

# Muttersprache

Vierteljahresschrift  
für deutsche Sprache

Nicola Döring  
Kurzm. wird gesendet  
Abkürzungen und Akronyme in der SMS-Kommunikation

Jutta Rothmund/Ursula Christmann  
Auf der Suche nach einem geschlechtergerechten  
Sprachgebrauch  
Führt die Ersetzung des generischen Maskulinums  
zu einer Beeinträchtigung von Textqualitäten?

Heike Elsen  
Neologismen in der Jugendsprache

Christiane Krause-Braun  
»Aliens« in der deutschen Pressesprache?  
Anglizismen im heutigen Pressedeutsch –  
ein Vergleich der *Badischen Zeitung* von 1949 und 1999

Rezensionen • Kurzanzeigen

Juli  
Jahrgang 112 (2002)

Gesellschaft für deutsche Sprache

[GfdS]

## INHALTSVERZEICHNIS

### Aufsätze

<i>Nicola Döring</i>	
Kurzm. wird gesendet – Abkürzungen und Akronyme in der SMS-Kommunikation .....	97
<i>Jutta Rothmund/Ursula Christmann</i>	
Auf der Suche nach einem geschlechtergerechten Sprachgebrauch – Führt die Ersetzung des generischen Maskulinums zu einer Beeinträchtigung von Textqualitäten? .....	115
<i>Hilke Elsen</i>	
Neologismen in der Jugendsprache .....	136
<i>Christiane Krause-Braun</i>	
»Aliens« in der deutschen Pressesprache? Anglizismen im heutigen Pressedeutsch – ein Vergleich der <i>Badischen Zeitung</i> von 1949 und 1999 .....	155
<b>Rezensionen</b>	
<i>Harald Weinrich</i>	
Sprache, das heißt sprechen. <i>Eberhard Ockel</i> .....	174
<i>Daniel Elminger/Eva Lia Wyss</i> (Hgg.)	
Sprachliche Gleichstellung von Mann und Frau in der Schweiz. <i>Ingrid Samel</i> .....	175
<i>Brigitte Bulitta</i>	
Zur Herkunft und Geschichte von Spielbezeichnungen. <i>Jürgen Eichhoff</i> .....	177

<i>Ulrich Beck</i>	
Das Schweigen der Wörter. Über Terror und Krieg. <i>Thomas Niehr</i> .....	178
<i>Helmut Schönfeld</i>	
Berlinisch heute. <i>Karl-Ernst Sommerfeldt</i> .....	180
<i>Dominik Harjung</i>	
Lexikon der Sprachkunst. Die rhetorischen Stilformen. <i>Günther Pflug</i> .....	180
<i>Wendelin Schmidt-Dengler/N. K. Streitler</i> (Hgg.)	
Literaturkritik. Theorie und Praxis. <i>Eberhard Ockel</i> .....	182
<i>Metzler Lexikon Sprache</i>	
Print- und CD-ROM-Version. <i>Thomas Niehr</i> .....	183
<i>Lee-Feng Huang</i>	
Europäische und chinesische Rhetorik im Vergleich. <i>Kurzanzeige</i> .....	186
<i>Günter Peuser/Stefan Winter</i>	
Lexikon zur Sprachtherapie. <i>Kurzanzeige</i> .....	186
<i>Reinhard Dithmar</i> (Hg.)	
Theorien zu Fabel, Parabel und Gleichnis. <i>Kurzanzeige</i> .....	186
<i>Heiner Schmidt</i>	
Quellenlexikon zur deutschen Literaturgeschichte. <i>Kurzanzeige</i> .....	186
<i>Walter Jens</i>	
Wer am besten redet, ist der reinste Mensch. Über Fontane. <i>Kurzanzeige</i> .....	187
<b>Ankündigung</b> .....	188
<b>Richtlinien und Hinweise für die Autorinnen und Autoren</b> .....	190

## MUTTERSPRACHE

Vierteljahresschrift für deutsche Sprache

Herausgegeben von der Gesellschaft für deutsche Sprache (GfdS) in Wiesbaden durch ihren Hauptverstand:  
Prof. Dr. Rudolf Hoberg (Darmstadt),  
Dr. Dieter Betz (Wiesbaden),  
Margot Brunner (Wiesbaden),  
Prof. Dr. Dr. h. c. Armin Burkhardt (Magdeburg),  
Prof. Dr.-Ing. Alfred Warner (Darmstadt).

Redaktion: Dr. Joachim S. Heise (GfdS), Spiegelgasse 13, D-65183 Wiesbaden, in Zusammenarbeit mit den wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der GfdS.

Verlag: Gesellschaft für deutsche Sprache e. V., Spiegelgasse 13, D-65183 Wiesbaden, Tel. +49 611 999550, Telefax +49 611 99955-30 Internet: <http://www.gfds.de>

Sämtliche Urheberrechte vorbehalten.  
Nachdruck nur mit Genehmigung des Verlages.

Beiträge für die »Muttersprache« werden an die Redaktion erbeten. Für unverlangt eingesandte Bücher keine Haftung. Autoren und Autorinnen werden gebeten, die »Richtlinien und Hinweise« anzufordern.

Der Jahrgang umfasst 4 Hefte.  
Erscheinungsweise: März, Juni, September, Dezember.

Bezugspreis: 67,49 €. Preis eines Einzelheftes 18,- €,  
Bezugspreis für Mitglieder der GfdS: 47,81 €,  
Bezugspreis für Studierende,  
Referendare und Referendarinnen: 42,18 €. Alle Preise zuzüglich Verpackungs- und Versandkosten.

Bestellungen nehmen jede Buchhandlung und der Verlag entgegen.

Zahlungen nur an die Gesellschaft für deutsche Sprache, Wiesbaden, Postbank Ffm 963 33-607 (BLZ 500 100 60).

ISSN 0027-514 X

Verantwortlich für den Anzeigenteil:  
Gesellschaft für deutsche Sprache e. V.  
Spiegelgasse 13, D-65183 Wiesbaden

Druck: Dinges & Frick GmbH, Wiesbaden  
Umschlaggestaltung: Susanne Kreuzer, Petra Wilhelm

Redaktionsschluss: 15. Mai 2002

## »Kurzm. wird gesendet«

*Abkürzungen und Akronyme in der SMS-Kommunikation*

Von NICOLA DÖRING

### Abstract

Die technische Beschränkung auf maximal 160 alphanumerische Zeichen sowie die mühsame Handhabung der Handy-Tastatur legen es nahe, dass man sich kurz fasst bei der SMS-Kommunikation. Anhand eines Korpus von N = 1.000 authentischen SMS-Texten und einer Befragung von N = 124 handynutzenden Studierenden wurden Arten, Häufigkeiten und Funktionen von Kurzformen in der SMS-Kommunikation untersucht. Es zeigte sich, dass 1) mit Ausnahme von Ad-hoc-Abkürzungen kaum SMS-spezifische Kurzformen nachweisbar sind, die eine kollektive Identitätsfunktion erfüllen könnten, dass 2) Abkürzungen und Akronyme in der SMS-Kommunikation insgesamt selten auftreten und dass 3) die Verwendung von Kurzformen in SMS-Texten neben einer Ökonomie- auch eine Interpretationsfunktion erfüllt.

The 160 character limit of the Short Message Service plus the troublesome text entry on mobile phone limited size keyboards suggest that text messages are kept short. Types, frequencies, and functions of short forms in text messages were studied using a corpus of N = 1.000 authentic text messages and questionnaire data from N = 124 student mobile phone users. It turned out that 1) with the exception of ad-hoc-abbreviations, almost no SMS-specific short forms exist, which could manifest a collective identity, that 2) abbreviations and acronyms are only seldom used in text messaging, and that 3) besides economization short forms support interpretation of text messages.

### 1 Einleitung

Simsen, texten, tickern – damit ist die zwischenmenschliche Kommunikation mittels elektronischer Kurzmitteilungen *SMS* (>Short Message Service<) gemeint. *SMS-Botschaften* werden typischerweise vom Mobiltelefon aus verschickt und auf dem Mobiltelefon empfangen. Versand und Empfang von *SMS-Botschaften* sind zwar heute auch per Festnetztelefon oder Internet möglich, das Mobiltelefon ist jedoch das dominierende Endgerät. Der auf der Basis der 1992 eingeführten Mobilfunktechnologie *GSM* (>Global System for Mobile Communications<) realisierte *SMS-Dienst* begrenzt Kurzmitteilungen auf maximal 160 alphanumerische Zeichen.

Versendete *SMS-Botschaften* werden zunächst in einer *SMS-Zentrale* (*SMSC*: >Short Message Service Center<) des Mobilfunknetzes gespeichert und erst dann zum *Zielhandy* übertragen, wenn dieses im Netz eingebucht ist. *SMS-Kommunikation* verläuft aufgrund der Zwischenspeicherung technisch asynchron. Dementsprechend haben *SMS-Botschaften* mehrheitlich den Charakter von monologischen, in sich abgeschlossenen Texten (teilweise mit Anrede und Unterschrift), wobei als Textsorten etwa Grüße, Einladungen, Glückwünsche, Witze oder Liebesbriefe auftreten. Bei promptem Reagieren des Kommunikationspartners entstehen mit geringer Zeitverzögerung teilweise auch regelrechte *SMS-Dialoge*, also Abfolgen von mindestens zwei aufeinander bezogenen, zeitlich und thematisch zusammenhängenden Beiträgen (siehe Abb. 1).

*Kurzm. wird gesendet*

Muttersprache 2/2002 97

Die 16-jährige Gymnasiastin Britta lernt den ebenfalls 16-jährigen Sven am 31. 12. 2000 auf einer Silvesterparty kennen. In den folgenden Tagen tauschen die beiden SMS-Botschaften aus und unternehmen auch zwei Mal etwas gemeinsam. Um Überblick über den Flirtverlauf zu behalten, schreibt Britta die mit Sven ausgetauschten SMS in ein Heft ab, denn ihr Handy hat nur begrenzte Speicherkapazität. Ihr SMS-Protokoll übergab sie uns im Frühjahr 2001 im Rahmen einer explorativen Befragung von Ilmenauer Jugendlichen zu ihren Handy-Flirt-Erfahrungen. Dem Protokoll ist für den 3. Januar 2001 folgender SMS-Dialog zu entnehmen:

Sven	19.40 Uhr:	Was läuft zwischen dir und Maik? [32 Zeichen]
Britta	19.42 Uhr:	Nix. Wieso? [12 Z]
Sven	19.44 Uhr:	Nur so. Ich mag dich. Ich würde gern mit dir zusammen kommen. Aber.. [68 Z]
Sven	19.47 Uhr:	Dazu gehören nunmal zwei die daran nichts auszusetzen haben. [60 Z]
Sven	19.54 Uhr:	Sag mir deine Meinung dazu. Mir ist es sehr ernst. [50 Z]
Britta	19.57 Uhr:	Du bist ein guter Kumpel mehr ist da nicht. Außerdem hab ich einen festen freund!! [82 Z]
Sven	20.00 Uhr:	Ist das deine ehrliche Meinung? Also ganz schlechte Karten für mich?!? [70 Z]
Britta	20.04 Uhr:	Sorry ist nunmal so [19 Z]
Sven	20.07 Uhr:	ok. Das muß ich wohl so hinnehmen. Ich hoffe du hast damit kein Problem dass du weißt wie ich denke. [100 Z]
Sven	20.15 Uhr:	Ich denke dass du auch nichts von mir willst wenn du keinen Freund hättest. Ich denke dass du mich nur damit darüber hinweg bringen willst. [139 Z]
Sven	20.18 Uhr:	Ich habe diese Meinung weil ich vor nicht allzu langer Zeit ganz schön verarscht wurde. [86 Z]

Abbildung 1: Beispiel für einen SMS-Dialog im sozialen Kontext

Der vorliegende Beitrag beschäftigt sich mit Kurzformen, insbesondere mit Abkürzungen und Akronymen, in der *SMS-Kommunikation*. Er charakterisiert zunächst diese neue Form elektronischer Kommunikation, schildert dann das methodische Vorgehen und diskutiert schließlich empirische Ergebnisse zu Arten, Verbreitung und Funktionen von Kurzformen in der *SMS-Kommunikation*. Zahlreiche Forschungsdesiderate zu sprachlichen Besonderheiten werden aufgezeigt.

## 2 Gegenstand

### 2.1 Verbreitung der SMS-Kommunikation

Mit mehreren hundert Millionen elektronischen Kurzmitteilungen pro Monat sind die Deutschen Europas Spitzenreiter in der *SMS-Kommunikation* (GSM Association, 2001). Im Jahr 2001 gingen rund 21 Milliarden *SMS-Texte* durch die vier deutschen GSM-Netze D1 (T-Mobil), D2 (Mannesmann-Vodafone), E1 (E-plus) und E2 (Viag Interkom) (Lehmkuhl et al., 2002, S. 107). Insbesondere Jugendliche und junge Erwachsene widmen sich intensiv dieser neuen Form des interpersonalen Kontakts: Sie senden und empfangen in der Regel mehrere *Kurzmitteilungen* (>text messages<) täglich, was die Frequenz der *Brief-, E-Mail- oder Telefon-Kommunikation* übertrifft (vgl. Höflich/Rössler, 2001; Ling, 1999). Die heutigen Jugendlichen werden deswegen in den Massenmedien schon als *Generation SMS* oder *generation txt* apostrophiert (z. B. Lehmkuhl et al., 2002; Rensmann, 2001; Wurzenberger, 2000). Darüber hinaus ist mittlerweile auch unter Erwachsenen die *SMS-Kommunikation* veralltäglicht (Lehmkuhl et al., 2002, S. 110; MORI/Lycos, 2000; TNS EMNID, 2001). Den Statistiken der GSM Association zufolge nimmt die *SMS-Kommunikation* international weiterhin zu (www.gsmworld.com).

Dabei ist die *SMS-Kommunikation* relativ kostspielig: Zwischen 0,05 und 0,20 Euro kostet – um 2002 – das Versenden einer SMS; der *SMS-Empfang* ist kostenlos. Zudem ist die *SMS-Kommunikation* per Handy recht umständlich: Die *Handy-Tastatur* ist üblicherweise eine Zifferntastatur mit zehn Zifferntasten (0–9) und zwei Zusatz Tasten. Durch *Mehrfachbelegung* lassen sich über die Zifferntasten Buchstaben und Sonderzeichen generieren. So muss man etwa die Taste »4« zwei Mal hintereinander drücken, um den Buchstaben »H« zu erhalten. Für die Zeichenfolge »Hallo« [fünf Zeichen] muss folgende Tastenreihe gedrückt werden: »44255555666« [zwölf Tastendrucke]. Um die *SMS-Eingabe* zu vereinfachen bieten neue Handy-Modelle die Eingabehilfe »T9« an (www.t9.com). Die T9-Software bietet auf der Basis von neun Zifferntasten nach dem einmaligen Tippen jeder Taste automatische Wortergänzungen an, welche jedoch teilweise korrekturbedürftig sind. Mithilfe dieser *Eingabe-Erkennungssoftware* kann »Hallo« mit fünf Tastendrucke erzeugt werden: »42556«. Groß- und Kleinschreibung müssen sowohl bei der herkömmlichen als auch bei der T9-gestützten Texteingabe extra eingestellt werden. Der Umgang mit der *Handy-Tastatur* erfordert in jedem Fall Übung und Fingerschick. Während manche Jugendlichen in der Lage sind, ohne überhaupt hinzuschauen in der Hosentasche *SMS-Botschaften* mit dem Daumen einzutippen, stellt für andere (z. B. für Menschen mit visuellen oder feinmotorischen Beeinträchtigungen) die Handhabung der kleinen Tastatur eine Belastung oder Überforderung dar.

Ausschlaggebend für den Erfolg der *SMS-Kommunikation* sind nicht zuletzt die – im Vergleich zum vernetzten Computer – sehr hohen Adoptionsraten des Mobiltelefons in der Bevölkerung. Insbesondere Bevölkerungsgruppen, die im Zusammenhang mit geringerer formaler Bildung von der *Online-Kommunikation* tendenziell ausgeschlossen sind (z. B. Haupt- und Berufsschüler/innen) partizipieren verstärkt an der Mobil-Kommunikation. Schließlich ist das Handy nicht nur ein portables Telefon, sondern durch seine verschiedenen Applikationen und Dienste ein persönliches Mehrzweck-Medium (Höflich, 2001), das sich unterschiedlichsten Nutzungsinteressen anpassen lässt: Man kann es unter anderem als Wecker benutzen und als Adressbuch, als Telefon und als Anrufbeantworter, als Korrespondenzspeicher, als Terminplaner, als Spielgerät oder als modisches Accessoire. Doch keiner anderen Handy-Anwendung wurde in der Öffentlichkeit so viel Aufmerksamkeit geschenkt wie der *SMS-Kommunikation*. *Simsen* wurde 2001 von der *Gesellschaft für deutsche Sprache* (www.gfds.de) sogar als eines der »Wörter des Jahres« ausgewählt.

### 2.2 Funktionen der SMS-Kommunikation

Die *SMS-Kommunikation* dient (bislang) vor allem der privaten Kommunikation mit dem Partner bzw. der Partnerin, mit Freunden, Bekannten, Geliebten und Familienangehörigen (vgl. Höflich/Rössler, 2001; Jaekel et al. 2001; Ling, 1999; Ling/Yttri, 1999). Abgesehen von der dyadischen Kommunikation werden Kurzmitteilungen auch im Rahmen der informellen Gruppenkommunikation eingesetzt, beispielsweise von Familien oder Freundescliquen (Androutopoulos/Schmidt, 2001 und 2002). In formellen Kontexten wie etwa in Arbeitsbeziehungen und Arbeitsteams, im Rahmen der Organisationskommunikation oder der Öffentlichkeitsarbeit kommt SMS dagegen seltener zum Einsatz (z. B. Pressearbeit per Kurzmitteilung, indem ein Veranstaltungsort per *SMS-Verteiler* auf aktuelle Konzerte hinweist). Auf der Ebene der Massenkommunikation, bei der institutionalisierte Kommunikatoren ein disperses Publikum adressieren, werden Kurzmitteilungen in Form von *SMS-Werbung*, *SMS-Spielen* und *SMS-Informationendiensten* (z. B. Fußballer-

gebnisse, Börsenkurse, Tageshoroskope) eingesetzt. Allerdings befinden sich massenmediale *SMS-Formate* teilweise noch in der Erprobungsphase. Schwerpunktmäßig wird der *SMS-Dienst* bislang für interpersonale Kommunikation genutzt.

Befragungsstudien und Inhaltsanalysen zeigen, dass interpersonale Kurzmitteilungen vor allem folgende sozial-kommunikative Funktionen erfüllen (vgl. Döring, 2002): Pflege bestehender zwischenmenschlicher Beziehungen (z. B. durch Grüße, Glückwünsche, Einladungen, Witze), Koorientierungen im Tagesverlauf (z. B. durch Lageberichte über momentane Aktivitäten und Aufenthaltsorte) und Koordination von praktischer Unterstützung (z. B. durch das Versenden von Einkaufslisten oder Abholzeiten). Instrumentelle und expressive Funktionen werden dabei nicht selten kombiniert (z. B. Einkaufsliste plus Liebeserklärung: »1x Brot, Wurst, 5Sack Äpfel I.L.D.«). Die nicht-angesichtige *SMS-Kommunikation* unterstützt im Sinne einer Enthemmung das Offenbaren von Gefühlen, was ihre besondere Bedeutung für Flirts und Paarbeziehungen begründet. Neben sozial-kommunikativen Funktionen bietet die Beschäftigung mit der *SMS-Kommunikation* aber auch intrapersonale Gratifikationen (z. B. Stimmungsregulation durch *SMS-Versand* bei Langleweiligkeit oder Angst; Erwerb von Technikkompetenz durch das Experimentieren mit der Eingabehilfe T9 beim *SMS-Tippen*).

Die Determinanten, Merkmale und Konsequenzen der Nutzung des *SMS-Dienstes* sind vielfältig und vielschichtig und in ihrer Komplexität noch ungenügend untersucht, wobei unterschiedliche Disziplinen angesprochen sind, darunter etwa Soziologie, Psychologie, Kommunikations-, Medien- und Sprachwissenschaft.

### 2.3 Kurzformen in der SMS-Kommunikation

Die durch die *GSM-Mobilfunktechnologie* vorgegebene technische Restriktion auf 160 Zeichen (inklusive Leerzeichen) erlaubt bzw. erzwingt sprachliche Verknappung: Man darf sich kurz fassen, ohne dass dies beim Gegenüber »kurz angebunden« wirkt. Andererseits muss man sich kurz fassen, um nicht die Zeichenbegrenzung zu sprengen, denn der Versand jeder einzelnen SMS ist teuer. Schließlich will man sich kurz fassen, da die Texteingabe mit Hilfe der *Handy-Tastatur* mühsam ist. Und letztlich kann man sich pragmatisch oft störungsfrei kurz fassen, weil man unter Vertrauten kommuniziert und ein gemeinsamer Wissenshintergrund vorhanden ist. Die *SMS-Kommunikation* scheint aus den obigen vier Gründen prädestiniert für eine verstärkte Verwendung von syntaktischen und lexikalischen Kurzformen, die gegenüber den Vollformen Zeichen bzw. Tastendrücke einsparen. Bezeichnenderweise wird das Verschicken einer SMS auf vielen Handys mit einer Abkürzung quittiert: »Kurzm. wird gesendet«.

Kurzformen in der *SMS-Kommunikation* lassen sich zunächst einmal eine Ökonomiefunktion zuschreiben: Bei der Textproduktion spart man Zeichen und damit Zeit sowie motorische Anstrengung; beim anschließenden Textversand spart man durch das Einhalten der Zeichenbeschränkung die Kosten für Folgebotschaften. Neben einer »Ökonomiefunktion« lässt sich den Kurzformen in der *SMS-Kommunikation* aber auch eine »kollektive Identitätsfunktion« zuschreiben. Letztere erfüllen Kurzformen immer dann, wenn es eines speziellen, sozial geteilten Wissens bedarf, um die Kurzformen verstehen und verwenden zu können. Der sachkundige Gebrauch der betreffenden Kurzformen ist dann Indikator für Gruppenzugehörigkeit und Bestandteil von Gruppenidentität (vgl. Grzega, 1999). Tatsächlich wird oft postuliert, dass in der *SMS-Kommunikation* bzw. unter *SMS-Nutzern* spezifische Kurzformen gebräuchlich sind, die nicht der Standardsprache ange-

hören. In den Massenmedien wird die *SMS-Kommunikation* im Zusammenhang mit diesen Kurzformen teilweise sogar als »Geheimcode der Jugend« etikettiert (Kroker, 2001).

Ursprünglich war es eine Kampagne der Bild-Zeitung, durch die im November 2000 unter dem Motto »Die große SMS-Aktion gegen lange Sätze« im Lautwert auszusprechende Silben-Akronyme (»Lidumino« = »Liebst du mich noch«; »Dubidodo« = »Du bist doch doof«) als typischer *SMS-Stil* etabliert werden sollten (Köhler, 2000). Entsprechende Akronyme werden seitdem in Printmedien nicht selten als »beliebteste SMS-Abkürzungen« bezeichnet, im Internet in so genannten *SMS-Lexika* zusammengestellt und in *SMS-Ratgeber-Büchern* publiziert (siehe Tab. 1).

<i>SMS-Lexikon</i> Motorola (www.motorola.de)		<i>SMS 4U</i> Ralf Langhals (2001, S. 83–87)	
AKLA	Alles klar?	Alkla	Alles klar?
BABS	Bin auf Brautsuche.	Braduhi	Brauchst du Hilfe?
CU	See you (wir sehen uns).	Haduluaueibi	Hast du Lust auf ein Bier?
DUWSU	Du warst super.	Lamiinfri	Lass mich in Frieden.
FANTA	Fahr noch tanken.	Lamito	Lach mich tot.
HDGDL	Hab dich ganz doll lieb.	Mamima	Mail mir mal!
KO20MISPÄ	Komme 20 Minuten später.	Mödiunse	Möchte dich unbedingt sehen!
LEIA	Liebling es ist aus.	Mömidiku	Möchte mit dir kuscheln.
STIMST	Stehe im Stau.	Semibinimebö	Sei mir bitte nicht mehr böse.
WZTWD	Wo zum Teufel warst du?	Schsch	Schlaf schön!
ZUMIOZUDI	Zu mir oder zu dir?	Wobidumedima	Wo bist du? Melde dich mal!

Tabelle 1: Auswahl aus Online- und Print-Sammlungen von SMS-Akronymen

Neben Akronymen, die aus der privaten Brief- und Zettel-Kommunikation (wie bspw. »ILD« = »Ich liebe dich«), aus der Geschäftskorrespondenz (z. B. »MfG« = »Mit freundlichen Grüßen«) oder aus der Online-Kommunikation bekannt sind (z. B. »FAQ« = »Frequently asked questions«; »CU« = »see you«), findet sich in diesen Sammlungen tatsächlich eine Reihe von genuin neuen Akronymen (z. B. »DUWIPA« = »Du wirst Papa«), darunter homonyme Buchstabier- und Lautwert-Akronyme (»SMS« = »Servus mein Schatz«; »WASA« = »Warte auf schnelle Antwort«). Durch verstärkte Verwendung derartiger *SMS-Kurzformen* könnten erfahrene *SMS-Nutzer* Botschaften erzeugen, die nur von ihresgleichen verstanden werden. Diese mediumsspezifische kollektive Identitätsfunktion ist abzugrenzen von sprachlichen Manifestationen anderer Gruppenidentitäten sowie persönlicher Identitäten in der *SMS-Kommunikation*. So könnte der Gebrauch von *SMS-Akronymen* auch ein Versuch sein, sich selbst als modern, jugendlich, innovativ oder cool zu stilisieren.

Neben einer Ökonomie- und einer Identitätsfunktion ist Kurzformen auch eine *Interpretationsfunktion* in der Weise zuzuschreiben, dass bei der Textproduktion durch den gezielten Einsatz oder Nicht-Einsatz von Kurzformen mögliche Rezeptionsweisen und Textwirkungen antizipiert und gesteuert werden. Die technisch asynchrone *SMS-Kommunikation* wird überwiegend im privaten sozialen Umfeld eingesetzt, wobei manchmal auch zeitnahe *SMS-Dialoge* geführt werden. Dadurch ergeben sich Kommunikationssituationen, die »konzeptuelle Mündlichkeit« (Koch/Oesterreicher, 1994) bzw. einen »Parlando-Stil«

(Sieber, 1998) nahe legen, also die bewusste Verletzung schriftsprachlicher Normen zugunsten eines gesteigerten Erlebens von psycho-sozialer Nähe zwischen Text-Autor/in und Text-Leser/in. Merkmale informeller Sprechsprache wie etwa Dialektales (»Morgen«), Interjektionen (»puhaa«) oder emulierte Prosodie (»bis dahaaann«) sind in der SMS-Kommunikation vertreten. Auch die Verwendung von Kurzformen kann dazu beitragen, einem medial schriftlichen Text den Anstrich von Unmittelbarkeit, Ungezwungenheit und Spontaneität zu geben. Kurzformen können also Anhaltspunkte liefern, in welchem Interpretationsrahmen (z. B. spielerisch oder ernst) eine Botschaft zu deuten ist.

### 3 Methode

#### 3.1 Forschungsfragen

Die drei zentralen Forschungsfragen beziehen sich auf Arten, Verbreitung und Funktionen von Kurzformen in der SMS-Kommunikation:

- Welche syntaktischen und lexikalischen Kurzformen treten in der *SMS-Kommunikation* auf?
- Wie verbreitet sind syntaktische und lexikalische Kurzformen in der *SMS-Kommunikation*?
- Ist den in der *SMS-Kommunikation* beobachtbaren Kurzformen eher eine Ökonomie-, eine Identitäts- oder eine Interpretationsfunktion zuzuschreiben?

#### 3.2 SMS-Korpus

Als Hauptmethode der Studie wurde die Korpusanalyse eingesetzt. Das aus N = 1.000 authentischen *SMS-Botschaften* bestehende Korpus wurde im April 2001 erstellt und im September 2001 ergänzt. Das Korpus umfasst insgesamt 13.357 Wörter und 77.620 Zeichen (mit Leerzeichen). Dabei blieben die als Metatext – analog dem Header der E-Mail (vgl. Runkehl et al., 1998, S. 124 f.) – jeder einzelnen SMS angehängten systemgenerierten Angaben zu Sendedatum, Sendezeit und Sendetelefonnummer unberücksichtigt.

Im Schneeball-Verfahren wurden über Studierende der *Technischen Universität Ilmenau* und deren soziale Netzwerke *SMS-Botschaften* gesammelt, die die Zielpersonen entweder noch auf ihrem Handy gespeichert oder mit Hilfe standardisierter Medientagebücher über den Zeitraum von ein bis zwei Wochen hinweg protokolliert hatten. Teilweise wurden zusätzlich zu den *SMS-Texten* noch Hintergrundinformationen mit erhoben (z. B. Angaben zu Sender und Empfänger oder zur Schreib- und Lesesituation). Während das von Androutsopoulos und Schmidt (2001) im Rahmen einer Gattungsanalyse untersuchte SMS-Korpus (N = 934 Texte) auf eine Freundesclique von fünf Personen zurückgeht und auf die exemplarische Untersuchung gruppeninterner *SMS-Kommunikation* abzielt, soll das hier verwendete Korpus, dessen Einzeltexte von rund zweihundert Personen stammen (darunter Schüler, Auszubildende, Studierende, Berufstätige), in erster Linie die Bandbreite authentischer *SMS-Texte* dokumentieren. Diese manifestiert sich auch in den von Schlobinski et al. (2001) bei 150 Schülern und Studierenden gesammelten 760 *SMS-Texten*. Schließlich sind die sprachlichen Merkmale der *SMS-Botschaften* nicht durch das Medium allein determiniert, sondern wesentlich durch die Merkmale der Kommunizierenden, ihrer interpersonalen Beziehungen sowie der jeweiligen Kommunikationsanlässe mitbestimmt.

Vor dem Hintergrund, dass *SMS-Kommunikation* überwiegend in privaten interpersonalen Beziehungen und oft in positiv konnotierten Situationen praktiziert wird, ist es verständlich, dass eine informelle Schriftlichkeit vorherrschend ist, die auf unterschiedliche sprachliche Gestaltungsressourcen zurückgreift (siehe Tab. 2).

Gestaltungsressourcen	Textbeispiele (SMS-Korpus N=1.000)
Informelle Sprechsprache	Hallo! So meine Woche is rum *g*! Vergiß bitte net, mir bescheid zu geben wegen Ostern! Können ja auch noch tel., wenn s nachher ma passt bei dir! Ciao! [153 Z]
Gebrochenes Deutsch (»Kanak-Deutsch«)	He Alter! Training 20:00 keine Minute später, oder isch leg dir um [67 Z]
Jugendsprache	Hallöchen... Na alles klar? Das war voll öde mit dem und bei dir Snowboarderchen?? Der is voll schwul, echt. Bis Montag [199 Z]
Dialektales	HAB HIER GRAD DAS NEUE DEPECHEMODE-ALBUM BEKOMMEN. ERSCHEINT ERST IM MAI... WENNST BRAV BIST DANN KRIEGST NE KOPIE... [117 Z]
Internet-Jargon	Hi Micha! :-)) Also das script v. Fechner hatte ich dir wiedergeg., weils doch der Olaf wollte.Falls du deswegen jetzt nach USA muß,komme mit.*g* CU asap [153 Z]

Tabelle 2: Sprachliche Gestaltungsressourcen informeller Schriftlichkeit in SMS-Texten

Bei der Auswahl und Kombination der Gestaltungsressourcen kommen individuelle Präferenzen und kollektive Normen zum Tragen. So war in dem von Androutsopoulos und Schmidt (2001) ausgewerteten SMS-Korpus einer rheinländischen Freundesclique ein kindersprachliches Register stark repräsentiert (»DANKE FÜR DIE SÖÖNE KAADE; HABBICHBÖSEGEWESEN«), das im hier betrachteten Korpus überhaupt nicht vorkommt. Trotz der Dominanz informeller Schriftlichkeit ist in Abhängigkeit vom Kommunikationskontext auch formelle bzw. konzeptuelle Schriftlichkeit in *SMS-Botschaften* anzutreffen. So fanden sich im Korpus beispielsweise elaborierte literaturkritische Äußerungen

»Es tut gut, so etwas in einem Buch für Kinder zu lesen. Da kann man Hoffnung sehen für die Welt, und dass sie bei aufmerksamem Betrachten ganz gute Menschen hat«

und emphatische Botschaften im Briefstil

»Ich brauche dich so sehr! Du bedeutest mir so viel, dass ich es nicht in Worte fassen kann. Deine dich liebende Sonja.«

Die Auswertung des SMS-Korpus umfasst eine qualitative Betrachtung von Textbeispielen sowie eine quantitative Textanalyse, wobei die am Korpus gewonnenen Befunde aufgrund der Gelegenheitsstichprobe nur explorativen Charakter haben. Repräsentative Aussagen für die *SMS-Produktion* der bundesdeutschen Bevölkerung sind nicht intendiert. Die Länge der *SMS-Texte* im Korpus variierte sehr stark: Die kürzeste SMS umfasste nur zwei

Zeichen (»ok«), die längste SMS schöpfte alle 160 Zeichen aus. Mit durchschnittlich 13 Wörtern bzw. 78 Zeichen wurde die technisch mögliche Obergrenze insgesamt deutlich unterschritten: 50 % des Platzes blieben ungenutzt. Zwei- oder dreiteilige SMS-Botschaften, wie sie im Eingangs-Beispiel vorkommen, waren im Korpus nur sehr vereinzelt zu finden.

### 3.3 SMS-Fragebogen

Ergänzend zur Korpusanalyse wurde im April 2001 an der TU Ilmenau eine explorative Fragebogenerhebung zur *SMS-Nutzung* durchgeführt. Den standardisierten Fragebogen füllten N=124 handynutzende Studierende der Medienwissenschaft, Medienwirtschaft und Medientechnologie im Rahmen von Lehrveranstaltungen aus. Die Auswertung erfolgte computergestützt mittels eines Statistikprogramms. Die Befragungsstichprobe war durch die Beschränkung auf Studierende (58 % Frauen, 42 % Männer; 44 % Single, 53 % feste Partnerschaft/Ehe, 3 % andere Lebenssituation) insgesamt homogener als die Gruppe der SMS-Schreiber/innen, deren Texte in das Korpus eingingen.

Im Durchschnitt verschickten die befragten Studierenden pro Tag gut zwei *SMS-Botschaften*, wobei die Streuung mit ebenfalls gut zwei SMS relativ groß war: Während einige Befragte nur maximal ein oder zwei SMS pro Woche verschickten, kamen andere auf bis zu zwanzig SMS pro Tag. Die Zahl der erhaltenen SMS entsprach dabei jeweils der Zahl der selbst verschickten SMS. Zum Versenden von SMS nutzten die Befragten das Handy, zu knapp 50 % aber auch das Internet, zu dem sie als Studierende fast täglich Zugang hatten. Der *SMS-Versand* per Internet hat zwei Vorteile: Er ist bei werbefinanzierten Diensten teilweise kostenlos und ermöglicht zudem eine komfortablere Texteingabe per Computertastatur. 30 % der Befragten gaben an, beim *SMS-Versand* per Handy die Eingabehilfe T9 zu verwenden. Die monatlichen Kosten für Mobilkommunikation rangierten bei den Befragten zwischen 0 und 100 Euro (M = 22 €, SD = 18 €). Dabei zeigte sich ein signifikanter positiver Zusammenhang zwischen der Anzahl der verschickten SMS und der Höhe der Handyausgaben ( $r = .33, p < .001$ ), was die ökonomische Bedeutung des *SMS-Dienstes* im Kontext anderer Handy-Anwendungen unterstreicht. Neben der Mobiltelefonie partizipierten nahezu alle befragten Handynutzer an der interpersonalen SMS-Kommunikation. *SMS-Informationdienste* als Angebote der individualisierten Massenkommunikation wurden nur von 11% genutzt (vgl. Schlobinski et al., 2001, S. 31).

## 4 Ergebnisse

### 4.1 Arten von Kurzformen in der SMS-Kommunikation

#### 4.1.1 Syntaktische Kurzformen

Im hier analysierten Korpus ließen sich sechs Formen syntaktischer Reduktion nachweisen, was mit den Befunden von Androutsopoulos und Schmidt (2001, S. 20 ff.) übereinstimmt (siehe Tab. 3).

Phänomene syntaktischer Reduktion	Textbeispiele SMS-Korpus N=1.000	Androutsopoulos/Schmidt (2001, S. 21)
1. Tilgung von Subjektpronomen	- [Ich] Komme später Heim...! - [Ich] Sitz grad in der Vorlesung und habe Langeweile!! - [Es] War auch ohne dich lustig. MFG - Falls du Lust hast kannst du mir bitte den Schlüssel vorbeibringen, [ich] hab mich ausgesperrt :(	[Ich] Wünsche ein schönes Fest
2. Tilgung von Artikel bzw. Possessivpronomen	- [ ] Schon wieder zurück aus [dem] Urlaub? - Gehst du [ ] Samstag in die Stadthalle? Weißt du was [der] Eintritt kostet? - Essen voraussichtlich 12.45... [die] jungs sind grad nicht da	Wie war [das] Maifest?
3. Tilgung von Präposition ohne Präposition-Artikel-Fügung	- Fahre dann [zum] Donath. Kommste auch hin? - Gehst du [am] Samstag in die Stadthalle? Weißt du was [ ] Eintritt kostet?	[ ] Sitzen [im] Park, trinken Kaffee.
4. Tilgung von Kopula-, Hilfs-, Modalverb	- Hi Du!! Marco hier!! Mir haben se das Handy erstmal abgeklemmt weil [ ] Rechnung nicht bezahlt [wurde] !! - Frohe Ostern. Ciao (powered by www.radiosaw.de) - Hier [ist] die Nummer von Norbert ...	[Kannst] Du mich holen oder was???
5. Tilgung von Verb und Subjektpronomen	- [Hast du] Lust, dann komm vorbei? - [Bist du] Schon wieder zurück aus [ ] Urlaub? - Hier [bekommst du] also die Nummer... - Hallo Schatz, und [hast du] schon Feierabend für heute? Kuss!	[Ich habe] Schon wieder Sehnsucht
6. Telegrammstil	- Hallo! komme ostern, habe auto! - ciao Jan - Essen voraussichtlich 12.45... [ ] jungs sind grad nicht da - Und, Zivi-Zeit überstanden? Arbeitest Du schon wieder? Gibt's sonst was Neues? Ich komm do. Abend. - Morgen Stern?	Morgen Frühstück?

Tabelle 3: Formen syntaktischer Reduktion in SMS-Texten

#### 4.1.2 Lexikalische Kurzformen

Eine allgemein verbindliche Taxonomie lexikalischer Kurzformen fehlt, und die Abgrenzung von Akronymen und Abkürzungen wird unterschiedlich vorgenommen (vgl. Cannon, 1989; Dürscheid 2002). Akronyme werden hier definiert als Wörter, die aus den jeweils ersten (bzw. auch zweiten und dritten) Anfangsbuchstaben von Wörtern einer Wortfolge (manchmal auch von Silben eines Wortes) gebildet und in Buchstabierweise oder im Lautwert ausgesprochen werden. Als Abkürzungen dagegen werden hier schriftliche Kurzformen von Wörtern kategorisiert, die typischerweise aus den Anfangsbuchstaben gebildet und in der Vollform ausgesprochen werden. Bei den Abkürzungen sind konventionelle Formen (gemäß Duden) und unkonventionelle Ad-hoc-Abkürzungen zu unterscheiden. Im Korpus wurden dementsprechend vier Varianten von lexikalischen Kurzformen identifiziert und ausgezählt (siehe Tab. 4, vgl. Schlobinski et al., 2001, S. 17 ff.).

Phänomene lexikalischer Reduktion	Beispiele (SMS-Korpus N = 1.000; 13.357 Wörter)	Häufigkeiten (Gesamt: 400)
1. Buchstabier-Akronyme	Allgemeine Akronyme: SMS; GmbH; DJ; CD; PC; MB; TV; VWL; GMX; PS; WG; MC  Liebes- und Grußformeln: HDL; I.L.D.; H.D.G.D.L. ; H.D.G.G.D.L.; HdgdI; HdagdI; a.L [alles Liebe]; VG [viele Grüße], Ig [liebe Grüße]; MfG [Mit freundlichen Grüßen]; CU [see you]	146
2. Lautwert-Akronyme	RAM; SIM; HADIGADOLI	4
3. konventionelle Abkürzungen	inkl.; bzgl.; bzw.; evtl.; ca.; u.a.; Di.; Nr.; Do; min; Hbf; u.; EUR; ZZ; ok.; km; HH; FFM	90
4. Ad-hoc-Abkürzungen	he [heute]; i [ich]; d. [die]; tel. [telefonieren]; viell. [vielleicht]; sup [super]; v. [viel]; dr. [durch]; f. [Frankfurt]; Com [Computer]; P [Pool]	160

Tabelle 4: Formen lexikalischer Reduktion in SMS-Texten

#### 4.2 Häufigkeiten von Kurzformen in der SMS-Kommunikation

Um einzuschätzen, ob und inwieweit SMS-Texte durch Kurzformen geprägt sind, werden Vergleichsdaten benötigt. Vergleiche können dabei sowohl intramedial (z. B. syntaktische vs. lexikalische Kurzformen in der SMS-Kommunikation) als auch intermedial (lexikalische Kurzformen in der SMS-Kommunikation vs. in der Zeitungs-Kommunikation) vorgenommen werden.

#### 4.2.1 Stärkere Verbreitung

Syntaktische Kurzformen waren insgesamt im Korpus recht verbreitet: Von den 1.000 SMS-Texten enthielten 38 % mindestens eine Worttilgung. Mehrfache Worttilgungen kamen in 6 % der SMS-Texte vor (»Sorry, [ich] hatte vorhin nur einen kurzen Aussetzer, [ich] bin jetzt wieder normal.Schlaf schön!küßchen.« 92 Zeichen). Dies übertrifft vermutlich die Worttilgungsraten bei anderen Formen der Schriftkommunikation sowie auch der mündlichen Kommunikation, obwohl dazu keine statistischen Vergleichsdaten vorliegen. Mit Abstand am häufigsten wurden Subjektpronomen getilgt, allen voran das Subjektpronomen »ich«. Dabei trat die Pronomenellipse in Übereinstimmung mit den Befunden von Androutsopoulos und Schmidt (2001) am häufigsten bei Modalverben auf. Trotz der starken Verbreitung der Pronomenellipse waren Personalpronomen die häufigsten Wörter im Korpus: »ich« und »du« befanden sich im Häufigkeitsranking auf den Plätzen 1 (372 Fälle) und 2 (329 Fälle) des SMS-Korpus, was sich durch den SMS-Einsatz im privaten interpersonalen Kontext erklären lässt. In der deutschen Gegenwartssprache rangieren die beiden Personalpronomina dagegen laut einer Analyse von Online-Texten (z. B. Zeitungsartikel, Fachaufsätze) nur auf den Plätzen 79 und 756 (Wortschatz-Lexikon, 2001).

#### 4.2.2 Geringere Verbreitung

Lexikalische Kurzformen spielten rein quantitativ eine überraschend geringe Rolle: Es fanden sich auf 1000 Wörter lediglich 30 Akronyme und Abkürzungen (siehe Tab. 4), während Grzega (1999) in deutschen und österreichischen Tageszeitungen zwischen 20 und 60 Akronyme und Abkürzungen pro 1000 Wörter zählte. Eine geringe Verbreitung von lexikalischen Kurzformen in SMS-Texten konstatierten auch Androutsopoulos und Schmidt (2001, S. 20) sowie Schlobinski; et al. (2001, S. 17 ff.).

Andererseits würdigt David Crystal (2001, S. 228 ff.) den verstärkten Gebrauch von Abkürzungen und Akronymen als Besonderheit der SMS-Kommunikation und postuliert auf dieser Dimension sogar eine signifikante Abweichung der Mobilkommunikation von der Online-Kommunikation:

»The challenge of the small screen size and its limited character space (about 160 characters), as well as the small keypad, has motivated the evolution of an even more abbreviated language than emerged in chatgroups and virtual worlds. Some of the same abbreviations appear [...] But the medium has motivated some new forms (e.g. *c%l* [»cool«]) and its own range of direct-address items such as *F2T* [»free to talk«], *Mob* [»mobile«], and *RUOK* [»are you OK?«]. Multiword sentences and sequences of response utterances, especially of a stereotyped kind, can be reduced to a sequence of initial letters: *SWDYT* [»so what do you think«], *BCBC* [»Beggars can't be choosers«], *BTDt* [»Been there, done that«], *YYSSW* [»Yeah, yeah, sure, sure, whatever«], *HHOJ* [»Ha, ha, only joking«]. [...] In a creation such as *ru2cnmel8r* [»Are you two seeing me later?«], less than half the characters of the full form of the sentence are used.«

Crystal stützt seine Beschreibung offensichtlich auf anekdotische Beispiele und die SMS-Ratgeber-Literatur, womit er die Verbreitung von lexikalischen Kurzformen im realen SMS-Austausch – zumindest vor dem Hintergrund der hier präsentierten Daten – bei weitem überschätzt. Die faszinierte Beschreibung mehr oder minder skurriler lexikalischer Kurzformen (kritisch dazu auch Dürscheid, 2002) sollte durch quantitative Angaben zu ihrer tatsächlichen Verbreitung ergänzt und theoretisch fundiert werden. Ob und unter welchen Bedingungen bspw. die Produktion komplexer Akronyme wie »ru2cnmel8r« tatsächlich Zeit spart oder nicht, etwa durch den zusätzlichen kognitiven Aufwand sogar län-

ger dauert oder anstrengender empfunden wird, ist empirisch noch offen. Auch interkulturelle Vergleiche stehen aus. So enthält das von Shortis (2000) erstellte englischsprachige Korpus tatsächlich einen höheren Anteil an Akronymen und Abkürzungen als das hier betrachtete deutschsprachige Korpus.

#### 4.3 Funktionen von Kurzformen in der SMS-Kommunikation

##### 4.3.1 Ökonomiefunktion

Syntaktischen Reduktionen, bei denen die Pronomenellipse dominiert, ist nur ein relativ geringer Einspareffekt zuzuschreiben: Durch die Eliminierung von »ich« inklusive Leerzeichen werden nur vier Zeichen getilgt bzw. bei herkömmlicher Eingabe neun (»444222440«) und bei T9-gestützter Eingabe vier (»4240«) Tastendrucke gespart. Insgesamt ist der Einspareffekt bei lexikalischen Reduktionen größer. Durch das Lautwert-Akronym »RAM« (»Random Access Memory«) werden zum Beispiel 17 Zeichen inklusive Leerzeichen getilgt (siehe Tab. 4). Allerdings sind gerade Akronyme und Abkürzungen aus dem Computerbereich anstelle der (vielen Menschen gar nicht bekannten) Vollformen heute Bestandteile der Standardsprache und keine SMS-Spezifika (Cannon, 1989). Als SMS-spezifische Einspar-Strategie lassen sich Ad-hoc-Abkürzungen einordnen: Durch die Ad-hoc-Abkürzung »v.« (»vielleicht«) werden beispielsweise acht Zeichen eingespart. Zwar treten Ad-hoc-Abkürzungen im Vergleich zu den anderen lexikalischen Kurzformen im Korpus am häufigsten auf, allerdings werden sie absolut gesehen immer noch selten verwendet. *SMS-Texte* sind also nur bedingt durch einen besonderen Verknappungszwang geprägt.

Die Nutzerinnen und Nutzer sind offensichtlich relativ problemlos in der Lage, trotz der Zeichenbeschränkung sinnvoll interpretierbare Botschaften zu formulieren, ohne dabei massiv auf Kurzformen zurückzugreifen. Im Sinne rationaler Medienwahl (Döring, 1999, S. 216 ff.) wird wohl vorzugsweise in solchen Situationen auf *SMS-Kommunikation* zurückgegriffen, in denen Kurzbotschaften zur Verständigung ausreichen. Bei komplexen Kommunikationsanlässen ist somit ein Medienwechsel notwendig, der in manchen SMS-Texten auch explizit vorgeschlagen wird:

»Ichhabjanichtausschl.von mir geredet:)findeSelbstzweiflungsunfähigeBeängstigend/Solltendies. Themanicht weiter offline sondern echtzeit diskutieren zuwenigPlatz« [160 Z]

Mit der Entscheidung für die SMS als Kommunikationsmedium wird deren Zeichenbeschränkung akzeptiert und dann vermutlich bereits bei der globalen Textplanung berücksichtigt. Fälle, in denen der Prozess der Textproduktion buchstäblich an mediale Grenzen stößt oder zu stoßen droht, so dass im Zuge des Formulierens und Editierens Vollformen in syntaktische oder lexikalische Kurzformen umgewandelt werden müssen, sind eher selten. Auf entsprechende Prozesse bei der Textproduktion deuten jene SMS-Texte hin, die den Zeichenumfang voll ausschöpfen und verstärkt Ad-hoc-Abkürzungen (ggf. samt Tilgung von Leerzeichen) einsetzen:

»buenas noches. ich hoffe, du bist nicht verhungert & hast alles geschafft.ich hab das geld f.d. fahrt vergessen, tut mir wirklich leid, dann das nächste mal,ok?« [160 Z]

»Da geht's dir ja auch nicht besser!Hast du Lust Karfr. ein schönen Spaziergang dr. Rosenthal zu machen wenn schönes Wetter ist?Okay wünsch dir noch v. Spaß Anke« [160 Z]

»Na,was war gestern m euch(dir)los?War total viel los beim O-feuer!Danach w im Club-zieml.lange!War also n richtig gutes Osterfest!He mal ausruhen.Morg.frei..X« [158 Zeichen]

Gut 60 % der befragten studentischen Handynutzer beklagten die Zeichenbegrenzung der SMS, während die übrigen knapp 40 % die Zeichenbegrenzung gar nicht oder wenig als Restriktion erlebten (siehe Tab. 5). Kommunikationsdefizite im Sinne von häufigeren Missverständnissen wurden von knapp 50 % der Befragten moniert, während die andere Hälfte der Stichprobe keine entsprechenden Negativerfahrungen berichtete. Einen Ökonomisierungszwang durch Zeichenlimitierung nahmen insbesondere diejenigen wahr, die häufiger pro Tag simsen ( $r = .25$ ;  $p = .002$ ), die mehr Spaß bei der SMS-Kommunikation erlebten ( $r = .24$ ,  $p = .002$ ) und die die sprachliche Qualität von *SMS-Texten* negativer bewerteten ( $r = .19$ ,  $p = .02$ ). Durch die genannten drei Prädiktoren Häufigkeit, Spaß und sprachlicher Anspruch kann die Wahrnehmung der Zeichenrestriktion mit Hilfe einer linearen multiplen Regression relativ gut erklärt werden ( $R = .43$ ;  $R^2 = 16\%$ ;  $p < .001$ ). Während also aktive und engagierte *SMS-Nutzer* in ihrem Mitteilungsbedürfnis an die technischen Grenzen stoßen, reicht für weniger involvierte die zulässige Zeichenzahl aus. Das Erleben von Missverständnissen war dabei von der Häufigkeit der *SMS-Nutzung* unabhängig ( $r = -.07$ ,  $p = .43$ ).

Antwortkategorien	SMS hat zu wenig Zeichen	SMS schafft leicht Missverständnisse
stimmt gar nicht	8 %	8 %
stimmt wenig	30 %	47 %
stimmt ziemlich	30 %	30 %
stimmt völlig	32 %	16 %

Tabelle 5: Einschätzungen zur Sprachökonomie der SMS-Kommunikation von  $N=124$  (100 %) handynutzenden Studierenden

##### 4.3.2 Identitätsfunktion

Spezifische *SMS-Kurzformen*, deren Verwendung Zugehörigkeit zur Gruppe der *SMS-Nutzer* signalisieren würde, spielen in der Praxis keine Rolle. In den 1000 untersuchten *SMS-Texten* fand sich nur ein einziges Beispiel für die tatsächliche Verwendung jener Akronyme, die in der Öffentlichkeit als SMS-typisch gelten: »Hadigadoli« (siehe Tab. 4). Alle anderen beobachteten lexikalischen und syntaktischen Kurzformen waren entweder allgemein verständlich oder bezogen sich auf das Insiderwissen von sozialen Gruppen, die unabhängig von der *SMS-Kommunikation* bestehen (z. B. Studierende eines Studiengangs derselben Universität; Computerinteressierte). Wenn Kurzformen eine kollektive Identitätsfunktion erfüllen, dann geht es um die kollektive Identität realweltlich verankerter sozialer Gruppen.

»weißt Du nun, wann die Seminare für FinWS und Au.Han.Pol. sind? Wollen wir morgen 15.00 Uhr ins Fitneßstudio? Oder kannst du da nicht? Steffi« [141 Z]

»Schick mir bitte mal die addy für den Cin 4D crack od. die Nr.! Danke«

Die soziale Bedeutung einer kollektiven Identitätskonstruktion als SMS-Nutzer/in ist ohnehin fraglich: Zum einen ist die Partizipation an der *SMS-Kommunikation* in kurzer Zeit ubiquitär geworden und somit kein soziales Distinktionsmerkmal mehr. Zum anderen

kommuniziert man per SMS überwiegend mit Menschen aus dem nahen sozialen Umfeld, so dass sich als Verständigungsgrundlage diverse kollektive Identifikationen anbieten und kein Zuordnungsvakuum auftritt. Etwas anders ist es dagegen bei der Internet-Kommunikation (z. B. beim Online-Chat; vgl. Beißwenger, 2001): Hier ist die Mediennutzung historisch elitärer und zudem kommuniziert man häufiger mit Unbekannten. Sich durch spezifische *Chat-Sprache* als *Chatterin* oder *Chatter* zu erkennen zu geben, kann somit sozial hilfreich (z. B. kontaktstiftend) sein. Letztlich ist aber auch der Sprachgebrauch bei der Online-Kommunikation so stark ausdifferenziert, dass nur sehr bedingt von einer »Internet-Sprache« oder einer »Chat-Sprache« als kollektiver Identitätsressource auszugehen ist.

#### 4.3.3 Interpretationsfunktion

Wenn syntaktische Reduktionen wie etwa Tilgungen von Personalpronomen auftreten, obwohl noch genügend Platz für die Vollversion vorhanden ist, so kann damit bei medialer Schriftlichkeit Informalität, Vertrautheit und Nähe unterstrichen werden:

»Sorry, hatte vorhin nur einen kurzen Aussetzer, bin jetzt wieder normal. Schlaf schön! küsschen.« [92 Zeichen]

»na gut. du sollst aber nicht immer deine versprechen brechen. hab dich trotzdem lieb :-xx«

Umgekehrt kann die Beibehaltung des Pronomens als Verfahren genutzt werden, um ernste Modalität hervorzuheben, was in Übereinstimmung mit der Beobachtung von Androutsopoulos und Schmidt (2001, S. 24) etwa im Zusammenhang mit der Verhandlung von Beziehungskrisen oder sonstigen Problemen der Fall ist:

»Ich hab nicht vor wieder Singel zu werden. Ich bin wirklich glücklich! Also lass bitte die Sprüche, ok? Ich bin gern mit dir zusammen, melde mich...« [148 Zeichen]

»Du glaubst gar nicht, wie sehr ich mein Verhalten bereue. Du bist viel zu wichtig für mich. Ich werde ernsthaft versuchen, mich zu ändern. Bitte verlass mich nicht.« [160 Zeichen]

Der Umgang mit Kurzformen und anderen sprachlichen Variationsmustern liefert somit im Sinne einer Interpretationsfunktion Anhaltspunkte dafür, in welchem Interpretationsrahmen die Botschaft zu deuten ist. Insbesondere der Einsatz von Akronymen für Liebeserklärungen (»HDL« samt Varianten und Steigerungen, siehe Tab. 4) ist vor diesem Hintergrund zu verstehen: Sie geben den teilweise inhaltlich banalen Botschaften einen explizit romantischen Rahmen. Es scheint interessant, die Bedeutung von *Liebes-SMS* in der Tradition des Liebesbriefs und im Kontext der sonstigen intimen Paarkommunikation genauer zu beleuchten (vgl. Döring, im Druck). So wird der technische Rahmen der SMS ebenso wie der E-Mail-Kommunikation oftmals gerade als Anti-These romantischen Ausdrucks interpretiert (Volland, 2002, S. 4 f.):

»Im direkten Vergleich zum materiellen Liebesbrief erscheint der Liebesbrief per E-Mail als unpersönlichere, ferner stehende und losere Variante [...]. Der Liebesbrief über das Netz ist [...] eher spielerisch, weniger ernsthaft, da das Medium oftmals »nebenher«, zwischendurch, etwa am Arbeitsplatz oder im mit Kosten verbundenen Internet-Café genutzt wird und gattungsspezifisch eher an das »Schülerbriefchen« erinnert [...]. Dem »Schülerbriefchen« ähnlich ist vor allem die getippte Liebesbotschaft über das Mobiltelefon, eine »Liebes-SMS«. Auch hier existieren bereits Anleitungen, wie man am effektivsten seine Liebe in 160 Zeichen gesteht, jedoch entfallen beim »Short Message Service« weitgehend Anrede und Grußwort. [...] Die poetischen und schwülstigen Liebesbriefe aus der Romantik werden durch schlichte, schnörkellose, einfache und schnelle »Liebes-Mailchen« ersetzt.«

Die Substitutionsthese ist jedoch fragwürdig, da die Frequenz der SMS-Kommunikation die Häufigkeit der Brief-Kommunikation bei weitem übertrifft. Die *Liebes-SMS* ist (ähnlich wie der unter der Schulbank ausgetauschte oder auf dem Küchentisch hinterlassene Liebeszettel) in die Alltagskommunikation integriert. Sie ist eine Fortsetzung des Gesprächs. Und sie erlaubt gerade Kindern und Jugendlichen Liebesoffenbarungen in Situationen, in denen die Face-to-Face-Konfrontation lieber vermieden wird. Liebesbriefe dagegen sind vorzugsweise besonderen Anlässen wie Geburtstagen oder Jubiläen vorbehalten und erfordern oftmals auch keine Antwort (vgl. Wyss, im Druck). Mediatisierte dialogische Schriftkommunikation scheint emotionale Expressivität durch Enthemmung zu unterstützen (vgl. Döring, 1999), wobei mit der größeren Menge romantischer Textproduktion Standardisierungstendenzen einhergehen etwa durch die Verwendung vorformulierter *SMS-Liebesverse* oder eben durch Liebes-Akronyme.

#### 5 Diskussion

Die *SMS-Kommunikation* ist eine vorzugsweise mit dem Mobiltelefon realisierte zeichenbeschränkte asynchrone Form der digitalen Schriftkommunikation. Sie weist Ähnlichkeiten zur E-Mail- und zur Zettel-Kommunikation auf (vgl. Dürscheid 2002) und hat sich in den letzten Jahren stark etabliert. Bislang dient die SMS vor allem dem interpersonalem Austausch mit Personen aus dem privaten Umfeld: Man grüßt und verabredet sich, informiert einander über aktuelle Aktivitäten und Aufenthaltsorte oder bittet um Hilfeleistungen wie Einkäufe und Abholdienste.

Trotz der Obergrenze von 160 Zeichen ist die *SMS-Kommunikation* nicht durch einen übergroßen Verknappungsdruck geprägt. Eine Teilgruppe der Nutzer kommt mit 160 Zeichen problemlos aus, im Mittel wird ohnehin nur die Hälfte des Platzes ausgenutzt. Allerdings wünschen sich gerade Vielnutzer eine Erweiterung des zulässigen Zeichenumfangs, den die *SMS-Nachfolgedienste* auch bieten werden: Der zeichenbeschränkte und textorientierte *SMS-Dienst* der *GSM-Netze* der zweiten Generation wird zukünftig durch Mitteilungsdienste abgelöst, die einen größeren Zeichenumfang sowie eine Integration von Bild-, Audio- und Videodaten zulassen. Auf der Basis des *GPRS-Standards* (»General Packet Radio Service«) ist mit einem entsprechenden Handy bereits heute der *EMS-Dienst* (»Enhanced Messaging Service«) nutzbar (Generation 2,5). Für die momentan im Aufbau befindlichen *UMTS-Netze* der dritten Generation (»Universal Mobile Telecommunications System«) ist als *SMS-* bzw. *EMS-Nachfolger* der *MMS-Dienst* (»Multimedia Messaging Service«) vorgesehen. Dass die Kurzmitteilung in der Praxis dann tatsächlich öfter zur »Langmitteilung« wird, soll auch durch den Anschluss größerer Tastaturen an das Handy gefördert werden. Technische und ergonomische Gründe für sprachliche Verknappung werden sich dadurch weiter reduzieren. Die These der Ausbildung eines durch Kurzformen geprägten, identitätsstiftenden kollektiven Sprachstils, lässt sich für die SMS-Kommunikation widerlegen und wird bei zukünftigen Diensten vermutlich gar nicht mehr aufgestellt werden.

Bislang wird die *SMS-Kommunikation* überwiegend als reine Textkommunikation genutzt. Depiktionale Kommunikation durch Bildmitteilungen oder ASCII-Zeichnungen wurde nur von einer Minderheit der Befragten praktiziert (9 % bzw. 6 %) und ist bislang auch gar nicht mit jedem Handymodell möglich. Die Hälfte der befragten Stichprobe war mit der SMS als reiner Textkommunikation zufrieden, die andere Hälfte wünschte sich jedoch eine stärkere multimediale Gestaltung des *SMS-Dienstes*. Es ist eine interessante

Frage für die zukünftige Forschung zur digitalen Kurzmitteilung, wie EMS- bzw. MMS-Nutzer/innen die verschiedenen Modalitäten und Codes kombinieren: Wird sich etwa nach dem Modell Postkarte der Versand von schriftlich kommentierten Fotos etablieren? Oder werden sich mündlich kommentierte Videos als Momentaufnahmen der jeweiligen Aktivitäten der Mobilkommunizierenden einbürgern? Bei multimedialen Botschaften ist die Interpretationsfunktion von Kurzformen und weiteren (schrift)sprachlichen Mitteln dann im Zusammenhang mit der Verwendung anderer Kommunikationscodes zu betrachten.

Textlinguistisch sind SMS-Botschaften als Gebrauchstexte einzuordnen, mit denen – im Unterschied zu literarischen Texten – in der Regel kein besonderer ästhetisch-literarischer Anspruch verbunden ist. Dass der erstmals im Jahr 2000/2001 vom Uzzi-Verlag unter dem Titel »160 Zeichen« ausgeschriebene SMS-Literatur-Wettbewerb ([www.160-zeichen.de](http://www.160-zeichen.de)) so viel Beachtung fand, lag wohl unter anderem daran, dass SMS-Botschaften im Alltag nicht der Sphäre der Literatur und Sprachpflege zugerechnet werden. Doch die Grenze zwischen literarischen Texten und Gebrauchstexten kann von beiden Seiten überschritten werden: So fungieren literarische Texte (v. a. Gedichte, Aphorismen) teilweise als Träger sozialer Botschaften und tauchen etwa als Vorschläge in so genannten SMS-Sprüche-Sammlungen auf, in denen sich daneben auch Witze, Reime, Poesiealbumsprüche und Zitate befinden. 20 % der befragten handynutzenden Studierenden gaben an, in ihrer interpersonalen SMS-Kommunikation solche Sprüche zu versenden und 62 der 1000 Texte im Korpus ließen sich als SMS-Sprüche identifizieren (»Eine Morgenmail ganz kurz und klein, hüpf grad in dein Handy rein, wünscht Dir einen schönen Tag; Es mailt Dir jemand der Dich mag.«). Umgekehrt wird die alltägliche SMS-Textproduktion zuweilen von den Nutzern selbst bewusst ästhetisiert (z. B. durch Metaphern oder Reime), so dass die Nutzer/innen zu Gelegenheitsdichtern werden:

»klausur war supergeil-hier regnets aber du bist mein sonnenschein.« [66 Zeichen]

Gerade die formale Restriktion der Zeichenbeschränkung regt offensichtlich einige Nutzer zur spielerischen, mehr oder minder kreativen Sprachgestaltung an. Auf der Ebene der Kurzformen konzentrieren sich Eigenleistungen auf die Erfindung von Ad-hoc-Abkürzungen.

## 6 Literatur

Androutsopoulos, Jannis/Schmidt, Gurly (2001), *SMS-Kommunikation. Ethnografische Gattungsanalyse am Beispiel einer Kleingruppe*. [Erscheint in: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik* 36/2002; URL <http://www.ids-mannheim.de/prag/sprachvariation/tp/tp7/sms.htm> (22. 2. 2002)].

Beißwenger, Michael, Hg. (2001), *Chat-Kommunikation. Sprache, Interaktion, Sozialität & Identität in synchroner computervermittelter Kommunikation. Perspektiven auf ein interdisziplinäres Forschungsfeld*; Stuttgart: ibidem.

Cannon, Garland (1989), *Abbreviations and Acronyms in English Word-Formation*, in: *American Speech*, Nr. 2, S 99–123.

Crystal, David (2001), *Language and the Internet*; Cambridge: Cambridge University Press.

Döring, Nicola (1999), *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*; Göttingen: Hogrefe.

Döring, Nicola (2002), »1x Brot, 5Sack Äpfel I.L.D.« – *Kommunikative Funktionen von Kurzmitteilungen (SMS)*, in: *Zeitschrift für Medienpsychologie*, Nr. 3. [Im Druck; URL <http://www.nicola-doering.de/publications/sms-doering-2002.pdf> (22. 2. 2002)].

Döring, Nicola (im Druck), *Neuere Entwicklungen in der Partnerschaftsforschung: Wechselwirkungen zwischen Telekommunikation und Paarbeziehung*, in: Hans-Werner Bierhoff/Ina Grau (Hgg.): *Sozialpsychologie der Partnerschaft*; Berlin/Heidelberg: Springer.

Dürscheid, Christa (2002), *E-Mail und SMS – ein Vergleich*. in: Arne Ziegler/Christa Dürscheid (Hrsg.), *Kommunikationsform E-Mail*; Tübingen: Stauffenberg.

Grzega, Joachim (1999), *Sprachliche Kurzformen im geschriebenen Österreichischen Deutsch*, in: *Deutsche Sprache*, 27, H. 3, S. 249–263.

GSM-Association (2001), *50 Billion Global Text Messages in Q1!* Press Release, London, UK: 25 May 2001. URL [http://www.gsmworld.com/news/press\\_2001/press\\_releases\\_22.html](http://www.gsmworld.com/news/press_2001/press_releases_22.html) (22. 2. 2002).

Höflich, Joachim/Rössler, Patrick (2001), *Mobile schriftliche Kommunikation – oder: E-Mail für das Handy. Die Bedeutung elektronischer Kurznachrichten (Short Message Service) am Beispiel jugendlicher Handynutzer*, in: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 49, Nr. 1, S. 437–461.

Höflich, Joachim (2001), *Das Handy als »persönliches Medium«*. *Zur Aneignung des Short Message Service (SMS) durch Jugendliche*, in: *kommunikation@gesellschaft*, 2, Nr. 1; URL <http://www.kommunikation-gesellschaft.de/> (22. 2. 2002).

Jaekel, Michael/Uhlitzsch, Manuel/Wilkens, Rainer (2001), *Forschung mit dem Internet über das Internet: Positionierung von E-Mail im Wettbewerb mit anderen Kommunikationsmedien. Grundlagensstudie Kommunikation – Medien im Vergleich*. Vortrag auf der GOR German Online Research 2001. URL <http://www.gor.de/> (22. 2. 2002).

Koch, Peter/Wulf Oesterreicher (1994), *Schriftlichkeit und Sprache*, in: Hartmut Günther/Otto Ludwig (Hgg.), *Schrift und Schriftlichkeit*, Bd. 1; Berlin, New York: de Gruyter, S. 587–604.

Köhler, Wolfgang (2000), SMS. *Die große BILD-Aktion gegen lange Sätze*. Online unter: *Bild Online*, 28. 11. 2000. URL <http://www.BILD.de/service/archiv/2000/nov/28/computer/sms/sms.html?body=computer/sms/sms.html> (22. 2. 2002).

Kroker, Michael (2001), *SMS: LiDuMiNo – Geheimcode der Jugend*, in: *Wirtschaftswoche*, 8. 6. 2001. URL [http://wiwo.de/WirtschaftsWoche/Wiwo\\_CDA/0,1702,11157\\_64453,00.html](http://wiwo.de/WirtschaftsWoche/Wiwo_CDA/0,1702,11157_64453,00.html) (22. 2. 2002).

Langhals, Ralf (2001). *SMS 4 U. Die besten Handysprüche für alle Fälle*. München; Drömer.

Lehmkuhl, F./Boden/B./Charisius, H./Franke, M./Henke, R./Pernsteiner, P. (2002). *Generation SMS. Der Kult um die geheime Post*, in: *Focus*, 21. Januar 2002, Nr. 4, 106–118.

Ling, Rich (1999), »We release them little by little«: *maturation and gender identity as seen in the use of mobile telephony*. [Online Document] URL [http://www.telenor.no/fou/prosjekter/Fremtidens\\_Brukere/publikasjoner.html](http://www.telenor.no/fou/prosjekter/Fremtidens_Brukere/publikasjoner.html) (22. 2. 2002).

Ling, Rich/Yttri, Birgitte (1999), »Nobody sits at home and waits for the telephone to ring«: *Micro and hyper-coordination through the use of mobile telephone*. [Online Document] URL [http://www.telenor.no/fou/prosjekter/Fremtidens\\_Brukere/publikasjoner.html](http://www.telenor.no/fou/prosjekter/Fremtidens_Brukere/publikasjoner.html) (22. 2. 2002).

MORI/Lycos UK (2000), *I just text to say I love you*. Pressemitteilung vom 5. September 2000. URL <http://www.mori.com/polls/2000/lycos.shtml> (22. 02. 2002).

Rensmann, Jörg (2001), *Generation SMS. Mobile Marketing*, in: *Internet Professionell*, 06/2001, S. 76 ff. URL [http://www.zdnet.de/business/artikel/ec/200106/mobile\\_marketing\\_00-wc.html](http://www.zdnet.de/business/artikel/ec/200106/mobile_marketing_00-wc.html) (22. 2. 2002).

Runkehl, Jens/Schlobinski, Peter/Siever, Torsten (1998), *Sprache und Kommunikation im Internet*; Opladen: Westdeutscher Verlag.

Schlobinski, Peter/Fortmann, Nadine/Groß, Olivia/Hogg, Florian/Horstmann, Frauke/Theel, Rena (2001), *SimSen. Eine Pilotstudie zu sprachlichen und kommunikativen Aspekten in der SMS-Kommunikation*. Networx Nr. 22. URL <http://www.websprache.net/networx/docs/networx-22.htm> (22. 2. 2002).

Schmidt, Gurly/Androutsopoulos, Jannis (2002), *löbbe döch, Beziehungskommunikation mit SMS*, in: Ulrich Schmitz/Eva-Lia Wyss (Hrsg.): *Briefkultur im 20. Jahrhundert*; in: *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie* 64. URL <http://www.ids-mannheim.de/prag/sprachvariation/tp/tp7/sms.htm> (22. 2. 2002).

Shortis, Tim (2000), *The Language of ICT Information and Communication Technology*; London: Routledge. Buch-Homepage: <http://www.netting-it.com/> (22. 2. 2002).

Sieber, Peter (1998), *Parlando in Texten. Zur Veränderung kommunikativer Grundmuster in der Schriftlichkeit*; Tübingen: Niemeyer.

TNS/EMNID (2001a), *Deutsche Onliner sind SMS-Vielschreiber*. Pressemitteilung, Hamburg, 2. Mai 2001. URL [http://www.emnid.tnsfres.com/presse/p-2001\\_05\\_02.html](http://www.emnid.tnsfres.com/presse/p-2001_05_02.html) (22. 2. 2002).

Voland, Constanze (2001), »...scheuen das Licht der Öffentlichkeit.« *Eine kurze Geschichte des Liebesbriefs*, in: *kommunikation@gesellschaft*, 2/2001. URL [http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B4\\_2001\\_Voland.pdf](http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B4_2001_Voland.pdf) (22. 2. 2002).

*Wortschatz-Lexikon* (2001). *Wortlisten: Rangliste der deutschen Wörter*. [Online Dokument] URL <http://www.wortschatz.uni-leipzig.de/> bzw. <http://woclu2.informatik.uni-leipzig.de/html/wliste.html> (22. 2. 2002).

Wurzenberger, Gerda (2000), *Generation SMS*, in: *Neue Zürcher Zeitung*, Donnerstag, 9. 11. 2000. URL <http://www-x.nzz.ch/format/articles/289.html> (22. 2. 2002).

Wyss, Eva Lia (im Druck), *Liebesbriefe von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen. Eine Textsorte im lebenszeitlichen Wandel*, in: Annelies Häcki Buhofer (Hg.), *Spracherwerb und Lebensalter*; Basel. URL <http://www.unizh.ch/~elwyss/> (22. 2. 2002).

---

Dr. Nicola Döring  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft  
PF 10 05 65, D-98684 Ilmenau  
E-Mail: [nicola.doering@tu-ilmenau.de](mailto:nicola.doering@tu-ilmenau.de); [www.nicola-doering.de](http://www.nicola-doering.de)

## Auf der Suche nach einem geschlechtergerechten Sprachgebrauch

*Führt die Ersetzung des generischen Maskulinums zu einer Beeinträchtigung von Textqualitäten?*

Von JUTTA ROTHMUND und URSULA CHRISTMANN

### Abstract

Das »generische Maskulinum«, der konventionell geregelte Gebrauch maskuliner Personenbezeichnungen für Referenzpersonen beiderlei Geschlechts, wird von der feministischen Linguistik als Frauen benachteiligende Sprachform kritisiert. Die zahlreichen Vorschläge zur Ersetzung des »generischen Maskulinums« wurden bislang kaum einer empirischen Tauglichkeitsprüfung unterzogen. In der vorliegenden Studie werden drei dieser Vorschläge hinsichtlich der kommunikationsrelevanten Qualitäten »sprachliche Einfachheit und Lesefluss«, »Prägnanz«, »motivationale Stimulanz« und »sprachliche Ästhetik« empirisch überprüft und Empfehlungen für einen sowohl geschlechtergerechten als auch verständlichen und kommunikationstauglichen Sprachgebrauch abgeleitet.

The »generic masculine«, a convention to refer to both men and women with masculine word forms, is criticized by feminist linguists as gender biased. Several proposals have been made for the substitution of »generic masculine« nouns and pronouns. These proposals, however, have hardly been tested with regard to their appropriateness. In this study three of these proposals are empirically tested with regard to communicationally relevant text qualities such as »readability« »conciseness«, »motivational stimulation« and »aesthetics«. On the basis of the results consequences are outlined for a language use which takes into account gender equality as well as text comprehensibility.

### Problemstellung: Die Debatte um das Genus-Sexus-Problem

Konstitutiv für das Genus-Sexus-Problem ist das potentielle Auseinanderfallen von grammatischem Geschlecht (Genus) als Eigenschaft von Personenbezeichnungen und biologischem Geschlecht (Sexus) als Eigenschaft von Referenzobjekten. Dabei kann beispielsweise im Deutschen und Englischen das maskuline Genus per Konvention sowohl sexusspezifisch als auch generisch, d. h. sexusübergreifend oder -abstrahierend verwendet werden (vgl. Hellinger, 1990). Hier setzt die Kritik der feministischen Linguistik an, die Mitte der 70er Jahre in den USA (Lakoff, 1973; 1975; Thorne/Henley, 1975), Ende der 70er Jahre in Deutschland (Trömel-Plötz, 1978) begründet wurde. Danach geht die sich im so genannten »generischen Maskulinum« manifestierende Asymmetrie des Sprachsystems zu Lasten sprachlicher Eindeutigkeit und Geschlechtergerechtigkeit: Das Maskulinum werde tatsächlich nicht sexusübergreifend verstanden, sondern referiere vorwiegend auf Männer (z. B. Guentherodt/Hellinger/Pusch/Trömel-Plötz, 1980; Hellinger, 1990; Pusch, 1979; 1984; Schoenthal, 1989); daraus resultiere ein maskuliner Bias im Denken der SprachbenutzerInnen, der Frauen und deren Anteil an der Gesellschaft quasi unsichtbar werden lasse (z. B. Lissner/Süssmuth/Walter, 1988, S. 1067; Riedlhammer, 1989). Aus dieser Benachteiligungsthese leitet die feministische Linguistik die Forderung ab, das generische Maskulinum durch Formulierungen zu ersetzen, die Frauen explizit mitbezeichnen. Die Gegenposition verweist auf die linguistische Arbitraritätsthese und das Konzept der Markiertheit: Die Beziehung zwischen Genus und Sexus sei nicht »natürlich«, sondern arbiträr, konventionell geregelt (z. B. Kalverkämper, 1979 a; 1979 b; Leiss,