einem Gespräch unter Freunden, in welchem man den Gesprächspartner selten beim Namen nennt, um ihn zu begrüßen. Eine ähnliche Form ist auch die Anrede vom Typ ›Hey du‹, welche den Empfänger zwar direkt anspricht, ihn jedoch nicht beim Namen nennt.

Art der Begrüßung	Variationen der Anrede	Vorkommen
Anrede + (KOSE-)NAME	Hey; Hei; Hoi; Hallo; Halo; Liebe; Salü; Mörgeli; Guete morge;	27
Anrede	Hey; Hej; Hei; Hi; Hallo; Halo; Sali; Ciao; Sälü; Morge	23
Anrede + Du	Hey; Hoi; Sali;	11

Tabelle 1: Begrüßungsformeln

Die zweite Gruppe der Begrüßungsformeln hat ausgeprägte Eigenschaften der mündlichen Unterhaltung. Dabei handelt es sich weniger um eine schriftliche Begrüßung als vielmehr um ein kumpelhaftes Ansprechen einer Person, die direkt neben einem zu stehen scheint. Die inhaltliche Analyse der Nachrichten, welche eine solche Begrüßung enthalten, zeigt, dass dabei in über 80% der Mitteilungen nach einer Information gefragt wird. Die häufigste Form einer solcher Anrede ist ein einfaches ›Hey‹ oder ›He‹, das manchmal mit dem Namen ergänzt wird (siehe: SMS 1+2).





Verabschiedungsformeln wurden im Korpus häufiger verwendet als Begrüßungen. Dabei werden besonders längere oder eigenständige Nachrichten, welche keine Antwort verlangen, mit einem Gruss beendet (siehe: SMS 3).

Tabelle 2 dokumentiert die Vielzahl von Möglichkeiten für die Verabschiedung, die im Korpus vorkommen.

Auch bei der Verabschiedung wird in SMS-Nachrichten häufiger auf den Namen des Absenders verzichtet. Bei der Art des Grusses ist auffallend, dass dieser in vielen Fällen im Diminutiv verwendet wird. Dies führt zu einer ›Verniedlichung‹ des Grusses und hebt ihn somit von einer starren Grussformel ab.

Die Analyse der im Korpus verwendeten Begrüßungs- und Verabschiedungsformeln zeigt, welche in der SMS-Kommunikation sehr oft verwendet werden. Aus persönlicher Erfahrung kann ich sagen, dass in einem mehrzügigen SMS-Dialog der Gesprächspartner meistens nur am Anfang begrüßt und am Ende des Dialoges wieder verabschiedet wird. Innerhalb eines Dialoges steht meistens kein Gruss. Dies gilt auch für den Fall, dass nur eine kurze Information mitgeteilt wird:

Grussformeln werden weniger verwendet, um eine formale Höflichkeit einzuhalten, sondern um die zwischen-



Art der Verabschiedung	Variationen der Verabschiedung	Vorkommen
Gruss + (Kose-)Name	Grues; Liebe Gruess; Grüäbli, Liebi gruessli; Liebe grübe von; Gruss; Bis morn; En schöne Obe; Liebs Gruessli	25
Gruss	Grüessli; Grüäbli; Liebi Grüess; Grues; Grüssli; Grub; Gruss, Greetz; Es liebs Grüessli; Ganz liebs Grüeßli; Bis denn; see ya; bye	21
Grussabkürzungen	LG (~Liebe Gruess); GD (Grüsse Dich); CU l8er (see you later); C u 2morrow (see you tomorrow); Mfg (Mit freundlichen Grüßen)	14
Grussabkürzung + (Kose-)Name	LG; Hdg (Habe dich gern); Hdggfl (Hab dich ganz ganz fest lieb);	10
Inflektive ⁹ & Wünsche	*drückundküss*; LG & Fröhliche Weihnachten; De bis am mänti; Häbs schön und vüu spass; Wünsche dir e schöne Obe	9

Tabelle 2: Verabschiedungsformeln

menschliche Bedeutung einer Nachricht zu verstärken. Eine nette Begrüssung bzw. Verabschiedung ist ein Zeichen von Freundschaft oder Zuneigung gegenüber dem Gesprächspartner.

3.3.2.2 Graphische und stilistische Besonderheiten

Eine Besonderheit, welche durch die Korpusanalyse sofort klar wird, ist die unterschiedliche Handhabung der Gross- und Kleinschreibung. Im Korpus gibt es lediglich neun Nachrichten, die korrekte Gross- und Kleinschreibung aufweisen. Dass hier häufig Normabweichungen auftreten, liegt wahrscheinlich an der relativ umständlichen Eingabe. Für die Mehrheit der Nachrichten lässt sich sagen, dass die Gross- und Kleinschreibung von den Handyeinstellungen abhängig ist. Bei fünf Nachrichten sind alle Zeichen gross geschrieben, 23 Kurzmitteilungen sind ausschliesslich in Kleinbuchstaben verfasst. Bei den restlichen SMS lässt sich eine automatische



– SMS 4 –

Gross- und Kleinschreibung vermuten (Grossbuchstaben am Anfang der Nachricht und zu Beginn eines neuen Satzes).

Die SMS-Nachrichten zeigen ebenfalls einige Besonderheiten, welche Gemeinsamkeiten mit der Chat-Kommunikation haben. Im Korpus kommen z.B. Lautmalereien (›grrr‹, ›juhui‹, ›huhu‹ etc.) oder die mehrfache Verwendung von Satzschlusszeichen (›??‹, ›!!!‹, ›...‹) vor. Letzteres wird entweder zum Ausdruck einer Verwunderung bzw. Begeisterung oder zur Verbildlichung einer ›Sprechpause‹



verwendet. Als häufigstes graphisches Mittel der Chat-Kommunikation werden in SMS-Nachrichten die so genannten Smileys verwendet. In 22% der Nachrichten wurden Smileys versendet.

Diese graphischen Mittel dienen zu einer stärkeren Betonung von Gefühlen in den Nachrichten. So können die

Smileys :-) oder ;-) ein Lächeln oder Augenzwinkern übermitteln. Der Absender von SMS-5 bedankt sich für die vorangegangene Nachricht und bringt durch das Smiley zum Ausdruck, dass er sich freut.

3.3.2.3 Schweizerdeutsche Besonderheiten

Die Verwendung der schweizerdeutschen Sprache in der SMS-Kommunikation führt vor allem zur Betrachtung der formalen Charakteristika der Kurzmitteilungen. Während die Länge der Nachrichten, der Gebrauch von Grussformeln und die anderen oben erwähnten sprachlichen Besonderheiten auch in Deutschland ähnlich gehandhabt werden, können die folgenden Merkmale ausschliesslich in der deutschsprachigen Schweiz beobachtet werden. Die Gültigkeit der konkreten Ergebnisse beschränkt sich sogar auf den relativ kleinen geographischen Raum Solothurn und

die weitere Umgebung, da in den anderen Regionen ein anderer Dialekt gesprochen wird, was zu einer, wenn auch nur sehr geringen, anderen Schreibweise führt. Die Art der Besonderheiten dürfte jedoch im gesamten schweizerdeutschen Sprachraum anzutreffen sein, da die unterschiedlichen Dialekte mehr oder weniger dieselben Regeln befolgen.

Die schweizerdeutschen Besonderheiten lassen sich in drei Gruppen einteilen: Als erstes werden die unterschiedlichen Schreibweisen verschiedener Wörter untersucht. Im zweiten Teil wird das Weglassen von Wörtern oder Satzteilen behandelt und die dritte Gruppe besteht aus den Wortzusammenzügen.

Einen Text in der Mundart zu schreiben hat zwei Ziele: Zum einen muss selbstverständlich eine Information übermittelt werden, auf der anderen Seite wird aber

HOCHDEUTSCHES WORT	VORKOMMEN IM KORPUS
Ich	i; ig; ich; e
Bin	bi; be
Nicht	nid; ni; ne
Gewesen	gsi; gse
Jetzt	jetz; jez; iz; ez; jetzt
Bist	bisch, besch
Eben	ebe; äbe; äbä
Gehabt	ka; gha
Kommt	chund; chunt
Aber	abr; aber
Oder	odr; oder
Wieder	wider; widr
Zeit	zit; zyt
Ja	jö; ja; yo

Tabelle 3: Unterschiedliche Schreibweisen

auch der persönliche Kontakt gepflegt. Die Verwendung der Mundart führt zu einem ehrlicheren, näheren Verhältnis zum Empfänger, da die Unterhaltung in der Muttersprache geführt wird. Kurz: Ein SMS-Dialog auf Schweizerdeutsch ist einem mündlichen Gespräch viel näher, als wenn das Hochdeutsche verwendet wird, denn Hochdeutsch wird mit guten Bekannten nicht gesprochen.

Das Fehlen einer einheitlich geregelten schweizerdeutschen Schriftsprache führt nun aber dazu, dass bei der Verschriftung unterschiedliche Schreibweisen verwendet werden. Dabei wird meistens versucht, die gesprochene Sprache phonetisch möglichst genau wiederzugeben.

Tabelle 3 dokumentiert die häufigsten Beispiele für unterschiedliche Schreibweisen von schweizerdeutschen Wörtern. Alle diese Variationen haben ihren Ursprung in der unterschiedlichen Aussprache des jeweiligen Absenders einer Nachricht. Eine genaue Analyse dieses Phänomens würde jedoch diese Arbeit im Umfang erheblich vergrößern, weshalb hier nur an einem Beispiel gezeigt wird, wie es zu solchen Unterschieden kommt.

Das hochdeutsche Wort *ich* wird in der Solothurner Mundart im Allgemeinen als *ig* ausgesprochen. Beim schnellen Sprechen kommt es jedoch häufig zum Wegfallen des Konsonanten [g], so dass der Vokal alleine steht. Dies hat zudem den Vorteil, dass das Pronomen nun an praktisch jedes andere Wort als Prä- bzw. Suffix angefügt werden kann, was wiederum eine Erhöhung des Sprechtempos ermöglicht. Der verbleibende Vokal wird in der Mundart jedoch nicht deutlich, sondern als eine Art Schwa ausgesprochen. Dies führt dazu, dass in einigen Fällen anstelle des <i> ein <e> geschrieben wird (siehe SMS-6).

SMS-6 zeigt ausserdem, dass in manchen Kurzmitteilungen hochdeutsche Ausdrücke nicht in die Mundart übertragen werden. Dies kommt vor allem bei längeren Wörtern wie *Hauptgebäude* vor, welche nicht oft verwendet werden. Der Hauptgrund für die Verwendung eines hochdeutschen Ausdrucks ist die Befürchtung, dass der Gesprächspartner die schweizerdeutsche Verschriftung nicht verstehen könnte. Dieses Phänomen ist jedoch eher selten, der Grossteil der Befragten überträgt auch längere Wörter in die Mundart. Im Korpus ist beispielsweise die Verwendung des Wortes *Parabuglichige* (Parabelgleichungen) belegt.

In SMS-Nachrichten werden oftmals einzelne Wörter oder gar ganze Satzteile weggelassen. Am häufigsten geschieht dies bei Subjektpronomen. Auf dieses Phä-



– SMS 6 –

nomen wurde bereits in deutschen Studien verwiesen,¹⁰ und es hat sich gezeigt, dass die Häufigkeit von Pronomentilgung auch in der Schweiz mehr oder weniger gleich ist (Tabelle 4).

Auffallend ist, dass die dritte Person Singular bzw. Plural und die zweite Person Plural nur ganz selten verwendet wird. Dies liegt daran, dass in einer Kurzmitteilung meistens nur über Empfänger/Absender oder über eine dritte Person bzw. Sa-

Subjektpronomen	Vorkommen	Tilgung	%-tilgung
Ich	191	90	32%
Du	20	54	73%
er/sie	11	0	0%
es/das	39	17	30%
Wir	30	5	14%
Ihr	2	0	0%
Sie	2	0	0%

Tabelle 4: Subjektpronomentilgung

che diskutiert wird. Es kommt nur selten vor, dass eine SMS an mehrere Personen adressiert ist oder von mehreren Personen zusammen versandt wird. Der einzig markante Unterschied zu den deutschen Studien besteht in der zweiten Person. In den im Korpus analysierten Nachrichten fehlt das Subjektpronomen *du* öfter, als dass es verwendet wird. Der Grund dafür liegt in der speziellen Verwendung der zweiten Person Singular im Schweizerdeutschen. Auch dieses Phänomen wird an einem Beispielerläutert.

In SMS-7 werden zwei Fragen an den Empfänger gestellt. Die deutsche Endung *-st* wird in der Mundart immer zu *-sch*. In Fragesätzen kann das Pronomen in dieser Endung bereits enthalten sein. Es ist somit nicht mehr

nötig, ein *du* zu schreiben, weil dies bereits in der Verbform. enthalten ist. Das Pronomen wird lediglich verwendet, um die zweite Person zu betonen. Diese Art der

che diskutiert wird. Es kommt nur selten vor, dass eine SMS an mehrere Personen adressiert ist oder von mehreren Personen zusammen versandt wird. Der einzig markante Unterschied zu den deutschen Studien besteht in der zweiten Person. In den im Korpus analysierten Nachrichten fehlt das Subjektpronomen *du* öfter, als dass es verwendet wird. Der Grund dafür liegt in der speziellen Verwendung der zweiten Person Singular im Schweizerdeutschen. Auch dieses Phänomen wird an einem Beispielerläutert.



Pronomentilgung ist jedoch nur bei Fragesätzen möglich. Der Satz *Du hast meine SMS bekommen.* kann in der Übersetzung *Du hesch mis SMS becho.* nicht ohne das Pronomen stehen. Da in der SMS-Kommunikation zur Informationsbeschaffung relativ oft Fragen an den Empfänger gerichtet sind, ist es klar, dass das Pronomen *du* relativ häufig weggelassen wird.

Die dritte Besonderheit in schweizerdeutschen SMS ist der häufige Zusammenzug von Wörtern. So wie *zu* und *dem* zu *zum* werden, werden im Dialekt viele Assimilationen gebildet. Auch der Ursprung dieses Phänomens liegt in der mündlichen Sprache. Die Sprechgeschwindigkeit im Schweizerdeutschen führt zur Streichung von Vokalen. Beim Dialektschreiben werden diese rasch nacheinander gesprochenen Wörter zu einem Wort zusammengefasst. Einige dieser Verschmelzungen sind in der mündlichen Sprache bereits zu einem festen Ausdruck geworden, von dem schwer festzustellen ist, woher er stammt. Das berühmteste Beispiel ist das Wort *äuä*, welches aus *alle* und *Wege* entstanden ist.

Art des zusammenzuges	Varationen	Häufigkeit	
Verb + ,es _ζ	weises; heschs; finges; isches; häbs; gots; hoffes; hets; gloubs; chöntets; machs	26	
Präposition + Pronomen	vor(von der); ir (in der); bir (bei der); id (in die); mitem; wägem; ire (in einer); inere; nachem; vonem (von ihm)	26	
Verb + Pronomen	weisi; bini; chani; schribi; könni	8 (ich)	16
	heimer; chöimer; weimer; müemer	5 (wir)	
	hase; muese	2 (sie)	
	ischer	1 (er)	
,zu _ζ + X	zbös; zvüü; zweni;	6 (+ Adjektiv)	13
	ztue; zluege	2 (+ Verb)	
	zObe; zLieschtu	5 (Zeit/ Ort)	
Artikel + Substantiv	diladig; dPrüefig; dnummere; sFoto, sSMS	7	
Pronomen + X	dirs; wärs (wer es); wos; drs	5 (+ „es“)	7
	wod; womr	2 (+Pronomen)	
,es _ζ /,das _ζ + Verb	sisch; dasch	2	

Tabella 4: Subjektpronomentilgung



In beinahe 50% der Kurzmitteilungen kommen solche Zusammenschreibungen vor. In den meisten Nachrichten werden bei diesem Phänomen zwei Wörter verbunden, in fünf Kurzmitteilungen wurden sogar drei Wörter zusammengezogen. Dabei ist immer das erste Wort ein Verb, an welches ein Pronomen angehängt wird (siehe: SMS 8+9).

4 SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die Arbeit zeigt, dass die Kommunikationsform SMS von den meisten befragten Jugendlichen gerne und häufig benutzt wird, um schnell kurze Informationen auszutauschen. Neben dem Informationsaustausch dient die SMS-Kommunikation aber auch der Bestätigung bzw. der Festigung von sozialen Kontakten unter den Jugendlichen.

Die Verwendung der schweizerdeutschen Sprache in den Kurzmitteilungen ist insofern interessant, als in den schweizerischen Medien mehrheitlich Hochdeutsch verwendet wird. Dies ist beinahe ausnahmslos der Fall für die schriftlichen Kommunikationsmittel. In bestimmten Fernseh- oder Radiosendungen wird zwar Dialekt gesprochen, Bildunterschriften im Fernsehen oder Nachrichtenschlagzeilen im Lokalradio sind in der Regel aber in Hochdeutsch.

In den letzten zehn bis zwanzig Jahren manifestiert sich in der Schweiz jedoch ein Bedürfnis, sich in der Muttersprache auszudrücken. Am deutlichsten wird dies in der Musikbranche. Heute singen so viele Schweizer Künstler im Dialekt wie nie zuvor. Dieses Bedürfnis spiegelt sich nun auch in den Kommunikationsgewohnheiten der Jugendlichen wider. In E-Mails, Chaträumen und insbesondere in Kurzmitteilungen wird vermehrt die Muttersprache verwendet. Ob dies nur eine zeitweilige Modeerscheinung oder eine Suche nach einer nationalen Identität ist, lässt sich aus dieser Untersuchung nicht schliessen. Der Gebrauch der Umgangssprache in einer Zeit, in welcher die ganze Welt von Globalisierung spricht, sollte aber auf jeden Fall weiter beobachtet und untersucht werden.

5 ANMERKUNGEN

- ¹ BAKOM Jahresbericht 2002 – 10 Jahre Telekommunikation
- ² vgl. SMS Mobile Technology (1999)
- ³ Bitzi, B. 66,4 Millionen SMS, 500 000 MMS über das Neujahr (4.1.2004)
- ⁴ SFDRS Sendungen – Quiz Today (2004)
- ⁵ SFDRS Sendungen – Roboclip (2004)
- ⁶ SFDRS Sendungen – SMS-Galaxy (2004)
- ⁷ Die ISDN-Technik ermöglicht dasselbe zwar auch bei Festnetztelefonen, jedoch ist die Anzahl der zu speichernden Nummern bei den meisten Geräten stark beschränkt.
- ⁸ Sämtliche Kurzmitteilungen sind zum besseren Verständnis ins Hochdeutsche übersetzt worden.
- ⁹ vgl. Inflektive und Inflektivkonstruktionen (2004)
- ¹⁰ vgl. Androutsopoulos & Schmidt (2002), Döring (2002), Dürscheid (2002)

6 ANHANG: FRAGEBOGEN

SMS-FRAGEBOGEN

Lieber Handynutzer,
im Rahmen einer Maturarbeit zu den sprachlichen Besonderheiten der SMS-Kommunikation von Solothurner Jugendlichen möchte ich anhand dieser Untersuchung empirische Daten erheben. Selbstverständlich bleiben deine Daten anonym und werden nicht an Dritte weitergegeben. Wenn du einverstanden bist, kannst Du den folgenden Fragebogen möglichst vollständig ausfüllen.

Für deine Mühe bedanke ich mich schon jetzt im Voraus.

Trage hier bitte drei SMS wortwörtlich (in Blockschrift) ein, die Du bis zur Abgabe dieses Fragebogens verschickst, oder von einem Freund/Freundin erhältst. Ganz wichtig: Mögliche Rechtschreib- oder Grammatikfehler, Buchstabenbilder, Gross- und Kleinschreibung, Abkürzungen usw. müssen unverändert aufgeschrieben werden, also genauso wie sie auf Deinem Handy zu lesen sind.

1) _____

2) _____

3) _____

ZU SMS:

• Wie oft verschickst Du SMS?

- täglich → wenn täglich, wie viele: _____
- wöchentlich
- _____

• Wie oft bekommst Du SMS?

- täglich → wenn täglich, wie viele: _____
- wöchentlich
- _____

• Verschickst Du gerne SMS?

- ja Warum?

- nein Warum?

• An wen schreibst Du SMS?

- | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| FAMILIE | <input type="checkbox"/> sehr oft | <input type="checkbox"/> oft | <input type="checkbox"/> manchmal | <input type="checkbox"/> selten | <input type="checkbox"/> nie |
| FREUNDE/CLIQUE | <input type="checkbox"/> sehr oft | <input type="checkbox"/> oft | <input type="checkbox"/> manchmal | <input type="checkbox"/> selten | <input type="checkbox"/> nie |
| PARTNER | <input type="checkbox"/> sehr oft | <input type="checkbox"/> oft | <input type="checkbox"/> manchmal | <input type="checkbox"/> selten | <input type="checkbox"/> nie |
| SONSTIGE | <input type="checkbox"/> sehr oft | <input type="checkbox"/> oft | <input type="checkbox"/> manchmal | <input type="checkbox"/> selten | <input type="checkbox"/> nie |
| _____ | <input type="checkbox"/> sehr oft | <input type="checkbox"/> oft | <input type="checkbox"/> manchmal | <input type="checkbox"/> selten | <input type="checkbox"/> nie |

• Von wem bekommst Du SMS?

- | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| FAMILIE | <input type="checkbox"/> sehr oft | <input type="checkbox"/> oft | <input type="checkbox"/> manchmal | <input type="checkbox"/> selten | <input type="checkbox"/> nie |
| FREUNDE/CLIQUE | <input type="checkbox"/> sehr oft | <input type="checkbox"/> oft | <input type="checkbox"/> manchmal | <input type="checkbox"/> selten | <input type="checkbox"/> nie |
| PARTNER | <input type="checkbox"/> sehr oft | <input type="checkbox"/> oft | <input type="checkbox"/> manchmal | <input type="checkbox"/> selten | <input type="checkbox"/> nie |
| SONSTIGE | <input type="checkbox"/> sehr oft | <input type="checkbox"/> oft | <input type="checkbox"/> manchmal | <input type="checkbox"/> selten | <input type="checkbox"/> nie |
| _____ | <input type="checkbox"/> sehr oft | <input type="checkbox"/> oft | <input type="checkbox"/> manchmal | <input type="checkbox"/> selten | <input type="checkbox"/> nie |

- Mit wie vielen Personen schreibst Du regelmässig SMS?

- Aus welchem Grund schreibst Du SMS?

- Verabredungen
- ›mal melden‹
- Langeweile
- Flirts
- ›Klatsch & Tratsch‹
- Kurz-Infos
- Sonstiges: _____

Häufigkeit: 1. _____
2. _____
3. _____

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

- ja
- nein

- Schreibst Du demnach auch sehr wichtige Nachrichten per SMS?

- ja
- nein

- Ist die Länge einer SMS mit 160 Zeichen:

- zu kurz
- zu lang
- genau richtig
- Ich schreibe Long-SMS und bin daher auf keine Anzahl Zeichen beschränkt

- Schreibst du Deine SMS auf:

- Hochdeutsch
- Schweizerdeutsch/Dialekt
- beide
- andere

- Kommt es vor, dass Du eine SMS bzw. Teile davon nicht verstehst?

- sehr oft
- oft
- manchmal
- selten
- Weshalb? _____
- nie

- Seitdem Du SMS schreibst, benutzt/schreibst Du...

TELEFON	<input type="checkbox"/> seltener	<input type="checkbox"/> häufiger	<input type="checkbox"/> wie zuvor
BRIEF	<input type="checkbox"/> seltener	<input type="checkbox"/> häufiger	<input type="checkbox"/> wie zuvor
E-MAIL	<input type="checkbox"/> seltener	<input type="checkbox"/> häufiger	<input type="checkbox"/> wie zuvor

- Wie erreichst Du Freunde, die kein Handy haben?

Fragen zu SMS-Diensten:

- Schreibst Du SMS über Internet?
 ja nein
Wenn ja, warum? _____

- Schreibst Du Texte dort eher...
 länger kürzer
 ungefähr gleichlang wie auf dem Handy

- Hast Du Newsletter oder Infodienste per SMS abonniert?
 ja nein
Wenn ja, welche? _____

- Nimmst Du beim Fernsehen Teil an:
 SMS-Chatrunden (Teletext, etc.) Videoclip-Votings (z.b. auf VIVA)
 SMS-Spielen SMS-Meinungsumfragen
 Andere _____

FRAGEN ZUR PERSON:

- Wie alt bist Du? _____
- Geschlecht: weiblich männlich
- Schule + Stufe: _____
- Beruf: _____

7 BIBLIOGRAFIE

- Androutopoulos, Jannis und Gurly Schmidt (2002): »SMS-Kommunikation: Ethnografische Gattungsanalyse am Beispiel einer Kleingruppe.« In: Zeitschrift für Angewandte Linguistik (ZfAL), H. 36, 49-79.
- Döring, Nicola (2002): »Kurzm. wird gesendet« – Abkürzungen und Akronyme in der SMS-Kommunikation. Muttersprache – Vierteljahresschrift für deutsche Sprache Heft 2/2002. <http://www.gfds.de/muttersprache0202.html>; 13.2.2004
- Dürscheid, Christa (2002): E-Mail und SMS – ein Vergleich. In: Arne Ziegler und Christa Dürscheid (Hg.): Kommunikationsform E-Mail. Tübingen: Stauffenburg (= Textsorten 7), 93–114.
- Höflich, Joachim R. (2001): Das Handy als »persönliches Medium«. Zur Aneignung des Short Message Service (SMS) durch Jugendliche. In: kommunikation@gesellschaft. Jg. 2, Beitrag 1. http://www.uni-frankfurt.de/fb03K.G/B1_2001_Hoeflich.pdf
- Höflich, Joachim, Patrick Rössler und Stefanie Steuber (2000): Jugendliche und SMS. Gebrauchsweisen und Motive. Zusammenfassung der ersten Ergebnisse. <http://www.uni-erfurt.de/kw/forschung/smsreport.doc>.
- Schlobinski, Peter, Nadine Fortmann, Olivia Gross, Florian Hogg, Frauke Hortmann und Rena Theel (2001): »Simsen. Eine Pilotstudie zu sprachlichen und kommunikativen Aspekten in der SMS-Kommunikation.« In: Networx 22. Online-Publikationen zum Thema Sprache und Kommunikation im Internet. <http://www.mediensprache.net/networx/docs/networx-22.pdf>

Medienquellen:

- BAKOM Jahresbericht 2002 – 10 Jahre Telekommunikation (2003); o.V. http://www.bakom.ch/de/amt/aufgaben_visionen/geschaeftsberichte/2002/unterseite00047/index.html; Zuletzt besucht: 13.2.2004
- Bitzi, Benedikt; 66,4 Millionen SMS, 500 000 MMS über das Neujahr (4.1.2004). <http://www.tele-com.ch/news/show.php?articleID=125> ; Zuletzt besucht: 13.2.2004; Webmaster: bbitzi@tele-com.ch
- Siever, Torsten *2004(Inflektive und Inflektivkonstruktionen (2004); o.V.; <http://www.mediensprache.net/de/websprache/chat/inflektive/>; 13.2.2004
- SFDRS Sendungen – Quiz Today (2004); o.V.;
- SFDRS Sendungen – Roboclip (2004); o.V.; <http://www.sfdrs.ch/system/frames/highlights/index.php>; 13.2.2004; Kontakt: sfdrs@sfdrs.ch; <http://www.sfdrs.ch/system/frames/highlights/index.php>
- SFDRS Sendungen – SMS-Galaxy (2004); o.V.; http://www.sfdrs.ch/content/highlights/junior/programm_galaxy.html; 13.2.2004; Kontakt: sfdrs@sfdrs.ch
- SMS (Short Message System) Mobile Technology, International (1999); o.V.; <http://www.mobilcomms-technology.com/projects/sms/> ; 13.2.2004; Webmaster: webmaster@spgmedia.com

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.
Internetadressen im werblichen
Wandel
(Düsseldorf, 2001)
websprache • werbesprache

→ Networkx Nr. 24

Brigitte Aschwanden
»Wär wot chätä?«
Zum Sprachverhalten
deutschschweizerischer
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
Schwitters
SMS-Kommunikation
– Inhaltsanalyse eines
kommunikativen
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.
Eine explorative Studie
(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 • medienana-
lyse

→ Networkx Nr. 36

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