

Wie viel Kommunikation passt in 160 Zeichen? Eine Untersuchung sprachlicher und kommunikativer Aspekte von Kurzmitteilungen (SMS) aus der Sicht von Jugendlichen

Veronica CÂMPIAN

Lecturer, Ph.D.

Department of Communication, Public Relations and Advertising

Babeş-Bolyai University, Cluj-Napoca

E-mail: campean@fspac.ro

Abstract: *The main objective of the article **How much can we communicate in 160 characters? An analysis of the linguistic and communicative functions of text messages (SMS) from the perspective of teenagers** is to assess the linguistic and communicative perspective of bi- and trilingual teenagers on text messaging with the help of a questionnaire. The analysis is threefold and focuses on the writing behavior of SMS senders on the one hand and on the linguistic and communicative aspects of text messages on the other. The part focusing on language behavior determines the reasons for texting, but also takes potential recipients and other senders of text messages into consideration. In relation to the language of text messages we will inquire into whether senders attach importance to correct spelling or whether they use abbreviations or emoticons. In this respect the positioning of the language of texting, half-way between orality and writing is a research subject in its own right. The analysis of the communicative features of text messages is made assuming that they are regarded as texts and highlights the text functions identified in text messages. The inquiry into the question of whether a text message offers enough characters to duly express an experience and thus fulfill a communicative intention is of utmost importance in this*

respect. This analysis should be considered a pilot study laying the foundations for a future, more comprehensive analysis of this issue.

Keywords: *SMS; mobile communication; linguistic and communicative aspects of communication.*

1. Einleitung

Im Zeitalter der Technik und der Geschwindigkeit hat die mobile Kommunikation sehr viel an Bedeutung gewonnen. Der Besitz eines Handys oder eines Computers ist zu einer Selbstverständlichkeit geworden und das Leben ohne solche Mittel scheint heutzutage unvorstellbar. Diese Vertreter der neuen Technologie ermöglichen eine bessere und schnellere Kommunikation zwischen den Menschen. Die Kurzmitteilungen (SMS) werden seit 1992 geschickt und sie wurden in den letzten Jahren eines der beliebtesten Kommunikationsmittel der Welt.

Zwar gibt es Dienste wie WhatsApp oder das Facebook-Messenger, die sehr beliebt und gebraucht sind und als eine Konkurrenz für die Kurzmitteilungen angesehen werden können, steht dem Fortbestand dieser weiterhin nichts im Wege. Die SMS ist neben dem Chat, der E-Mail und dem Forum eine Kommunikationsform innerhalb der computervermittelten Kommunikation. Kurzmitteilungen kennzeichnen sich durch gewisse Eigenschaften und Besonderheiten, die zu einem aktuellen Forschungsthema geworden sind. Sie werden definiert als eine „dialogische, asynchrone, individuelle und medial schriftliche Kommunikationsform“ (Graffe 2014:44).

Im Rahmen dieses Artikels möchte ich mich auf die sprachlichen und kommunikativen Merkmale der SMS konzentrieren. Zu diesem Zweck wurde eine Umfrage durchgeführt, an der 63 Studenten im Alter von 18-25 Jahren teilgenommen haben um einen Einblick im Nutzungsverhalten von Jugendlichen zu gewinnen. Die Jugendlichen sind alle zwei- oder sogar dreisprachig. Der Fragebogen geht in drei Richtungen: der erste Teil beschäftigt sich mit dem Schreibverhalten der SMS-Gebraucher und mit den Gründen, weshalb diese Mitteilungen geschrieben werden. Im nächsten Teil untersuchen wir die SMS-Sprache, um herauszufinden, ob die Regeln der geschriebenen Sprache aufbewahrt werden, oder ob sie eine Gefahr für die Standardsprache sind. Ich konzentriere mich einerseits auf die Schreibung, die Regeln der Interpunktion und den Gebrauch von Abkürzungen. Andererseits will ich herausfinden, ob die Benutzung der Emoticons als Ersatz für die Mittel der geschriebenen Sprache angesehen werden können. Ein Gefühl oder ein Empfinden wird nicht mehr mit Hilfe von Wörtern zum Vorschein gebracht, sondern die Emoticons übernehmen diese Rolle. Der letzte Teil des Fragebogens beschäftigt sich mit den kommunikativen Aspekten der SMS. Ausgehend von der

Begrenzung auf 160 Zeichen soll untersucht werden, ob es genug viel Raum gibt um ein Befinden auszudrücken und somit eine kommunikative Absicht zu erfüllen. Da die SMS als Texte angesehen werden, will ich herausfinden, welche kommunikativen Funktionen in den Kurzmitteilungen dominieren. Als theoretischer Hintergrund für diese Untersuchung steht Brinkers (1997:100-120) fünfstufige Klassifizierung der Textfunktionen.

2. Die Auswertung des Fragebogens

Wie in der Einleitung schon erwähnt, wurden 63 Jugendliche befragt und darunter waren es 40 (64%) weibliche und 23 (36%) männliche Befragten. Zu der Auswahl der Respondierten muss gesagt werden, dass sie einer willkürlichen Stichprobenwahl unterliegt. Der Altersdurchschnitt liegt bei 20 Jahren. Aus den Fragebögen ist zu entnehmen, dass die Kurzmitteilungen ein sehr wichtiges Medium für die alltägliche Kommunikation ist und, dass die Mehrheit der Befragten (83%) täglich in Kontakt mit Hilfe von SMS treten. Eine große Anzahl an Kurzmitteilungen wird von den Respondierten auch täglich erhalten, im Durchschnitt 12 SMS pro Tag, wobei einige geschrieben haben, dass sie 2 SMS pro Tag erhalten und andere sogar 40.

2.1. Zum Schreibverhalten:

Der erste Teil des Fragebogens hat zwei Schwerpunkte: es soll geklärt werden, an wen die Befragten schreiben und von wem sie SMS erhalten und welche ihre Gründe sind, um Kurzmitteilungen zu schicken.

2.1.1. Der Austausch von SMS

Von den genannten Empfängern, die ausgewählt werden konnten, waren die Ergebnisse innerhalb der Kategorie folgendermaßen: ein Großteil der Befragten äußerten, dass sie oft an Freunde, an dem Partner oder an andere SMS schreiben und nur manchmal Kurzmitteilungen an einem Familienmitglied senden. Gleich sieht es auch beim Erhalten von SMS aus: oft kommen diese von Freunden oder dem Partner und recht selten von der Familie oder anderen SMS-Schreibern. Nennenswert sind folgende zwei Aspekte: einerseits die nicht so enge SMS-Beziehung zur Familie, wobei anzunehmen ist, dass andere Kommunikationsmittel in diesem Fall mit Sicherheit bevorzugt werden; andererseits der seltene SMS-Kontakt oder sogar der Mangel an SMS-Kontakt zum Partner, der so erklärt werden kann, dass zurzeit der Umfrage diejenigen Befragten keinen Partner hatten.

Tab.1: Mögliche Empfänger von SMS

Empfänger	Oft	Manchmal	Selten	Nie
Familienmitglieder	24%	41%	31%	4%
Freunde	66%	23%	7%	4%
Partner	54%	25%	16%	5%
Andere Empfänger	58%	23%	10%	9%

Tab.2: Mögliche Absender von SMS

Absender	Oft	Manchmal	Selten	Nie
Familienmitglieder	28%	24%	48%	0%
Freunde	62%	35%	3%	0%
Partner	45%	17%	31%	7%
Andere Absender	10%	24%	59%	7%

2.1.2. Nutzungsgründe der SMS

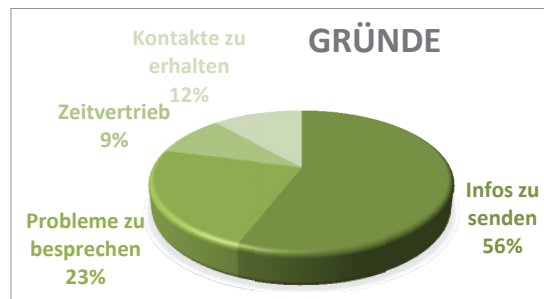


Abb.1: Gründe für die SMS-Kommunikation

Die Befragung hat gezeigt, dass die SMS hauptsächlich mit dem Grund geschickt werden, um Informationen zu senden (56%), oder um Probleme zu lösen (23%) und weniger um Kontakte aufrecht zu erhalten (12%). Zu bemerken ist die Maturität der befragten Jugendlichen, die weniger zum Zeitvertrieb SMS schreiben, sondern zu einem klaren Anlass.

2.2. Sprachliche Aspekte

Die Analyse der sprachlichen Mittel ist ein grundlegendes Thema dieser Untersuchung und sie konzentriert sich auf drei Schwerpunkte: Orthographie und Abkürzungen, der Einsatz von Emoticons zum Nachteil der Wörter und die Sprache der Kurzmitteilungen zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit.

2.2.1. Orthographie und Abkürzungen

Die sprachliche Analyse der Kurzmitteilungen will in erster Linie feststellen, ob die Regeln der geschriebenen Sprache beachtet werden also, ob die Befragten Wert auf die richtige Schreibweise und Interpunktion legen. Im gleichen Zusam-

menhang wird auch untersucht, in wie fern die Abkürzungen der Wörter in den SMS gebraucht werden. Laut Starke (2014:32) „sehen viele Nutzer in SMS vor allem Informationsträger, wobei stilistische und grammatikalische Aspekte immer weniger Beachtung finden“. Diese Aussage bestätigt sich hier nicht, denn die Mehrheit der Befragten hat geäußert, dass sie der korrekten Schreibung eine große Bedeutung schenken (83%) und keiner hat gemeint, dass er bzw. sie kein Interesse für diesen Bereich zeigt.



Abb.2: Die Beachtung der richtigen Schreibweise und der Interpunktion

Die Abkürzungen stellen eine Hilfe im schnellen kommunikativen Austausch dar, sind aber auch ein Mittel der Sprachökonomie. In dem Fragebogen wurde nicht nach der Art der Abkürzung gefragt (vgl. dafür Schnitzler 2012:88-89), sondern ob sie allgemein eingesetzt werden. Die Befragten gebrauchen nur manchmal (59%) oder selten (28%) Abkürzungen, also sie entscheiden sich in den meisten Situationen für die ausführliche Ausschreibung der Wörter. Somit bestätigen die Ergebnisse der Befragung die Tendenz zur sprachlichen Kürze in den SMS nicht. Ohne Abkürzungen sinkt die Möglichkeit eines schwierigen und missverständlichen kommunikativen Austausches und auch der Informationsverlust. Das problemlose Verstehen des Textes, hingegen, steigt.

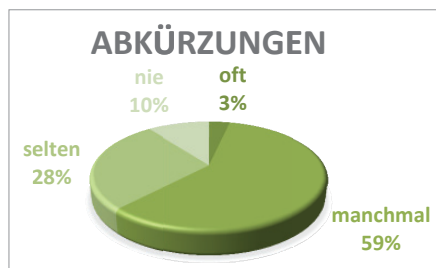


Abb.3: Der Gebrauch von Abkürzungen in der SMS-Sprache

2.2.2. Der Gebrauch von Emoticons

Emoticons haben allgemein die Rolle die Bedeutung einer Botschaft zu verstärken. Seifert (2013:145) beschreibt den Emoticon als „ein Kunstwort aus Emotion und Icon, also aus Gefühl und Symbol. [...] Sie werden spontan in E-Mails, Chats oder Blogs eingefügt und sollen die fehlende Mimik oder Gestik, die in seinem persönlichen Gespräch als Kommunikationshilfsmittel eingesetzt wird, ersetzen“. König (2014) beschäftigt sich mit der kommunikativen Funktion der Emoticons und erklärt, dass sie Gefühle wie Freude, Ärger, Ironie, Liebe und Verwunderung ausdrücken und, dass sie „äußerst expressive Mittel der medial schriftlichen SMS-Kommunikation“ sind (König 2014:4).

Der Fragebogen hat erwiesen, dass die jungen SMS-Schreiber die Emoticons bevorzugen und, dass eine Tendenz zum Gebrauch dieser zum Nachteil des Wortes zu bemerken ist. Fast die Hälfte der Befragten (49%) setzt sie oft oder manchmal (34%) ein.

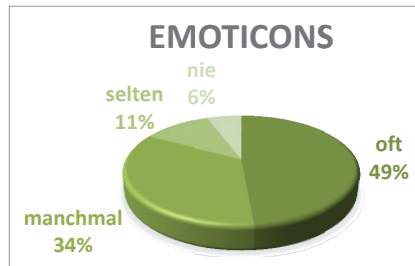


Abb. 4: Der Gebrauch von Emoticons in den SMS

Die Liste der Emoticons (oder Smileys) ist in den letzten Jahren ausführlicher geworden und immer mehr Stimmungen werden heutzutage graphisch dargestellt. Unten eine Liste mit den am meisten gebrauchten Emoticons und deren Bedeutungen.

Tab.3: Die Bedeutung der meist gebrauchten Emoticons in der SMS-Kommunikation

Emoticon	Bedeutung
: -)	Lächelnder Smiley
: -)	Augenzwinkernd
: -(Traurig
: -P	Zunge herausstrecken
: -/	Unentschlossen
: *	Kuß
: -O	Erstaunt
:))	Glücklich
: -D	Stark Lachend
: @	Was?!
<3	Liebe
>:D:<	Umarmung

Eine weitere Frage bezüglich der Emoticons wollte feststellen, welche von den Befragten bevorzugt werden. Im Fragebogen wurden die ersten sieben Beispielen aus der unteren Tabelle (siehe dafür Tabelle Nr. 4) angegeben und zusätzlich wurde gefragt, ob es auch noch andere gibt, die in den SMS gebraucht werden. In den Antworten der Jugendlichen haben sich noch andere Emoticons wiedergefunden, die in der zweiten Hälfte der Tabelle zu betrachten sind (Zeile 8-12).

Die Ergebnisse der Befragung haben gezeigt, dass die meisten Emoticons regelmäßig verwendet werden. An erster Stelle steht die grafische Darstellung des Kusses (:*), gefolgt von dem lächelnden Smiley (:-)) und dem Emoticon, der eine herausgestreckte Zunge darstellt (:-P). Von den zusätzlich genannten werden das glückliche Smiley-Gesicht (:))) und das Zeichen für Liebe (<3) am meisten verwendet. Es ist zu bemerken, dass diese Symbole am besten die Gefühle und Stimmungen der Befragten beschreiben und, dass sie eine Synthese zwischen den verbalen und den nonverbalen Mitteln bilden.

Tab.4: Die meist verbreiteten Emoticons in der SMS-Kommunikation

	Oft	manchmal	Selten	Nie
:-)	38%	27%	21%	14%
;-)	24%	10%	28%	38%
:-(21%	34%	38%	7%
:-P	33%	27%	33%	7%
:-/	10%	41%	14%	35%
:*	48%	37%	11%	4%
:-0	10%	42%	42%	6%
:))	67%	33%	0%	0%
:-D	56%	44%	0%	0%
:@	0%	100%	0%	0%
<3	67%	33%	0%	0%
>:D:<	40%	60%	0%	0%

2.2.3. Die SMS-Sprache zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit

In den Kurzmitteilungen erscheint oft eine informelle Sprache, die Elemente des Geschriebenen und zugleich auch des Gesprochenen aufweist. Obwohl die SMS geschrieben werden, sind sie eigentlich ein vermittelter Austausch einer verbalen Botschaft. Somit ist die Anwesenheit gewisser Aspekte der Mündlichkeit keine Überraschung (vgl. dafür Câmpian 2010:61-65). Die Umfrage hat aber gezeigt, dass mehr als die Hälfte der Befragten elliptische Aussagen eher nur manchmal (51%) oder selten (22%) gebraucht. Diese Tendenz zum Gebrauch vollständiger Aussagen und weniger Brüche im Aufbau der Sätze ist im Einklang mit dem wenig regelmäßigen Verwenden von Abkürzungen (siehe dafür Abb.3). Somit wird der Drang zur klaren Verständigung und der Wunsch deutlich, dass eine einfach entzifferbare Botschaft den Empfänger erreichen soll.



Abb.5: Der Gebrauch elliptischer Aussagen

Bezüglich der Gesprächspartikeln haben sich die Befragten geäußert, dass sie diese oft (25%) oder manchmal (62%) verwenden. Dieser regelmäßige Gebrauch unterstreicht eine gewisse Nähe zum Empfänger und ist auch aus der Hinsicht zu erklären, dass sie meisten SMS an Freunde geschickt werden, also helfen verschiedene Varianten des mündlichen Ausdrucks beim Überwinden der Grenzen zwischen den Kommunikationspartnern.



Abb.6: Der Einsatz von Gesprächspartikeln in der SMS-Sprache

2.3. Kommunikative Aspekte

Der letzte Teil des Fragebogens konzentriert sich auf den kommunikativen Aspekten der SMS aus drei Perspektiven. Einerseits will herausgefunden werden, ob die Befragten die 160 Zeichen eines SMS ganz gebrauchen und ob sie diese Zeichenbegrenzung als eine Hinderung empfinden. Weiter will untersucht werden, wie die Beziehung zwischen dem Sender und dem Empfänger einer SMS ist aus der Perspektive der Anwesenheit einer Gruß- oder Anredeform. Letztens beschäftigt sich der Fragebogen mit den kommunikativen Funktionen der Kurzmitteilungen.

2.3.1. Die Ausnutzung der Zeichen

Mehr als die Hälfte der Befragten (52%) hat geantwortet, dass sie keine Hindernisse und Begrenzungen im kommunikativen Austausch spürt, und, dass sie nur selten (48%) die gesamte Anzahl an Zeichen auch ausnutzt. Somit ist zu schluss-

folgern, dass sie nicht gestört sind von der Begrenzung auf 160 Zeichen und, dass es genug Raum gibt, um ein Befinden auszudrücken und, um eine kommunikative Absicht zu erfüllen.

2.3.2. Der Gebrauch von Gruß- und Anredeformeln

Die Gruß- und Anredeformeln bilden eine Brücke und sind als ein Annäherungsversuch zwischen dem Sender und dem Empfänger zu betrachten. Dieses direkte Ansprechen und die Begrüßung und Verabschiedung stellen eine Beziehung zu dem anderen auf. Die Ergebnisse des Fragebogens haben erwiesen, dass die Befragten oft (38%) Gruß- und Anredeformeln verwenden. Der Empfänger wird nicht nur durch die Wahl der Nummer angesprochen, sondern auch durch gewisse Anredemittel. Die Analyse hat gezeigt, dass die Freunde, diejenige Kategorie ist, die besonders angeschrieben wird (vgl. dafür Tabelle Nr.1). Es sind solche Personen, die den Sendern von SMS nahestehen und die Nähe und freundschaftliche Beziehung wird durch diese Formen der Anrede, der Begrüßung und Verabschiedung zusätzlich verstärkt.

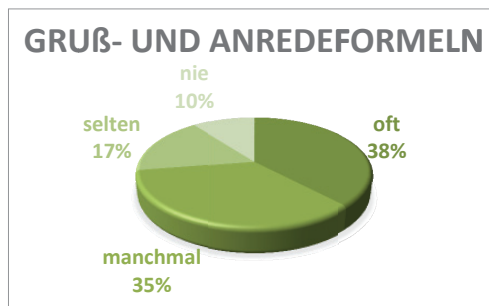


Abb.7: Der Gebrauch von Gruß- und Anredeformeln in den SMS

2.3.3. Kommunikative Funktionen in den SMS-Texten

2.3.3.1. Die Textfunktionen bei Klaus Brinker (1997)

Für Klaus Brinker bezeichnet der Text „eine begrenzte Folge von sprachlicher Zeichen, die in sich kohärent ist und als ein Ganzes eine erkennbare kommunikative Funktion signalisiert“ (1997:17). Der Sprachwissenschaftler stellt im Mittelpunkt seiner Theorie den Begriff der Textfunktion. Diese wird beschrieben als „den Sinn, den ein Text in einem Kommunikationsprozess erhält, bzw. als der Zweck, den ein Text im Rahmen einer Kommunikationssituation erfüllt“ (Brinker 1997:81). Ausgehend von Bühlers Organon-Modell und den fünf Illokutionsklassen von Searle bildet er seine eigene Auffassung von den Grundfunktionen eines Textes. Es unterscheidet die Informations-, die Appell-, die Kontakt-, die Obligations- und die Deklarationsfunktion.

Die Informationsfunktion wird als jene Funktion beschrieben, durch welche man dem Rezipienten zu verstehen gibt, dass man ihm ein Wissen vermitteln will, wie z.B. in einer Vorlesung, einer Nachricht, einem Bericht oder einer Beschreibung. Die Appellfunktion ist jene Funktion durch welche man dem Rezipienten zu verstehen gibt, dass er „eine bestimmte Einstellung einer Sache gegenüber einzunehmen und/oder eine Handlung zu vollziehen hat“ (Brinker 1997:109). Diese Funktion sei in Zeitungskommentare, Werbeanzeigen, Propagandatexten oder Gebrauchsanweisungen zu finden.

Durch die Kontaktfunktion gibt der Emittent dem Rezipienten zu verstehen, dass er eine Beziehung zu diesem aufbauen und erhalten will. Texte mit kontaktspezifischer Funktion sind der Brief oder die Ansichtskarte. Die Obligationsfunktion ist jene Funktion, durch welche man dem Rezipienten zu verstehen gibt, dass man sich „ihm gegenüber verpflichtet, eine bestimmte Handlung zu vollziehen“ (Brinker 1997:117). Diese Funktion kommt im Vertrag, in den Vereinbarungen oder im Garantieschein vor. Durch die Deklarationsfunktion gibt man dem Rezipienten zu verstehen, dass „der Text eine neue Realität schafft“ (Brinker 1997:120). Texte mit deklarativer Funktion sind der Testament, die Bevollmächtigung und die Bescheinigung.

2.3.3.2. Die Erscheinungsformen der Textfunktionen in den SMS-Texten

Ausgehend von der Voraussetzung, dass die SMS als Texte gesehen werden, ist zu untersuchen, welche Textfunktion sich in diesen wiederfinden und in welchem Ausmaß. Die Überschneidung der kommunikativen Funktionen erschwert die Bewertung, jedoch ist eine Tendenz zur dominanten Anwesenheit gewisser Textfunktionen zu bemerken. Laut Brinker ist die Textfunktion das Vorhaben, was ein Text innerhalb einer Kommunikationssituation erfüllt. Die Umfrage hat gezeigt, dass die Absicht der Befragten beim Senden von Kurzmitteilungen an erster Stelle das Schicken von Informationen und an dritter Stelle das Aufrechterhalten der Kontakte ist (vgl. dafür Abb.1). Diese Tatsache steht im Einklang mit den Ergebnissen bezüglich der Textfunktionen. Die Respondierten haben geäußert, dass sich die Informationsfunktion am häufigsten (69%) in ihren Kurzmitteilungen wiederfindet. Aussagen mit appellativem Charakter, also Bitten und Aufträge und solche in denen die Kontaktpflege berücksichtigt wird, erscheinen weniger regelmäßig in den SMS-Texten, jedoch sind sie vertreten (55%). Soweit die meisten Kurzmitteilungen an Freunden geschickt werden, ist die Kontaktpflege nicht so dringend unter Personen, die sich oft anschreiben und somit in eine enge Beziehung stehen. Die Hauptintention ist das Senden von Informationen, was auch dominiert; der Ausdruck von Appellen und die Bemühung, Kontakte zu bewahren, sind nicht so offensichtlich. Versprechungen und Verpflichtungen, die sich durch die Obligationsfunktion kennzeichnen, erscheinen nur selten (62%) in

den Inhalten der SMS und Entschlüsse mit deklarativer Funktion kommen überhaupt nie in den Kurzmitteilungen (69%) vor. Solche Texte sind eher im juristischen Kontext üblich.

Tab. 5: Der Grad an Erscheinung der Textfunktionen in den Kurzmitteilungen

	Oft	manchmal	Selten	Nie
Informationsfunktion	69%	31%	0%	0%
Appellfunktion	21%	55%	24%	0%
Kontaktfunktion	14%	55%	31%	0%
Obligationsfunktion	0%	24%	62%	14%
Deklarationsfunktion	0%	3%	28%	69%

3. Schlussbetrachtung und Ausblick

Die Untersuchung hat erwiesen, dass der Versand von Kurzmitteilungen eine zentrale Rolle im kommunikativen Alltag jugendlicher Handynutzer eingenommen hat. Obwohl sie nur Kurztexte sind, bieten sie genügend viel Raum für den kommunikativen Austausch und für die Erfüllung kommunikativer und kognitiver Intentionen.

Jeder Teil des Fragebogens hat zu gewissen Schlussfolgerungen geführt: bezüglich des Schreibverhaltens wurde deutlich, dass die Jugendlichen aus dem Senden und Erhalten von Kurzmitteilungen eine tägliche Beschäftigung gemacht haben. Sie schreiben und erhalten SMS hauptsächlich an und von Freunden. Für andere Kategorien von Kommunikationspartner werden andere Kommunikationsmittel bevorzugt. Hauptgründe, weshalb sie SMS schreiben, sind um Informationen zu schicken und um bestimmte Probleme zu besprechen.

Was die sprachlichen Aspekte der Kurzmitteilungen betrifft, ist die Sorge um die Pflege der Sprache aus den Ergebnissen des Fragebogens zu entnehmen. Die Annahme, dass sich die Nutzer ausschließlich auf den Inhalt der SMS konzentrieren und wenig Wert auf Stil und Sprache legen, wurde widerlegt. Die Befragten haben deutliches Interesse für die korrekte Schreibweise gezeigt und haben geäußert, dass sie nicht regelmäßig Abkürzungen verwenden. Somit sind die Nutzer bemüht einen verständlichen Text zu senden, der einen hohen Grad an Informationsgehalt trägt. Die richtige Aufnahme und Decodierung der Botschaft ist ein Hauptanliegen der SMS-Gebraucher.

Auf der anderen Seite ist der Trend zum Verwenden von Emoticons offensichtlich. Die Emoticons erscheinen als Ersatz zum Einsetzen der geschriebenen Sprache, beinhalten zur gleichen Zeit auch paraverbale Signale, die typisch für das Gesprochene sind. Dieses Zusammentreffen sprachlicher und non-sprachlicher Mittel in einem graphischen, symbolischen Element verstärkt die Aussagekraft der Kurzmitteilungen. Die Untersuchung hat auch gezeigt, welche Emoticons von den Befragten insbesondere verwendet werden.

Als ein Schwerpunkt innerhalb der linguistischen Analyse der Kurzmitteilungen war auch die Positionierung der SMS-Sprache zwischen der Mündlichkeit und der Schriftlichkeit. Obwohl die SMS geschrieben werden, sind sie eigentlich ein Abbild eines gesprochenen Ausdrucks, das durch ein Medium -das Handy- vermittelt wurde. Die Befragten versuchen jedoch die Grenze zwischen dem Geschriebenen und dem Gesprochenen einzuhalten und zeigen eine Zurückhaltung im Gebrauch elliptischer Aussagen, setzen aber Gesprächspartikeln ein, die auch die Art der Beziehung zum Empfänger implizit beschreiben.

Trotz der Zeichenbegrenzung wird die kommunikative Intention erfüllt und der Text weist mehrere Textfunktionen auf; die Informationsfunktion dominiert, aber auch andere sind anwesend, wie z.B. die Appell- und die Kontaktfunktion. Die Auswertung des Fragebogens hat eine Überschneidung der Textfunktionen verdeutlicht, eine Tatsache, die die Komplexität dieser Kurztexte beweist.

Die Befragten finden die Markierung des Anfangs und des Schlusses im kommunikativen Austausch von großer Bedeutung. Auch diese Anredemittel beschreiben die Beziehung zum Kommunikationspartner.

Mit Sicherheit werden sich die linguistischen Tendenzen in den Kurzmitteilungen noch ändern und die Weiterentwicklung und die Dynamik der Sprache wird sich auch in den SMS-Texten wiederfinden. Abgesehen von dieser Tatsache wird der Sender weiterhin gefragt, die verwendete Sprache an die kommunikative Absicht anzupassen, aber auch an den Empfänger seiner Botschaft.

Die vorliegende Arbeit ist eine Pilotstudie und kann als Ausgangspunkt für eine weitere, umfangreichere Untersuchung zu diesem Thema betrachtet und verstanden werden.

Literaturliste

1. Brinker, K. (1997). *Linguistischen Textanalyse: eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*, 4., durchgesehene und ergänzte Auflage, Grundlagen der Germanistik, Bd.29. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
2. Câmpian, V. (2010). *Grundlagen der verbalen und nonverbalen Kommunikation*. Cluj-Napoca: Accent Verlag.
3. Graffe, J. (2014). Begrüßungen 2.0 – Eine kontrastive Darstellung der Einstiegssequenzen in SMS und privaten Nachrichten im sozialen Netzwerk Facebook. In König, K.; Bahlo, N. (Hrsg.). *SMS, WhatsApp & Co. Gattungsanalytische, kontrastive und variationslinguistische Perspektiven zur Analyse mobiler Kommunikation*, Wissenschaftliche Schriften der WWU Münster, Reihe XII, Bd. 12. Münster: Monsenstein und Vannerdat Verlag, pp.41-58.
4. König, K.; Bahlo, N. (2014). SMS, WhatsApp & Co. – Forschungsstand und Analyseperspektiven. In König, K.; Bahlo, N. (Hrsg.). *SMS, WhatsApp & Co. Gattungsanalytische, kontrastive und variationslinguistische Perspektiven zur Analyse mobiler*

Kommunikation, Wissenschaftliche Schriften der WWU Münster, Reihe XII, Bd. 12. Münster: Monsenstein und Vannerdat Verlag, pp. 1-16.

5. Seifert, D. (2013). *Electronic-Commerce, Mobile-Commerce, Social-Commerce; Lexikon mit den relevanten Definitionen und KPIs in der digitalen Welt*. Berlin: Books on demand Verlag.
6. Schnitzer, C. (2012). *Linguistische Aspekte der Kommunikation in den neuen elektronischen Medien: SMS - E-Mail – Facebook*. München: Grin Verlag.
7. Starke, P. (2014). *Sprachliche Aspekte von SMS-Texten; Eine kommunikationsorientierte Untersuchung von Kurzmitteilungen*. Hamburg: Diplomica Verlag.