

Treffen wir uns beim Kino? ;-)

Eine Pilotstudie zur SMS-Kommunikation von
10- bis 14-jährigen Mädchen und Burschen.

Ein qualitatives Projekt im Rahmen des ZOOM-Forschungs-
schwerpunktes „Den Bildern auf der Spur - Kinder und neue
Kommunikationstechnologien“

Im Auftrag des ZOOM Kindermuseum Wien

Durchführung:
Österreichisches Institut für Jugendforschung
Ingrid Kromer (Projektleitung)

Austrian Institute for Youth Research
A-1010 Wien, Maria Theresienstraße 24/3/10
Tel: +43/1/214 78 81-0
mail: oeij@oeij.at

Wien, Juni 2003

Vorwort

Im Rahmen des Forschungsschwerpunktes „Den Bildern auf der Spur – Kinder und neue Kommunikationstechnologien“ des Research Board im ZOOM Kindermuseum Wien wurde eine qualitative Befragung zur Short-Message-Service (SMS)-Nutzung der 10- bis 14-jährigen Mädchen und Burschen durchgeführt.

Im Mittelpunkt der vorliegenden Pilotstudie steht die Analyse der Kommunikationsform SMS, wobei hier neben den Funktionen und Motiven der SMS-Kommunikation auch sprachliche, graphostilistische und bildliche Merkmale und Strukturen im Forschungsinteresse standen. Der vorliegende Forschungsbericht gibt demnach Einblick warum 10- bis 14-jährige Kids das Short-Message-Service benutzen und mit wem sie wie und was kommunizieren.

Danken möchte ich an dieser Stelle vor allem den SchülerInnen in den ausgewählten Schulen für ihr Engagement, bei der Befragung mitzumachen und auch ihre privaten SMS an eine zentrale Box weiterzuleiten und dem Zoom Kindermuseum, das uns mit diesem Forschungsprojekt beauftragt hat und insbesondere Frau Sasha Pirker, Leiterin des Zoom Research Board, für die konstruktive Zusammenarbeit. Weiters möchte ich auch meinen Forscherkolleginnen - Katharina Handler, Gudrun Horvat und Natalia Wächter – danken, die zur Durchführung und Auswertung der Studie wesentlich beigetragen haben.

Das Österreichische Institut für Jugendforschung war bemüht, die Erkenntnisse und Erfahrungen aus seiner bisherigen Forschungstätigkeit im Kindheits- und Jugendbereich einfließen zu lassen und dem Zoom Kindermuseum eine gute Arbeit zu liefern.

Mag. Ingrid Kromer
Projektleiterin und Wissenschaftliche Mitarbeiterin am
Österreichischen Instituts für Jugendforschung

Inhaltsangabe

Vorwort	2
1. Zum Verhältnis von Kindern zu neuen Kommunikationsmedien	4
1.1 Weltmarkt der Bilder	5
1.2 Handynutzung von Kindern und Jugendlichen	6
1.3 SMS-Kommunikation als Thema der wissenschaftlichen Forschung	7
2. Das Forschungsprojekt „SMS-Kommunikation bei Kids“ – eine Herausforderung für die empirische Sozialforschung	10
2.1 Der Interessenshorizont: Die Forschungsfrage	10
2.2 Methodisches Design: Die Empirischen Untersuchungsschritte	13
2.2.1 Die Fragebogenerhebung in Schulen	14
2.2.2 Die Analyse von SMS-Botschaften	16
2.2.3 Die Kreativworkshops mit Kids	21
3. Die Forschungsergebnisse der Pilotstudie „SMS- Kommunikation bei Kids“ - vom Mythos der Bildersprache	24
3.1 Ergebnisse der standardisierten Fragebogenerhebung	24
3.1.1 Besitz und Nutzung von Handys	24
3.1.2 Die Nutzung des Short Message Services	26
3.1.3 Verwendung von Abkürzungen, Emoticons und Bildern	27
3.1.4 SMS-ParterInnen der Kids	28
3.1.5 Motivationen für das SMS'n	31
3.1.6 Zusammenfassung	32
3.2 Auswertung und Zusammenfassung der Kreativworkshops	34
3.3 Ergebnisse der qualitativen Analyse der SMS-Nachrichten	36
3.3.1 Sprachanalytische Auswertung	36
3.3.2 Inhaltsanalytische Auswertung der SMS-Kommunikation	45
3.3.3 Auswertung der Emoticons und Bilder	52
4. Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse	60
5. Verwendete Literatur	62

1. Zum Verhältnis von Kindern zu neuen Kommunikationsmedien

Kinder und Jugendliche finden heute Bedingungen vor, die erfordern, dass das Thema Kommunikation und Interaktion neu definiert wird, denn neue Medientechnologien¹ begleiten das Erwachsenwerden, sie sind u. a. Hilfsmittel für das Lernen und die Kommunikation.

Die Medien haben sich in den letzten 30 Jahren von einer sekundären zu einer primären Sozialisationsinstanz entwickelt. So stellt das Aufwachsen im Medienalltag für Kinder heute ein generationsbildendes Element dar. Schon Kinder sind dadurch ganz selbstverständlich Medienprofis, die im Vergleich zu den Erwachsenen mit den neuen Technologien sehr kompetent umgehen können. Die Mediatisierung des Alltags führt einerseits zu einer immensen Wissenserweiterung, erfordert aber gleichzeitig auch ein permanentes Einordnen und Beurteilen von Informationen und Vorgängen, die sich von banalen Alltäglichkeiten bis hin zu globalen Ereignissen erstrecken können. Die stete Begleitung von Medientechnologien und deren Nutzung verschafft einen vertrauten Umgang mit technologischen Werkzeugen und beeinflusst ihrerseits die Kommunikation und deren Ausdrucksformen. Mit den neuen Medien sind u.a. auch neue Formen der Verteilung und Vervielfältigung von Informationen gemeint.

Ergebnisse aus den verschiedensten Untersuchungen zeigen im Wesentlichen, wie sehr sich das Medienverhalten mit den Medienangeboten und Medientechnologien verändert hat. Die heutige Kindergeneration ist bereits in einem multimedialen Ambiente groß geworden und ist es gewohnt, sich ihren persönlichen Informations-, Kommunikations- und Unterhaltungsmix aus Printmedien, Fernsehen, Video, DVD, Computer und Internet eigenständig zusammenzustellen.

Medienkonsum und –nutzung hat aber nicht nur in der Quantität im Freizeitmix der Heranwachsenden sondern auch für die kulturelle Bedeutungsproduktion einen herausragenden Stellenwert. In ihren Beziehungen zu den Medien sind Mädchen und Burschen kreative SchöpferInnen, wobei Schöpfung der Prozess der Bedeutungskonstitution ist. Sie schaffen Bedeutungen in ihrer eigenen Sinnperspektive. Medien sind in diesem Zusammenhang jene Vermittler, deren Praktiken man beherrschen und deren Zwecke man reflektieren können muss: das meint die Medienkompetenz.

¹ In den Medien- und Kommunikationswissenschaften zählen Internet, Mobiltelefon, Digitalfernsehen, etc. zu den „neuen“ Medien, hingegen werden z.B. Radio, Telefon, Brief, TV den „klassischen“ Medien zugeordnet.

1.1 Weltmarkt der Bilder²

Vor allem in den letzten Jahrzehnten gab es in der Medienwelt eine Erweiterung und Verschiebung von Sprache und Text bzw. Hörwahrnehmung hin zu Bildern bzw. visueller Wahrnehmung (Stichwort Bilderflut). Das heißt Bedeutungsinhalte, Zeichen und Symbole die Kinder in ihrer Sozialisation verarbeiten (müssen) werden zunehmend visuell präsentiert. Zudem lässt sich im Zuge der Internationalisierung von Kommunikation beobachten, dass zunehmend auf Bildinformation gesetzt wird. Vorausgesetzt wird dabei, dass Bilder allgemein verständlich sind.

Bildsprache erscheint als eine Möglichkeit nach dem Scheitern der Kunstsprache Esperanto, doch noch eine Gemeinschaftssprache für die Welt, eine Weltsprache in Form von visula esperanto zu finden. Ausgehend von Piktogrammen - wie bei Olympiaden oder im internationalen Verkehr - sieht man im Bild die Möglichkeit zu einem universalen Verständigungsmittel. Nicht zuletzt legt die globale Dimension der Computernetze es nahe, in möglichst großem Umfang Bildsymbole (icons) zu verwenden. Je nach Grad der Motiviertheit und auf Grund des systemischen Umfelds von anderen Bildzeichen sind solche Symbole mehr oder weniger unmittelbar verständlich oder müssen unter Umständen gelernt werden wie die Wörter einer Fremdsprache. (Hartmann/Bauer 2002).

Gegenläufig zur Bilderflut reagiert die Schule auf die Herausforderungen des "optischen Zeitalters" größtenteils mit Abwehr: Kulturtechniken, wie sie in der Schule gelehrt werden, sind noch weitgehend auf die Schriftlichkeit beschränkt (Doelker 1997, 11). Die Welt der bewegten Bilder bietet hingegen Ausgangspunkte lustvollen Sehens und Welterlebens. Dadurch entsteht ein Missverhältnis zwischen der zunehmenden Bildmenge und der Qualifikation im Umgang mit Bildern. Gerade Dimensionen der Bildlichkeit und Verbildlichung spielen eine wichtige Rolle für heutige Weltbilder und Weltwahrnehmungen. Die Welt des Multimedia – also eine Multivercodung von Schrift, Gesprochenem, Grafik, stehenden und bewegten Bildern, Geräuschen, Tönen und Sounds erschließt neue Wahrnehmungsweisen. Neben der diskursiven Symbolik muss heute auch eine präsentative Symbolik beachtet werden, denn gerade die heutigen Heranwachsenden sind eine Generation, die durch die Zentrierung des Bildes und der symbolischen Inszenierung vornehmlich nach einer visuellen Logik denkt.

² Nach dem Buchtitel von Pörksen, Uwe: Weltmarkt der Bilder: Eine Philosophie der Viviotype, Stuttgart 1997

1.2 Handynutzung von Kindern und Jugendlichen

Die rasante Entwicklung in den Haushalten bezüglich der Besitzstände und der Nutzung von „Neuen Medien“ macht vor den Kinderzimmern nicht halt. Nach der Erweiterung des medialen und kommunikativen Handlungsspielraums durch den Siegeszug des Computers seit Anfang der 90er waren die letzten fünf Jahre durch den Siegeszug der Handys - wie das Mobiltelefon ausschließlich im deutschsprachigen Raum heißt - geprägt.

Eine aktuelle Fessel-GfK-Studie mit Kindern im Herbst 2002 zeigt, dass 16 % der 6- bis 9-Jährigen und 2/3 der 10- bis 14-Jährigen in Österreich ein Handy besitzen. Laut einer Studie von ONE, die im Juli 2002 durchgeführt wurde, hat fast jedeR 14- bis 19-jährige ÖsterreicherIn inzwischen ein eigenes Handy, nämlich 92 % gegenüber nur 66 % bei über 20-Jährigen. Eine Studie des Marktforschungsinstituts IMAS, bei der 2.083 Kinder und Jugendliche zwischen sieben und 15 Jahren befragt wurden, zeigt, dass bereits jedes vierte Kind ein eigenes Handy besitzt.

Allen Studien gemeinsam ist, dass mit zunehmendem Jugendalter Mädchen und Burschen vermehrt ein eigenes Handy besitzen. Interessant ist dabei auch, dass laut Meinung der Erwachsenen das sinnvolle Alter, ab dem Kinder ein Handy haben sollten von durchschnittlich 13,6 Jahren auf 11,5 Jahre gesunken ist. Grund dafür könnte der Sicherheits- und Kontrollaspekt seitens der Eltern sein, denn 97 % der Eltern ist es wichtig, dass sie ihr Kind ständig erreichen können und 91 % sind froh, dass das Kind sie immer erreichen kann. (Mobikom Austria 2002).

1999	⇒	Durchschnittsalter: 13,6 Jahre
2001	⇒	Durchschnittsalter: 11,6 Jahre
2002	⇒	Durchschnittsalter: 11,5 Jahre

Wie bisherige Studien zeigen, wird das Handy von Jugendlichen jedoch in erster Linie zum Versenden von SMS-Nachrichten genutzt (Höflich 2001). Das zeigt auch eine Österreichstudie, laut der SMS von 95 % der 15- bis 30-Jährigen versendet werden, gegenüber 64 % im Schnitt aller NutzerInnen. (Mobikom Austria 2002). Neben dem Telefonieren nutzen rund die Hälfte der befragten 6- bis 14-jährigen Kids das Handy als Spielekonsole und vier von fünf Kids verwenden es für das Verschicken von SMS. Ein Blick auf die Altersgruppen zeigt auch hier, dass mit zunehmendem Alter die Bedeutung des Short Message Service zunimmt.

Eine aktuelle Untersuchung von Sensor Marktforschung (2003)³ nennt sechs Gründe, warum 10- bis 14-Jährige so gerne SMS-Nachrichten schreiben, und zwar

- SMS ist preisgünstig
- SMS geht schnell
- SMS macht Spaß
- SMS bietet gewisse Überlegenheit gegenüber Eltern
- SMS ermöglicht das Kommunizieren von Peinlichem oder Unangenehmen
- SMS ermöglicht den „Weg des geringsten Widerstandes“

Die österreichischen Marktforschungsdaten zeigen sehr deutlich, wie tief das Handy und inzwischen auch das Short Message Service im Alltag von Mädchen und Burschen verankert ist. Das Handy in Verbindung mit dem SMS-Dienst wird von der heute heranwachsenden Generation als integraler Bestandteil ihres kommunikativen Alltags wahrgenommen.

1.3 SMS-Kommunikation als Thema der wissenschaftlichen Forschung

Während Handybesitz und Nutzungsfrequenz laufend in der Marktforschung erhoben werden gibt es nur wenige fundierte linguistische, sozial- oder kommunikationswissenschaftliche Studien, die sich eingehender mit der Analyse der Kommunikation via SMS befasst haben:

Eine der ersten umfassenden Studien im deutschsprachigen Raum zu SMS-Kommunikation an der Universität Erfurt (2000) beschäftigte sich u. a. mit Nutzungsmotiven und Nutzungsdimensionen. Als Erhebungsmethoden wurden eine Fragebogenerhebung (204 Jugendliche im Alter von 14 bis 18 Jahren) und Gruppendiskussionen (19 Diskussionen) gewählt. Befragt nach den Motiven liegt der Schwerpunkt eindeutig auf dem einfacheren Verabreden und dem Planen von gemeinsamen Unternehmungen. Mehrheitlich treffen ferner diejenigen Motive zu, die die gegenseitige Vergewisserung über das eigene Befinden bzw. das der Angeschriebenen umfassen, sowie die allzeitige Erreichbarkeit. Außerdem wird SMS gerne an Stelle von Telefonaten eingesetzt um Kontakte zu erhalten, oft in Fällen räumlicher Distanz.

Von untergeordneter Bedeutung, aber keineswegs ausgeschlossen sind hingegen komplexere Bedürfnisse wie die Erörterung von Problemen oder das Erteilen von Ratschlägen. In der Studie von Höflich und seinem ForscherInnenteam zeigen sich

³ Im Rahmen einer Diskussionsveranstaltung „Roundabout Kids II – Eine Impulsreihe von mobilkom austria“ wurden im Juni 2003 die Ergebnisse präsentiert.

geschlechtsspezifische Unterschiede: SMS wird häufiger von Mädchen genutzt, während Burschen etwas häufiger mit dem Handy telefonieren. Auch die Nutzungsmotive sind zum Teil geschlechtsspezifisch verteilt: Mädchen legen größeren Wert darauf, anderen ihre Befindlichkeit mitzuteilen oder sich nach Befindlichkeiten zu erkundigen, um Langweile zu vertreiben oder einfach nur wegen des Spaßes am Kontakt. Burschen hingegen spielen lieber mit den technischen Möglichkeiten des Geräts und rufen eher zweckorientiert Informationen ab bzw. verabreden sich mit anderen. (Höflich 2001, 21).

Obwohl als mobiles Kommunikationsmedium gedacht, werden SMS-Nachrichten am häufigsten von zuhause aus verschickt. Sowohl für die Handy- als auch für die SMS-Nutzung zeigt sich der „diffusionstypische U-Verlauf“: Nach einer intensiveren Phase des Ausprobierens geht die Nutzung zunächst zurück, bevor die Gewöhnung an das Medium und die Einbettung in den Alltag einsetzt (ebd.)

Androutsopoulos und Schmidt (2001) untersuchten in ihrer explorativen Studie mit Methoden der ethnographischen Gattungsanalyse situativ-funktionale, dialogisch-interaktive und sprachstrukturelle Kennzeichen der SMS-Kommunikation am Beispiel einer Kleingruppe junger Erwachsener auf der Basis eines SMS-Korpus von 934 Texten: Die von ihnen analysierten Nachrichten dienten vorrangig der Kontakterhaltung und –festigung: SMS-Nutzung hat handlungsorientierte, emotional-psychische und soziale Erträge und es geht vor allem um das Aufrechterhalten von Beziehungen und um Metakommunikation, also die Planung späterer medialer bzw. direkter Kommunikation. Der typische SMS-Dialog folgt hoch standardisierten elementaren Mustern und ist homogen, d. h. die angestrebten und erzielten Erträge sind für alle Interaktanten gleich und bleiben im Laufe der Interaktion unveränderlich. Die Binnenstruktur der Kurznachrichten ist von zwei Haupttendenzen dominiert: Reduktion einerseits, kreativer Freiraum andererseits. Die Tendenz zur syntaktischen Reduktion ist teils von den technischen Rahmenbedingungen geprägt, teils Bestandteil konzeptioneller Mündlichkeit, indem sich Nachrichten auf ihren dialogischen Kontext stützen. Die Tendenz zur kreativen Sprachgestaltung manifestiert sich in einem spielerischen Umgang mit sprachlichen Variationen und verschiedenen Ausdruckressourcen (Androutsopoulos/Schmidt 2001, 28).

Schlobinski und sein ForscherInnenteam (2001) befassen sich in ihrer Pilot-Studie ebenfalls mit den sprachlichen Merkmalen der SMS-Kommunikation und befragten mittels Fragebogen 150 Personen (Korpus von 760 SMS-Nachrichten) in einer Schule und einem Sportverein in

Hannover sowie Studierende im Alter zwischen 12 und 30 Jahren. SMS-Kommunikation, so wird in dieser Studie erörtert, weist ähnliche sprachliche Merkmale wie die Chat-Kommunikation auf: 1. Smileys und andere graphostilistische Mittel, 2. Hybridisierung geschriebener und gesprochener Sprache (umgangssprachliche Tilgung und Assimilationen etc.), 3. unterschiedliche Schreibkonventionen (z. B. konsequente Kleinschreibung), 4. medial bedingte Syntax (Schlobinski et al. 2001, 6). Das System der SMS-Kommunikation weist also Strukturen auf, die medial bedingt sind und zudem Normabweichungen, die sich als Umsetzung konzeptueller Mündlichkeit begreifen lassen.

Melanie Krause und Diana Schwitters untersuchten einen 682 SMS umfassenden Datensatz hinsichtlich quantifizierbaren Inhalten und Motiven für die SMS-Kommunikation mittels einer standardisierten Inhaltsanalyse. Es konnten zwei Hauptgründe für Kommunikation per SMS herausgefunden werden: Einerseits werden SMS-Nachrichten zur nüchternen Strukturierung bzw. Organisation des Alltags verwendet, andererseits zur Pflege persönlicher Beziehungen. (Krause/Schwitters 2002).

Im Forschungsprojekt von Nicola Döring (2002) wurden 124 handynutzende Studierende der Technischen Universität Ilmenau befragt und 1.000 SMS-Texte - ebenfalls mit quantitativer Inhaltsanalyse - basierend auf kommunikationsorientierter Textsortenlehre analysiert. Die Forscherin bestätigt mit ihren Studienergebnissen u. a., dass das Handy bei jungen Erwachsenen weniger zum Telefonieren sondern vielmehr um Kurznachrichten zu senden und zu empfangen, genutzt wird. Auch in dieser Studie wird deutlich, dass die SMS-Kommunikation vor allem zur Pflege bestehender privater Beziehungen (z. B.: Verabredungen zu treffen, Grüße zu übermitteln, Sprüche zu senden), zur informativen Koordination (Lageberichte) und Koordination individualisierter Alltagsabläufe (z. B.: für gemeinsame Aktivitäten/Unternehmungen mit FreundInnen) und zur gegenseitigen Rückversicherung (z. B. um zu erfahren, ob es dem Partner/der Partnerin gut geht oder was diese gerade tun) dient (Döring 2002a).

Weiters stellte Döring in ihrer Untersuchung fest, dass mit Ausnahme von Ad-hoc-Abkürzungen kaum SMS-spezifische Kurzformen nachweisbar sind, die eine kollektive Identitätsfunktion erfüllen könnten. Insgesamt treten auch Abkürzungen und Akronyme in der SMS-Kommunikation eher selten auf, so die Forscherin, und die Verwendung von Kurzformen in SMS-Texten erfüllt neben einer Ökonomiefunktion auch eine Interpretationsfunktion. (Döring 2002b).

2. „SMS-Kommunikation bei Kids“ – eine Herausforderung für die empirische Sozialforschung

In den letzten Jahren zeigt sich zunehmend die Tendenz, immer jüngere Personengruppen in Befragungen zu berücksichtigen. Zinnecker (1996) wertet dies als einen deutlichen Indikator für die veränderte Positionierung dieser Altersgruppen in der sozialen Ordnung des Wissens. Kindliche Wissensbestände und Wissensvorräte sind demzufolge in der Hierarchie des gesellschaftlichen Wissens im Aufstieg begriffen und werden gesellschaftlich neu positioniert. Mädchen und Buben werden dadurch schon im Kindheitsalter und im Übergang von der Kindheit zur Jugend zu einer „befragungswürdigen Gruppe“, wobei nicht zuletzt auch hier oft ökonomische Gründe ausschlaggebend sind, sich über „zukünftige“ KonsumentInnen kompetent zu machen.

2.1 Der Interessenshorizont: Die Forschungsfrage

Im Rahmen des Forschungsschwerpunktes des Zoom Kindermuseums „Den Bildern auf der Spur – Kinder und neue Kommunikationstechnologien“ wurde eine Studie zur SMS-Kommunikation der 10- bis 14-jährigen Mädchen und Burschen in ausgewählten Wiener Schulen durchgeführt. Im Mittelpunkt dieses Forschungsprojektes steht die Analyse der Kommunikationsform SMS, wobei hier neben den Funktionen, Motiven und der Frequenz der SMS-Kommunikation auch sprachliche, bildliche und graphostilistische Merkmale und Strukturen interessierten.

Während die Handynutzung älterer Jugendlicher und Erwachsener zunehmend Gegenstand der Forschung sind, ist die Frage, wie Kinder, insbesondere Kids im Übergang zwischen Kindheit und Jugendalter, diese neue Kommunikationstechnologie nutzen, noch weitgehend unbeleuchtet. Zudem liegt der Fokus der bisherigen Untersuchungen in erster Linie auf Marktforschungsdaten (z. B.: Nutzungsfrequenz) während Textanalysen und bildsprachliche Elemente der SMS-Kommunikation bisher nur am Rande untersucht wurden. Gerade sprachbezogene Fragen – etwa nach den Auswirkungen der Beschränkung auf 160 Zeichen, Schreibstil und Konventionen, das Vorkommen von Jugendjargon und Anglizismen in SMS-Nachrichten, etc. bleiben mangels empirischer Untersuchungen bisher unbeantwortet.

Wie bisherige Analysen bei Jugendlichen und Erwachsenen in Deutschland zeigen, ist SMS-Kommunikation durch Hybridisierung von gesprochener und geschriebener Sprache, durch Reduktionen (Auslassungen, weglassen von Endungen und Satzzeichen) und flexiblen Umgang mit Schreibkonventionen (Groß- und Kleinschreibung) gekennzeichnet. Eine spezifische Besonderheit von SMS-Kommunikation ist auch die Kombination von Schrift und Bildersprache. Insbesondere mit dem Einsatz von Emoticons⁴ wird die Schriftsprache ergänzt oder ersetzt. Die Verwendung von "Smileys" ist ein aus der Internetkommunikation herrührendes graphostilistisches Mittel und kann nicht nur die Dekodierung von Botschaften erleichtern, sondern unterstreicht auch den informellen Charakter der Kommunikation. Umgekehrt bekommen die graphostilistischen Elemente vermutlich erst in Kombination mit Text einen Sinn bzw. reduziert Text ihre Vieldeutigkeit.

Auch die Verwendung von Akronymen bzw. Abkürzungen, obwohl sie kein neues sprachliches Phänomen darstellen, ist in der SMS-Kommunikation von besonderer Bedeutung. Längere Ausdrücke, die phrasenhaft verwendet werden, Begrüßungsformeln, etc. werden durch die Verwendung von spezifischen Akronymen ersetzt (z. B. schreib zurück = s.z., lg = liebe Grüße, cu = see you).

Aber auch komplexere "Zeichnungen" und "Bilder" werden mit Hilfe von Satz- und Sonderzeichen hergestellt und verschickt. Schließlich finden sich auf den Handydisplays auch graphische Bitmaps, die vom Computer aufs Handy geladen werden und an Freunde und Bekannte verschickt werden können. Vor allem von jungen NutzerInnen werden Spiele am Handy genutzt – auch in dieser Hinsicht ist das Handy vom Text- und Sprach- zum Bildmedium und damit zum visuellen "Bedeutungslieferanten" geworden. Neue Impulse und Inputs sind schließlich in Zukunft auch von der MMS-Technologie⁵ zu erwarten.

Inwieweit diese Forschungserkenntnisse über SMS-Kommunikation bei Jugendlichen und Erwachsenen auch auf die Altersgruppe der 10- bis 14-jährigen Kids zutreffen, kann aufgrund der Komplexität auch mit den vorliegenden Forschungsergebnissen nicht zufriedenstellend beantwortet werden.

⁴ Emoticons (Abkürzung für Emotion und Icon) sind Symbole, die sich aus Doppelpunkt, Komma, Bindestrich, Klammer, etc. zusammensetzen und Emotionen ausdrücken sollen. Das bekannteste Emoticon ist das lächelnde Smiley :-). Zum Erkennen der Smileys muss das Handy um 90 Grad nach links gedreht werden. Inzwischen existieren eine Unmenge von Smiley-Variationen, die die unterschiedlichen Gefühlsstimmungen der User expressiv zum Ausdruck bringen.

⁵ Multimedia Message Service

Im vorliegenden Projekt wurde die Altersgruppe der 10- bis 14-Jährigen nicht nur gewählt, weil sie in empirischen Studien kaum vorkommt, sondern vor allem weil sie den Übergang zwischen Kindheit und Jugend darstellt und SMS-Kommunikation als Transitionsmarker thematisiert werden kann; d. h. dass Handynutzung bzw. Kommunikation via SMS vermutlich nicht nur kommunikative Funktionen hat oder sozialen Status anzeigt, sondern dass Heranwachsende damit auch ihre Identität als Jugendliche symbolisieren und sich damit gegen Kinder abgrenzen und zwar nicht nur damit, dass diese Kommunikationstechnologie genutzt wird, sondern auch wie sie genutzt wird.

Die Beschäftigung mit dieser Altersgruppe und ihres SMS-Nutzungsverhaltens ist auch vor dem Hintergrund der medial diskutierten Gefahr des "Sprachverfalls" interessant. Kids der untersuchten Altersgruppe befinden sich auf Schulstufen, in denen auf "richtige" Orthographie und Grammatik in der Schule laut Lernplan besonderes Augenmerk gelegt wird bzw. in der die entsprechenden Regeln erst angeeignet und verfestigt werden müssen. Umso interessanter ist es zu untersuchen, wie Mädchen und Buben mit den abweichenden Konventionen der SMS-Kommunikationen umgehen, wie sie sich unterschiedliche Regelsysteme und Konventionen aneignen und sie reflektieren.

Ziel des vorliegenden Projektes ist es demnach, die SMS-Kommunikation bei Kids anhand authentischer SMS-Nachrichten zu analysieren und die Verwendung, Funktion und Rezeption von Sprache und Bildern (Icons, Emoticons, Bitmaps etc.) zu untersuchen.

Dabei geht es um folgende Forschungsfragen:

- Welche Funktionen und Motive erfüllt die Nutzung der Kommunikationsform via SMS?
- Welche sprachlichen, graphostilistischen und/oder bildlichen Merkmale und Strukturen sind in den SMS-Nachrichten zu erkennen?
- Wie gehen Heranwachsende mit abweichenden Schreibkonventionen um?
- Welche graphostilistischen Elemente und Bilder sind gängig und bei Kindern dieser Altersstufe bekannt?
- Gibt es das Phänomen einer neuen Bildsprache?
- In welchem Verhältnis stehen Text und Bilder zueinander – sowohl in der Quantität als auch in der gegenseitigen Bezugnahme und Referenz?
- Reproduzieren Kinder vorhandene Elemente/Bilder und/oder gehen sie kreativ mit dem Medium um?
- Ist das Handy mit seiner SMS-Funktion zum visuellen „Bedeutungslieferanten“ geworden? (Vom Text- und Sprachmedium zum Bildmedium)

2.2 Methodisches Design: Die Empirischen Untersuchungsschritte

Zur Sicherung des aktuellen Wissenstandes wurde in einem ersten Schritt eine ausführliche Recherche relevanter Literatur gesammelt und gesichtet. Die Recherchearbeit bezog sich sowohl auf Forschungsberichte empirischer Studien, Beiträge in Fachzeitschriften und im Internet sowie auf im thematischen Zusammenhang stehende Monographien. Im Mittelpunkt stand dabei Literatur aus dem deutschsprachigen Raum. Um eine fundierte Methodenreflexion im Vorfeld der empirischen Untersuchung zu ermöglichen, umfasste die Literaturanalyse auch Werke zur Methodik der Kinder- und Jugendforschung und führte zu einer ausführlichen Auseinandersetzung mit quantitativen und qualitativen Studien.

Zu Beginn des Projektes wurden auch im Rahmen des ZOOM-Kindermuseums drei Kreativworkshops mit MuseumsbesucherInnen durchgeführt, um mit den Kids über ihren Zugang zu der Kommunikationsform SMS zu diskutieren und vor Ort via Medium zu kommunizieren und kreativ zu arbeiten. Ziel dieser SMS-Workshops war in erster Linie, die Bedeutungen von SMS-Kommunikation zu generieren.

In der Folge wurden die gewonnenen Erkenntnisse in die Entwicklung des Fragebogens für den quantitativ standardisierten Untersuchungsschritt und in die Konzeption qualitativer Methoden für die Analysen der SMS-Nachrichten eingearbeitet. Während im qualitativen Teil die wesentlichen Dimensionen des Forschungsschwerpunktes (Funktionen und Motive der SMS-Kommunikation, sprachliche, graphostilistische und bildliche Merkmale/Strukturen der SMS-Nachrichten) untersucht werden, dient der standardisierte Fragebogen dazu, die wichtigsten Eckdaten auch in ihrer quantitativen Verteilung zu erfassen (SMS-Partner, Nutzungsfrequenz, etc.).

SchülerInnen mit eigenem Handy wurden in ausgewählten Schulen im Rahmen des Unterrichts gebeten, einen kurzen standardisierten Fragebogen zu allgemeinen Fragen der Handy-Nutzung auszufüllen. Gleichzeitig wurden jene SchülerInnen, die schon einen Fragebogen ausgefüllt hatten, gebeten, die letzten drei SMS-Original-Botschaften (Speicherfunktion!), die sie selbst versendet hatten oder noch senden würden, an eine zentrale Box weiter zu mailen.

Was den zeitlichen Ablauf der Studie betrifft, so wurden Mitte bis Ende April die Fragebögen an die SchülerInnen ausgeteilt und bis Ende Mai konnten SMS-Nachrichten an eine zentrale Nummernbox gemailt werden. Die Kreativworkshops fanden Mitte April 2003 (Osterferien) im Zoom-Kindermuseum statt.

2.2.1 Die Fragebogenerhebung in Schulen

Die Durchführung der Fragebogenerhebung erfolgte in Kooperation mit dem Zoom Kindermuseum in 5 Schulstufen in 13 Wiener Schulklassen: je eine Klasse der 4. Volksschule und je eine Klasse der 1., 2., 3., und 4. (Unter)Stufe in AHS, HS und MS⁶. Der Wiener Stadtschulrat stellte den Kontakt zu den Schulen und SchulleiterInnen her.

Bei der Auswahl der Schulen wurde auf eine realistische Verteilung des bezirkstypischen sozialen Hintergrunds der Kids geachtet, um eine Verzerrung der Ergebnisse durch Überpräsentation bestimmter sozialer Schichten zu vermeiden. Dennoch ist die Stichprobe nicht repräsentativ und lässt deshalb strenggenommen keine Rückschlüsse auf die Grundgesamtheit aller SchülerInnen in Wien zu. Allerdings erlaubt es die Stichprobe, plausible Schlüsse aus den Daten zu ziehen.

Insgesamt handelt es sich um 181 auswertbare Fragebögen. Sie wurden in den erwähnten Schulklassen ausgefüllt. In den Gesprächen mit den zuständigen LehrerInnen wurde besonders auf die Freiwilligkeit der Teilnahme seitens der SchülerInnen Wert gelegt.

Das Ausfüllen der Fragebögen wurde von der Mehrheit der beteiligten Kids mit drei Ausnahmen sehr ernst genommen.

Der standardisierte Fragebogen, der von den SchülerInnen im Unterricht selbst ausgefüllt wurde, bestand aus 13 allgemeinen Fragen zur persönlichen Handy- und SMS-Nutzung (z.B.: Warum hast du ein Handy? Hast du dein Handy immer bei dir? An wen schickst du deine SMS? Von wem bekommst du SMS gesendet? Welche Abkürzung oder welches Icon ist dein Favorit?). Die Daten des Fragebogens wurden mittels SPSS statistisch erfasst und ausgewertet.

⁶ Schulversuch Neue Mittelschule

Im folgenden werden die Hintergrundmerkmale der Stichprobe detaillierter dargestellt:

Hintergrundmerkmale der Stichprobe	Verteilung	
	(n)	%
Gesamt	181	100
Geschlecht		
Männlich	75	41
Weiblich	106	59
Alter		
10 Jahre	24	13
11 Jahre	37	21
12 Jahre	35	20
13 Jahre	41	23
14 Jahre	34	19
15 Jahre	8	5
Schulformen		
Schulverbund „Neue Mittelschule“	87	48
Hauptschule	39	22
Gymnasium	42	23
Volksschule	13	7

Insgesamt wurden 181 Fragebögen ausgewertet. Nach Geschlecht geteilt ist der Anteil der Mädchen mit 106 Befragten (58,6 %) höher als jener der Burschen mit 75 Befragten (41,4 %).

Bezüglich Schulform lässt sich festhalten, dass 13 der 181 Befragten VolksschülerInnen, 39 Kids HauptschülerInnen und 42 SchülerInnen einer AHS sind. Mit 87 Befragten ist der Anteil der SchülerInnen in der Mittelschule der höchste.

Das Alter ist ziemlich gleichmäßig verteilt. Eine Ausnahme bilden die mit zehn Jahren jüngsten Kids mit 13 %. Bei den 11-Jährigen sind es 21 % der Stichprobe, bei den 12-Jährigen 20 %, bei den 13-Jährigen 23 % und bei den 14-Jährigen 19 % der Befragten. Es mischten sich auch acht 15-Jährige in die Stichprobe. Es handelt sich dabei vermutlich um SchülerInnen, die eine Klasse wiederholten oder später in die Schule eintraten. Sie werden bei der Analyse in die Gruppe der 14-Jährigen hineingenommen. Deshalb besteht diese Gruppe nun aus 42 Befragten und hat einen Anteil von 24 %. Zwei SchülerInnen gaben kein Alter an und werden demzufolge bei Altersauswertungen herausgenommen (N=179).

2.2.2 Die Analyse von SMS-Botschaften

Datenmaterial

Von den rund 180 SchülerInnen, die an der Fragebogenerhebung in ausgewählten Wiener Pflichtschulen, quotiert nach Schultypen und Altersgruppen, teilnahmen, beteiligte sich etwa jedeR sechste der 10- bis 14-Jährigen auch am Versenden der SMS-Botschaften. Zunächst wurde eine Anzahl von SMS elektronisch erhoben und aus diesem gesammelten Datenmaterial ein Theoretical Sampling⁷ gezogen.

Aufteilung des SMS-Korpus der Sender und Senderinnen nach		
Geschlecht	Altersgruppen	Schultypen
26 SMS von Mädchen 31 SMS von Burschen + 8 nicht nach Geschlecht definiert	22 SMS von 10- bis 11-Jähr. 21 SMS von 12- bis 13-Jähr. 14 SMS von 14-Jährigen + 8 SMS nicht nach Alter definiert	4 SMS von VS 16 SMS von HS 29 SMS von AHS 16 SMS von MS

Es liegt insgesamt ein Korpus von 65 SMS-Nachrichten vor. Dieser ist medienbedingt einerseits gekennzeichnet durch die asynchrone Kommunikationsform, andererseits durch Kommunikationsteile, die entweder als Aktion (Kommunikationsstart) oder als Reaktion (Kommunikationsantwort) respektive Fortsetzung charakterisiert sind.

Die SMS-Nachrichten sind vom Umfang her eher kurz und schöpfen in keinem einzigen Fall die 160 Zeichen aus; sie sind mit maximal sechs Sinneinheiten⁸ ausgestattet, wobei drei Viertel zwischen einer und drei Einheiten lang sind.

Andere Studien arbeiteten zumeist mit älteren Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Freizeiteinrichtungen oder Universitäten und ließen ihre SMS rekonstruieren, d. h. die SMS

⁷ Das Theoretical Sampling ist eine willkürliche, gezielte Auswahl nach erkenntnistheoretischen Gesichtspunkten. Es erforscht das Typische, um Generalisierungen machen zu können.

⁸ Eine Sinneinheit kann sowohl aus einem Wort /Zeichen/Bild bestehen, als auch ein ausführlicher oder einfacher Aussagesatz sein.

wurden im Rahmen von Interviews oder Fragebogenerhebungen schriftlich notiert, mit der Gefahr, dass durch das nochmalige schriftliche Notieren Korrekturen (Tipp- oder Rechtschreibfehler, Intimes, Schreibstil, etc.) vorgenommen wurden. Einige Studien verwendeten auch einen SMS-Korpus mit empfangenen (eingegangenen) SMS-Nachrichten, der damit aber auch unterschiedliche Personen (Eltern, Freunde, Bekannte, etc.) betraf und vor allem über das Umfeld der befragten Zielgruppe etwas aussagte, jedoch nicht in erster Linie über die jugendliche Zielgruppe selbst.

Da es im vorliegenden Forschungsprojekt in der Zielsetzung vor allem um die Bedeutung von Bildsprache in der SMS-Kommunikation ging, wurde ein schriftliches Rekonstruieren der SMS ausgeschlossen. Vielmehr musste eine Möglichkeit gefunden werden, wie auch die „Bilder“ authentisch und verwertbar für die Studie gemacht werden konnten. Weiters stehen im Forschungsinteresse auch Motive und Funktion(en) des SMS-Schreibens für die 10- bis 14-Jährigen – d. h. die Kids als SMS-SenderInnen stehen im Mittelpunkt und nicht deren Familien und FreundInnen. Das elektronische Weitersenden der SMS (Kopie, Speicherfunktion) an eine zentrale Sammelnummer schien im vorliegenden Projekt und im Rahmen der finanziellen Möglichkeiten die geeignetste Methode zu sein, um zu einem authentischen Korpus von SMS-Nachrichten von Kids zu gelangen.

In Anbetracht der Tatsache, dass Jugendliche und junge Erwachsene täglich mindestens eine bis drei SMS-Mitteilungen versenden (Schlobinsky 2001), erscheint die Ausschöpfung der SMS im vorliegendem Projekt trotz intensiver Anstrengungen in den Schulen enttäuschend gering. Die Erfahrungen in den Schulklassen zeigten, dass eine finanzielle Abgeltung der entstandenen Kosten durch das Verschicken der SMS kaum genügend motivierte, an dieser Untersuchung mitzumachen. Reaktionen wie „meine SMS gehen niemanden etwas an“ zeigten zudem, dass die Zusicherung der Anonymität nur bei einem Teil der Kids als glaubwürdig anerkannt wurde. Die Entscheidung, die Erhebung über Schulen durchzuführen, war vor allem von der Zeit- und Kostenfrage geleitet und kann nun in der Reflexion nicht als die idealste Lösung gesehen werden.

Das System Schule (verpflichtend, Beziehungshierarchien, etc.) erschwert in vielen Fällen den Zugang zu Mädchen und Burschen, denn es subsummiert oft auch die ForscherInnen bzw. die Forschungseinrichtung zur Instanz der Schule und Mechanismen wie Opposition, Zwang, Distanz, autoritatives Verhalten, etc. und nimmt damit wesentlich Einfluss auf die Entscheidung, sich an der Studie zu beteiligen oder eben nicht zu beteiligen. Auch die Bitte der LehrerInnen, das Versenden der SMS-Nachrichten in der Freizeit, also außerhalb der

Unterrichtszeit durchzuführen erinnerte vermutlich u. a. an Hausaufgaben und führte auch dazu, dass viele Mädchen und Burschen einfach vergaßen ein SMS zu senden und/oder sich auch weigerten mitzumachen.

Interpretationsmethoden

In der qualitativen Forschung stellt sich natürlich die Frage nach der Verallgemeinerung der Forschungsergebnisse. Der statistischen Repräsentativität steht in der qualitativen Forschung eine „exemplarische Verallgemeinerung“ gegenüber. „Das Exemplar wird dabei als typischer Stellvertreter einer „Klasse“ oder „Gattung“ als Teil einer Einheit (pars pro toto) betrachtet“ (Lamnek, 1989, 192).

Zur Auffindung des Allgemeinen im Besonderen dient das Theoretical Sampling, das ist eine willkürliche, gezielte Auswahl nach erkenntnistheoretischen Gesichtspunkten. „Das Typische zu erforschen, um Generalisierungen machen zu können, richtet sich somit gegen den Zufall und arbeitet mit theoretischer Auswahl“ (Lamnek 1989, 191-193). Es ist nicht das Ziel, die Häufigkeit bestimmter Handlungsmuster in einer sozialen Situation herauszufinden, sondern ein möglichst zutreffendes Set der relevanten Handlungsmuster.

Das Anliegen der Studie ist es demnach, funktionale und motivationale Prozesse der SMS-Nutzung 10- bis 14-Jähriger herauszufinden, die latenten Sinnstrukturen herauszufiltern, also Deutungs- und Handlungsmuster im Kontext alltäglicher Interaktionen. Als solche sind das Versenden (und Empfangen) von SMS-Nachrichten eindeutig zu verstehen.

Kommunikationsstrukturen und Interpretationen, die das Handeln des Heranwachsenden beeinflussen und durch das Versenden von SMS deutlich werden, sollen rekonstruiert werden. Es geht also nicht um die Eigenschaften des Kindes bzw. Jugendlichen, sondern um das Verhältnis zwischen Subjekt und Gesellschaft, wie es im SMS vorkommt.

In der vorliegenden Forschungsarbeit wurden die Sequenzanalyse und die Grobanalyse für die SMS-Textnachrichten und nach ähnlichem Muster die Bildinterpretation für SMS-Bildnachrichten ausgewählt.

a) Die Sequenzanalyse von SMS-Nachrichten

Bei der Interpretationsmethode der Sequenzanalyse werden zunächst aus einem Interviewbeitrag Sequenzen und aus diesen Sinneinheiten herausgenommen und so analysiert, dass nach diesen Erkenntnissen durch die Interpretation der ersten Sequenzen nach zusätzlichen, erweiternden, im Text vorhandenen Erkenntnissen, grobanalytisch

gesucht wird. Da hier ein Konvolut an SMS Texten vorliegt, die nicht sinnzusammenhängend von einer bzw. mehreren Person stammen, wird zunächst der Gesamttext in inhaltlichen Kategorien vorsortiert, damit werden sozusagen unterschiedliche Interviewbeiträge konstruiert.

In Anlehnung an Höflich (2001), der SMS mit einer Form brieflicher Kommunikation vergleicht, wurden bei der Kategorienbildung auf jene drei dominanten Merkmale des Briefes (Nickisch 1991, 12) zurückgegriffen, die auch für die Kommunikationsform SMS hilfreich erscheinen: nämlich Merkmale auf der Ebene der Information (sachorientiert), auf der Ebene der Appellation, die partnerorientiert ist, sowie Merkmale auf der manifesten Ebene, die selbstorientiert ist.

Die Sequenzanalyse setzt sich aus mehreren Interpretationsschritten zusammen, die verschiedene Ebenen umfassen:

- vordergründige Information der Sinneinheit
- Intention der Person, die sich hinter der Aussage verbirgt
- Objektive Konsequenzen für Handlungs- oder Denkweisen

Bei der Sequenzanalyse arbeiten die Interpretierenden, wie bereits zuvor beschrieben, mit kleinen und kleinsten Sinneinheiten. Dabei wird davon ausgegangen, dass der Wahl und Anordnung der Worte eine größere Aussagekraft und Bedeutung für die Analyse zukommen, als eine rein lexikalisch orientierte Vorgehensweise. Dieses Interpretationsverfahren impliziert, dass „... sich die objektive Struktur eines latenten Sinnzusammenhangs relativ unabhängig von den Motiven, Intentionen oder Dispositionen der befragten Person konstituiert“ (Froschauer/Lueger 1992, 62). Die Sequenzanalyse wurde im vorliegenden Projekt als erstes Verfahren angewendet, um Bedeutungsalternativen nicht durch Vorwissen einzuengen.

b) Die Grobanalyse von SMS-Nachrichten

„Die Grobanalyse dient der Erforschung einer selektiven Abfolge von Aussagekomplexen, die in einem ersten Schritt komprimiert, dann expliziert und zuletzt strukturiert, d. h. in Thesen und Erklärungen über bestimmte Regelmäßigkeiten zusammengefasst werden“ (Froschauer/Lueger 1992, 71). Bei der Analyse stehen Strukturaspekte, die sich in der Argumentationslogik der Textteile ausdrücken und auf latente Strukturen verweisen, im Vordergrund.

Dabei sind drei Interpretationsebenen zu beachten, die wie folgt unterschieden werden:

- Ebene der alltagskompetenten HörerInnen. Hier wird nach der allgemein unterstellbaren Bedeutung einer Aussage gesucht.
- Ebene der interviewten Person. Auf dieser Ebene wird nach den möglichen Intentionen der Aussage einer Person geforscht. Die subjektive Bedeutung steht im Vordergrund.
- Ebene der relationalen Interpretation. Hier suchen die ForscherInnen nach den objektiven Bedeutungen, die einer Aussage zugrunde liegen. Auf dieser Ebene müssen die zwei vorhergehenden Schritte und die sich daraus resultierenden Unterschiede aufgelöst werden.

„Die Grobanalyse filtert die wesentlichen Strukturmerkmale heraus, auf deren Basis das Zustandekommen der Aussage, sowie deren Relation zur Umwelt der befragten Person erklärbar ist.“ (Froschauer/Lueger 1992, 71). Im Zuge dessen sind Hypothesen über vermutete Beziehungen zu selektieren und miteinander zu verkoppeln. Als Hilfe dient ein Auswertungsschema mit welchem die Interviewinhalte und Interpretationen besser zusammengefasst werden können, außerdem können damit vielfältige Annahmen über den Handlungskontext der interviewten Personen generiert werden.

Nachdem die Interpretationseinheiten abgegrenzt wurden, wird nach einem ähnlichem Schema wie in der Sequenzanalyse vorgegangen, und zwar Paraphrasierung (wie kann ein Textteil kurz zusammengefasst werden?), Ermittlung der Intentionen (was will die befragte Person vermitteln?) und der Strukturaspekte (wie wirkt die Umwelt auf die Aussage ein und wie wirkt sich die Aussage auf die Umwelt aus, welche Folgen ergeben sich?).

Beide Interpretationsverfahren verweisen auf die latenten Strukturen eines sozialen Systems, während die Interpretierenden bei der Sequenzanalyse besonders auf sprachliche Feinheiten achten, stehen bei der Grobanalyse Strukturaspekte im Vordergrund, die sich in der Argumentationslogik der/des SMS-Schreibenden manifestieren.

c) Bildinterpretation von SMS-Nachrichten

Mit der Möglichkeit Bildelemente in Form von Emoticons und selbsterstellten Zeichenbildern in die SMS-Kommunikation einzubauen, bekommt die SMS-Sprache ein zusätzliches besonderes Merkmal, nämlich das Bild, das Artefakt.

Als analytische Interpretationsmethode wurde auf die Bildinterpretation zurückgegriffen.

Dabei wird in vier Schritten vorgegangen.

- Im ersten Schritt, der deskriptiven Analyse, die man in der Textanalyse mit der Paraphrasierung vergleichen könnte, wird eine möglichst neutrale Beschreibung des Bildes erstellt.
- Im zweiten Schritt, der Intention, wird der Frage nachgegangen, welche subjektiven Intentionen mit dem Bild, dem Artefakt versucht wurden auszudrücken. Was will die/der ErstellerIn des Artefakts sagen? In diesem Schritt werden auch subjektive Eindrücke, die das Bild vermittelt, festgehalten.
- Beim dritten Schritt geht es um die Strukturmerkmale. Es wird herausgestrichen, welche Strukturmerkmale sichtbar sind und mit welchen Regeln und Normen sie ausgedrückt werden. Dabei werden vorstellbare Interaktionen, die in diesem Feld stattfinden, ermittelt.
- Im letzten Schritt werden Systemeigenschaften und theoretische Zusammenhänge ermittelt. Mit den sichtbar gemachten Systemeigenschaften werden allgemein theoretische Zusammenhänge und Konzepte festgestellt, respektive belegt oder auch problematisiert. Damit kommt man zu Informationen darüber, welche Bereiche durch diese Bilderstellung charakterisiert werden könnten, also welche Ziele dahinter stecken könnten.

2.2.3 Die Kreativworkshops mit Kids

Die SMS-Workshops fanden parallel zur Erhebung in den Schulen statt. Ziel dieser Workshops war es, die Bedeutungsräume von SMS qualitativ auszuloten. Die Kinder sollten über ihren Zugang zu dieser Kommunikationsform diskutieren und vor Ort über das Medium kommunizieren und Bilder, Symbole und Icons, die sie auf ihren Handys haben, erläutern.

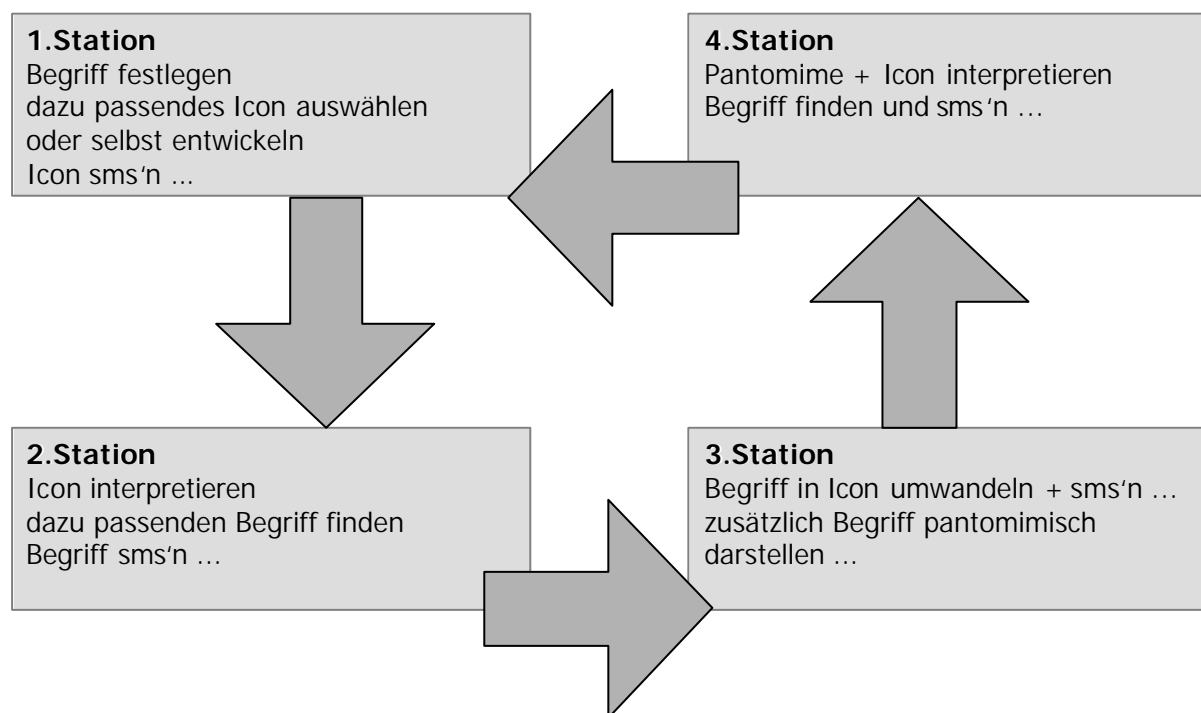
Zur Erhebung wurde ein „Spiel“ entwickelt, das im Rahmen dieses Workshops mit den Kindern durchgeführt wurde. In der Entwicklung des Spiels wurden Elemente von „Activity“ und „Stille Post“ vereinigt. Die anwesenden Kinder werden in vier Stationen aufgeteilt, jede Station bekommt ein Handy und hat eine bestimmte Aufgabe zu bewältigen:

Station 1: Ein Icon muss am Handy erstellt werden (entweder von der im Menü enthaltenen Vorlage oder mit Hilfe von Buchstaben und Sonderzeichen selbst kreiert) und an die Station 2 mittels SMS gesendet werden. Das Icon ist also entweder ein am Display selbst erstelltes Bild oder ein Bild oder Symbol, das der Vorlage entnommen wird. Die Kinder schreiben auf, welchen Begriff sie mit dem Icon dargestellt haben.

Station 2: Die Kinder der Station 2 versuchen, das Icon zu interpretieren. Den Begriff (bestehend aus einem oder auch mehreren Wörtern), den sie dem Icon zuordnen, schicken sie per SMS an die Station 3.

Station 3: Hier wird dieser Begriff erstens pantomimisch dargestellt (für die Station 4) und zweitens muss der Begriff wieder in ein Icon umgesetzt werden. Dieses Icon wird an die Gruppe 4 gesendet.

Station 4: Aufgrund der pantomimischen Darstellung und des erhaltenen Icons müssen die Kinder der Station 4 einen Begriff finden, den sie wiederum der Gruppe 1 per SMS senden, und der mit dem ursprünglichen Begriff der Gruppe 1 verglichen wird.



Durchführung

Es waren jeweils fünf Kinder anwesend, d. h. eine Station bestand in der Regel nur aus einem Kind. Der Workshop dauerte anderthalb Stunden und wurde mehrmals mit verschiedenen Kindern durchgeführt. Im Rahmen eines Workshops konnten mehrere Runden gespielt werden, wobei die Kinder immer verschiedenen Stationen zugeteilt wurden (nach deren Vorlieben). Um spielbedingte Wartezeiten zu verringern, fertigten die Kinder von ihren Begriffen und Icons auch Zeichnungen mit Stift und Papier an. Die Wörter und Begriffe auf Display und Papier sowie die Pantomime wurden fotografiert und jeweils ein kurzer Film erstellt, um den Fluss der Begriffe und Bedeutungen nachvollziehen zu können.

Zu Beginn eines jeden Workshops gab es eine Vorstellungs- und Fragerunde, in der Kinder u. a. zu folgenden Themen befragt wurden (Gruppendiskussion): Alter der Kids, Besitz und Gebrauch von Handy und SMS, welche Icons und Abkürzungen sie kennen, welche Icons und Abkürzungen sie verwenden, Geheimzeichen mit FreundInnen, Unterschied zwischen SMS schreiben und herkömmlichem Schreiben.

In jeder Runde mussten also zwei Stationen einen Begriff darstellen (Station 1: Icon, Station 3: Pantomime) und zwei Stationen den Begriff erraten (Station 2 und 4). Die meisten „Fehler“ gab es bei der Interpretation des Icons. Kein einziges Mal wurde ein Icon richtig interpretiert! Dagegen wurde die Pantomime in vielen Fällen „richtig“ erraten.

Beispiele:

- a) >O< „Reh“: Icon/Begriff der Station 1 wird in der Station 4 zu „Zuckerl“
- b) ;oD „ich behalte dich im Auge“: Icon/Begriff der Station 1 wird zu „Hase“ in der Station 4.
- c) @=(- „Laserkanone“: Icon/Begriff wird in Station 3 zu „Eidechse“ und in der Station 4 schließlich zu „erschöpft“

3. Die Forschungsergebnisse der Pilotstudie „SMS-Kommunikation bei Kids“ - vom Mythos der Bildersprache

3.1 Ergebnisse der standardisierten Fragebogenerhebung

Im vorliegenden Kapitel wird die Analyse der quantitativen Daten nach allgemeinen Häufigkeiten und wenn es Auffälligkeiten gibt, nach Geschlecht und Alter analysiert und verglichen. Die bewusste Auswahl der Stichprobe für eine Quantifizierung der Fragebogendaten - quotiert nach Geschlecht, Schultypen und Altersgruppen in Wiener Schulen - macht die Relevanz der SMS-Kommunikation von 10- bis 14-Jährigen sichtbar und ermöglicht ein besseres Einschätzen bestimmter Fragestellungen zum Thema; die Ergebnisse erheben jedoch nicht den Anspruch auf Repräsentativität, d. h. Rückschlüsse auf die Grundgesamtheit aller SchülerInnen in Wien sind nicht zulässig. Insgesamt handelt es sich um 181 auswertbare Fragebögen von 10- bis 14-Jährigen in Wiener Pflichtschulen.

3.1.1 Besitz und Nutzung von Handys

Die Antworten auf die Frage „Wie alt warst du, als du dein erstes Handy bekommen hast“, liegen zwischen 5 und 14 Jahren. Der häufigst genannte Wert liegt bei 10 Jahren (49 Nennungen, 28 %). Auch der Durchschnittswert liegt bei 10 und der Median (50 % aller Fälle bis 10) ebenfalls.

Auffällig ist, dass die befragten Kids je jünger sie sind, umso früher ein Handy bekommen haben. Am häufigsten gaben die 10-Jährigen an, ihr Handy mit 9 Jahren bekommen zu haben, die 11-Jährigen mit 10, die 12-Jährigen ebenfalls mit 10. Bei den 13-Jährigen waren die häufigst genannten Werte 10 und 11 Jahre, bei den 14-Jährigen liegt er schon bei 12 Jahren. Kids mit eigenem Handy werden demnach immer jünger. Diese Ergebnis bestätigt auch die Entwicklung, dass Eltern das sinnvolle Alter, ab dem Kinder ein eigenes Handy besitzen sollten, jährlich nach unten revidieren. (Mobilkom Austria 2002).

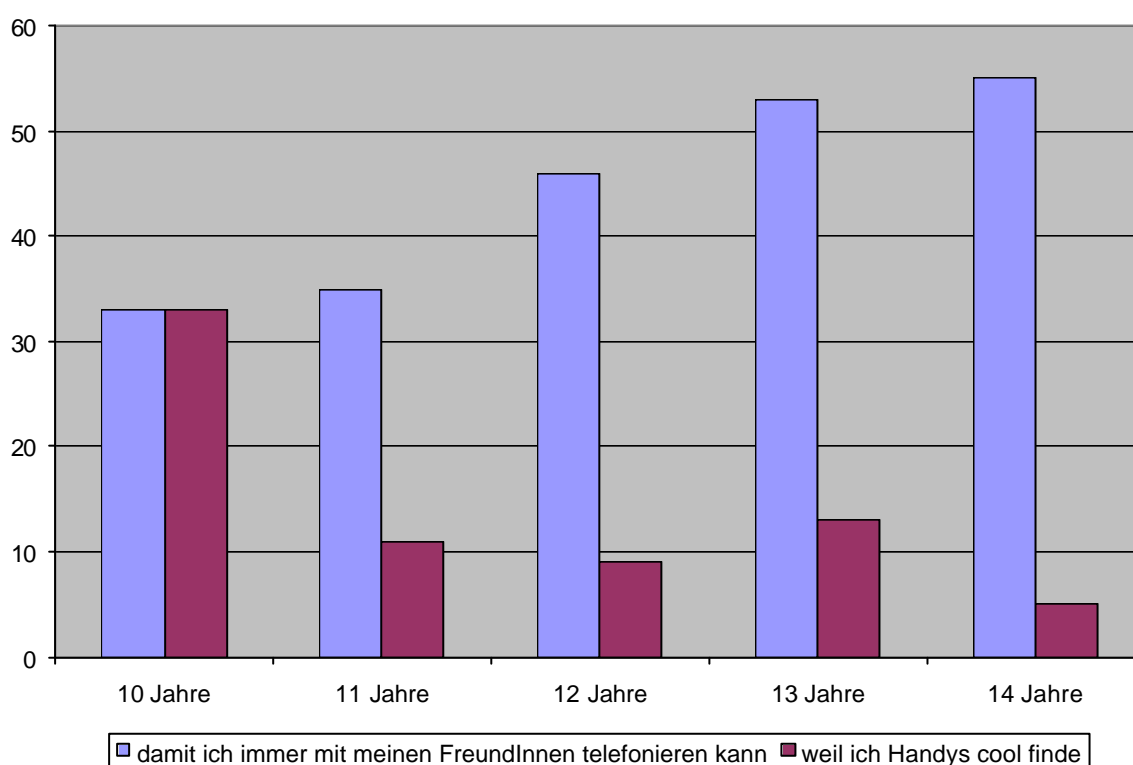
Bei der Mehrheit der befragten Kids ist das Wertkartenhandy vorherrschend, knapp $\frac{3}{4}$ der Befragten, gaben an ein Wertkartenhandy zu besitzen. Ein Vertragshandy besitzen etwa $\frac{1}{4}$ der Kids.

Die drei häufigst genannten Antworten auf die Frage, warum sie ein Handy besitzen, waren: „damit meine Eltern mich besser erreichen können“ (80 %), „für Notfälle“ (73 %) und „damit

ich immer mit meinen Freunden/Freundinnen telefonieren kann“ (45 %). Am seltensten genannt wurden: „damit ich auch fotografieren kann“ (2 %) und „zum Spielen“ (11%).

Diese Wertigkeit bleibt auch nach Geschlechtern getrennt im wesentlichen erkennbar. Auffällig ist dabei aber, dass die Mädchen „damit meine Eltern mich erreichen können“ mit 84 % wesentlich häufiger angekreuzt haben als die Burschen (74 %) und dass bei den Burschen nicht „zum Spielen“, sondern „weil ich Handys cool finde“ an vorletzter Stelle liegt.

Warum hast du ein Handy? (Mehrfachnennungen möglich)



Auf die fünf Altersgruppen aufgeteilt bleibt die Wertigkeit des Handys für die Erreichbarkeit durch die Eltern und für Notfälle erhalten. Für die 10- und 11-Jährigen steht an dritter Stelle „damit ich unterwegs telefonieren kann“, für die 12-Jährigen „damit ich SMS'n kann“ und für die 13- und 14-Jährigen „damit ich immer mit meinen Freunden/Freundinnen telefonieren kann“.

Bei allen Altersgruppen bleibt der Punkt „damit ich fotografieren kann“ der am seltensten genannte. Für die mit 10 Jahren Jüngsten ist auch der Faktor des SMS'n unbedeutend, auch dem Spielen kommt keine große Rolle zu. Die 11-Jährigen meinen, dass der Grund „weil jedeR ein Handy hat“ für sie eine sehr geringe Bedeutung hat, ebenso wie das Spielen.

Die 12-Jährigen haben nicht aus Gründen der „Coolness“ und des Gruppenzwangs ein Handy. Bei den 13-Jährigen wie auch bei den 14-Jährigen stimmten die wenigsten für die Gründe „Spielen“ und „weil Handys cool sind“ .

Die Frage „Hast du ein besonderes Coverbild auf deinem Handy?“ bestätigten drei von fünf der befragten Mädchen und Burschen (61 %). Geringe Geschlechterdifferenzen lassen sich hier erkennen. Tendenziell geben etwas mehr Mädchen an, ein Cover auf ihrem Handy zu haben als Burschen. Bezogen auf das Alter ist auffällig, dass ältere Kids – also die 13- und 14-Jährigen - vermehrt angaben ein besonderes Cover auf ihrem Handy zu haben, als jüngere Kids.

3.1.2 Die Nutzung des Short Message Service

Fast alle befragten Kids verschicken selbst SMS-Nachrichten, das entspricht einem Anteil von 93 % (Mädchen 95 %, Burschen 91 %). 53 % machen dies wöchentlich, 35 % täglich, der Rest seltener. Mehr Mädchen (44 %) verschicken täglich SMS als Buben (35 %). Von jenen, die täglich SMS versenden, werden durchschnittlich 4,3 SMS pro Tag verschickt, der häufigst genannte Wert ist jedoch 3.

Verschickst Du selbst auch SMS?				
	nein	ja	wöchentlich	täglich
Nach Alter:				
10-Jährige	12 %	88 %	75 %	25 %
11-Jährige	5 %	95 %	79 %	21 %
12-Jährige	3 %	97 %	50 %	50 %
13-Jährige	7 %	93 %	58 %	42 %
14-Jährige	7 %	93 %	46 %	54 %
Nach Geschlecht:				
weiblich	5 %	95 %	56 %	44 %
männlich	9 %	91 %	65 %	35 %

Auffällig ist, dass die jüngeren Kinder (10 und 11) seltener täglich SMS zu verschicken ankreuzten, bei den anderen Altersgruppen aber jeweils die Hälfte angab, täglich SMS zu schreiben.

Auf die Frage: „Wie oft bekommst du SMS?“, antworteten 23 % mit wöchentlich und 34 % mit täglich; der häufigst genannte Wert war hier jedoch hie und da mit 40 %. Fünf Personen, das entspricht 3 %, gaben an nie SMS zu verschicken. Allerdings liegt der Mittelwert der täglichen empfangenen SMS dennoch höher als der der verschickten, nämlich bei fast 5. Die am häufigsten genannten Werte sind aber bei 2 bzw. 3 SMS pro Tag zu finden. Hier sind keine deutlichen Unterschiede zwischen Mädchen und Burschen erkennbar.

Die 12- bis 14-Jährigen scheinen auch häufiger SMS zu bekommen als die jüngeren. Sie haben insgesamt öfter wöchentlich und täglich angekreuzt, während bei den 10- und 11-Jährigen hie und da am häufigsten genannt wird.

Wie oft bekommst du SMS				
	nie	hie und da	wöchentlich	täglich
Nach Alter:				
10-Jährige	14 %	55 %	14 %	18 %
11-Jährige	3 %	57 %	24 %	16 %
12-Jährige	--	34 %	29 %	37 %
13-Jährige	--	36 %	26 %	39 %
14-Jährige	2 %	27 %	22 %	49 %
Nach Geschlecht:				
weiblich	1 %	41 %	23 %	35 %
männlich	6 %	39 %	24 %	32 %

3.1.3 Verwendung von Abkürzungen, Emoticons und Bildern

Glaubt man den Zeitungsberichten und den Werbeseiten in Teeniezeitschriften, dann boomt die Verwendung von Bildern. Auch die standardisierte Fragebogenerhebung fragte die Kinder und Jugendlichen nach ihrer Verwendung von Abkürzungen, Emoticons und Bildern: Rund 1/3 der Befragten benutzen regelmäßig, das heißt oft bzw. manchmal diese verschiedenen Formen zum SMS'n: Konkret verwenden 33 % regelmäßig Abkürzungen, ebenso werden Emoticons von 33 % genutzt und downgeladete Bilder/Icons von 29 %.

Welche Formen nutzt Du für Deine SMS?				
	oft	manchmal	selten	nie
Abkürzungen, z.B. cu, vlg, 4u	14 %	19 %	25 %	42 %
Emoticons, z.B. ☺	13 %	20 %	23 %	43 %
Bilder/Icons downgeloadet	4 %	25 %	28 %	43 %

Abkürzungen werden mit steigendem Alter häufiger genutzt. Bei den Emoticons ist die Nutzung eher bei den 12- und 13-Jährigen zu sehen. Auch ein Drittel der 12-Jährigen benützt sie, während die Ältesten eher weniger davon Gebrauch machen. Bei den 10-Jährigen spielen Emoticons scheinbar keine wirkliche Rolle.

Auf die Frage welches Zeichen/Icon bzw. welche Abkürzung der persönliche Favorit sei, gibt es eine Fülle von verschiedenen Antworten. Am häufigsten genannt wird „Ich habe kein Lieblingszeichen“, nämlich 82 mal, was 45 % entspricht. Mehr als die Hälfte der Burschen gab an kein favorisiertes Zeichen zu haben, bei den Mädchen „nur“ rund 40 %.

Von den tatsächlich verwendeten Zeichen scheint das Happy-Smiley :-) am beliebtesten zu sein, denn hier waren 15 Nennungen zu finden. Die Vielfalt der angegebenen benutzten Smileys ist aber sehr groß und zusammengefasst kann man sagen, dass Emoticons die am häufigsten genutzten Icons sind (40 Nennungen). Mädchen nannten viel öfter ein Smiley als ihr Lieblingszeichen als dies bei Burschen der Fall war.

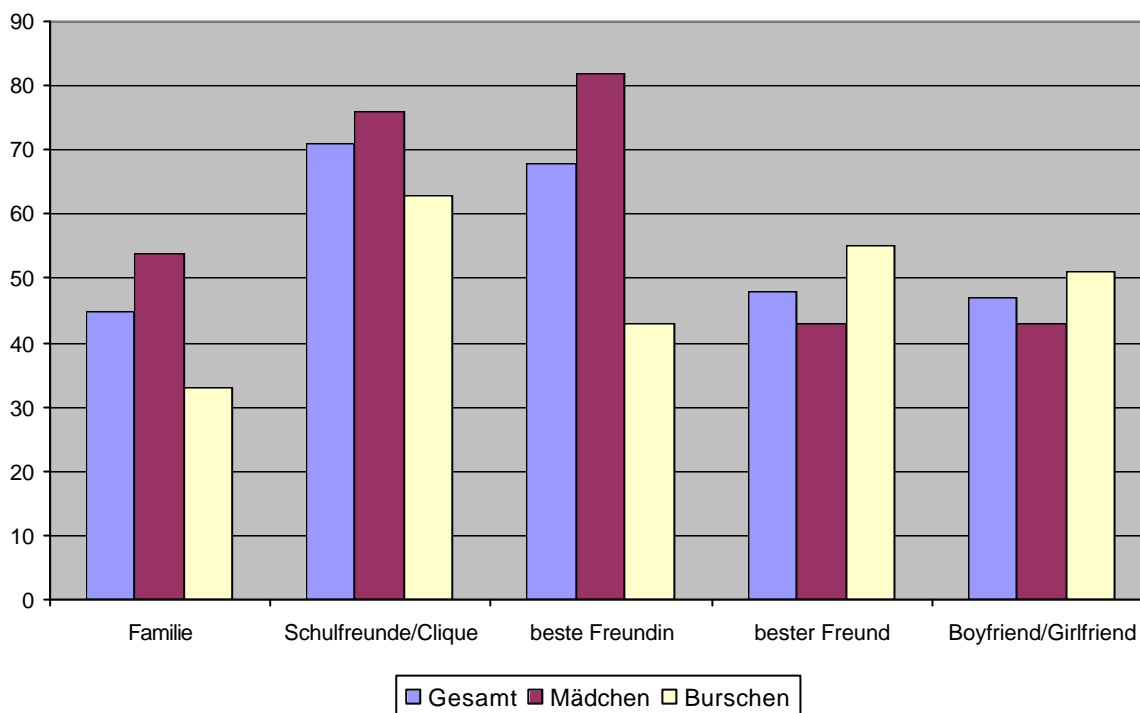
Von den Abkürzungen scheinen diverse Verkürzungen von „ich hab dich lieb“ am beliebtesten zu sein (14 Nennungen), hier sind stark die Mädchen vertreten. Burschen hingegen gaben häufiger an Bilder als Favoriten zu haben.

Bezüglich Alter und Lieblingszeichen kann festgehalten werden, dass quer durch alle Altersgruppen fast ausschließlich Smileys genannt werden. Interessant ist aber bei den 14-Jährigen, dass sie neben Smileys auch eine Vorliebe für diverse Abkürzungen haben.

3.1.4 SMS-ParterInnen der Kids

Auf die Frage „An wen schickst du deine SMS“ wurde bei Schulfreunde/Clique 120 mal mit oft bzw. manchmal geantwortet (71 %) und somit sind hier die meisten positiven Nennungen zu finden.

An wen schickst du deine SMS? (Mehrfachnennungen möglich)



63 % der Burschen und 76 % der Mädchen schicken SMS an die Schulfreunde. An die beste Freundin schreiben 68 % *manchmal* bzw. *oft* (82 % der Mädchen, 43 % der Burschen), hingegen an den besten Freund nur 48 % (43 % der Mädchen, 55 % der Burschen). SMS an die Familie werden von 45 % *manchmal* bzw. *oft* genutzt. Hier sind die Mädchen diejenigen, die öfter mit der Familie per SMS in Kontakt stehen (54 % zu 33 %). SMS an den/das Boyfriend/Girlfriend *oft* bzw. *manchmal* zu schreiben, gaben 47 % an. Prozentuell sind hier die männlichen Befragten etwas stärker vertreten, nämlich mit knapp über 50 %. Von den Mädchen gaben 43 % an *manchmal* und *oft* an den derzeitigen Liebespartner zu schreiben. Generell lässt sich auch hier erkennen, dass Mädchen häufiger SMS schreiben als die befragten Burschen.

Was das Alter betrifft, ist zu erkennen, dass von den 10-Jährigen fast alle angaben, an die Eltern zu SMS'n, dann aber mit steigendem Alter der Anteil derer, die an die Eltern schreiben abnimmt und bei den 14-Jährigen nur noch ein Viertel beträgt.

Im Gegensatz dazu steigt der Anteil derer, die an die Schulfreunde/Clique schreiben mit zunehmendem Alter, ist jedoch auch bei den 10-Jährigen mit ca. zwei Drittel schon relativ hoch. Es wird ebenfalls beim Item „beste Freundin“ in jeder Altersgruppe sehr häufig angekreuzt, an sie *manchmal* bzw. *häufig* ein SMS zu schicken. An den besten Freund

scheinen in jedem Alter weniger regelmäßig SMS zu schreiben. *Manchmal* bzw. *oft* an den Boyfriend/ das Girlfriend zu SMS'n gewinnt laut vorliegender Daten ab einem Alter von 12 Jahren an Bedeutung.

Bei der Frage, von wem der/die Befragte SMS gesendet bekommt, sind die beste Freundin und die Schulfreunde/Clique die Spitzenreiter mit ca. 70 %. Auch hier, und zwar besonders bei SMS von der besten Freundin, sind wieder mehr Mädchen vertreten. SMS vom besten Freund wird von 52 % mit *manchmal* bzw. *oft* beantwortet. In diesem Punkt sind verhältnismäßig mehr Burschen bei den positiven Antworten dabei. Von der Familie bekommt knapp die Hälfte regelmäßig SMS. Hier sind, genauso wie bei SMS schreiben, die Mädchen häufiger vertreten. Vom Boy-/Girlfriend werden an 46 % Kurzmitteilungen gesendet, wobei die Burschen tendenziell vorne sind.

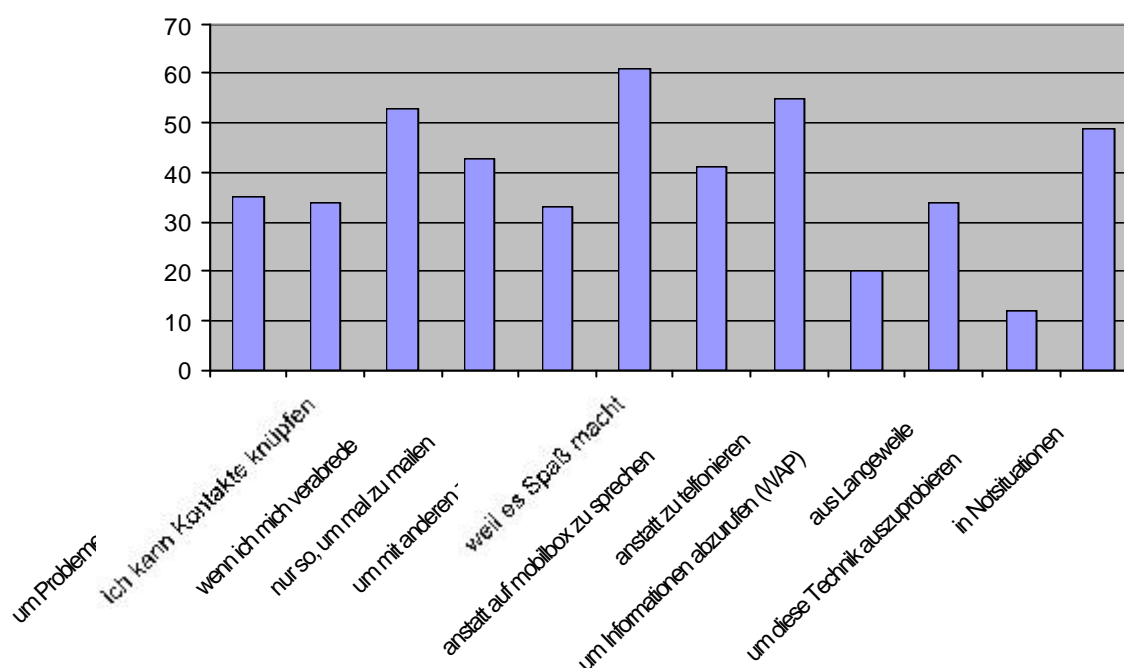
Die meisten, die von ihrer Familie SMS bekommen, sind die 10-Jährigen, sonst waren unterschiedliche Angaben über die Häufigkeit der SMS von der Familie zu sehen. Von den SchulfreundInnen bekommt ein hoher Anteil der Befragten aller Altersgruppen SMS gesendet. Am höchsten ist er jedoch bei den 13- und 14-Jährigen. Ebenso ist er das bei denjenigen, welche angaben, SMS vom besten Freund zu bekommen, nur dass hier generell der Anteil geringer ist. Bei SMS von der besten Freundin ist keine bestimmte Tendenz bezüglich der Altersgruppen erkennbar. SMS vom Freund bzw. von der Freundin spielen genauso wie SMS an diese erst ab 12 Jahren eine Rolle.

Auf die Frage mit wie vielen Personen das befragte Mädchen/der befragte Bursch regelmäßig in Kontakt ist, gibt es Antworten von 0 bis 15. Der durchschnittliche Wert liegt bei 3,2, am häufigsten angegeben werden jedoch zwei Personen. Von den 61 männlichen Befragten gaben die meisten an, mit zwei Personen regelmäßig in Kontakt zu stehen, von den 93 Mädchen stehen die meisten ebenfalls mit zwei in regelmäßigem Kontakt. Zu den Altersgruppen ist zu bemerken, dass bei den 10- und 11-Jährigen am häufigsten genannt wird, mit einer Person regelmäßig in Kontakt zu stehen, während sich das Bild bei den übrigen Altersgruppen dem vom regelmäßigen Kontakt zu zwei Personen angleicht.

3.1.5 Motivationen für das SMS'n

Bei der Frage „Es gibt verschiedene Gründe, warum jemand SMS nutzt. Sag uns, warum du SMS verwendest?“ gab es 12 vorgegebene Antwortkategorien, bei welchen jeweils zutreffendes anzukreuzen war. Am häufigsten wird der Spaßfaktor mit 61 % genannt. Ebenfalls wichtige Gründe zu SMS'n sind anstatt zu telefonieren (55 %) und um sich zu verabreden (53 %).

Warum verwendest du SMS? (Mehrfachnennungen möglich)



Danach sind SMS für Notsituationen wichtig (49 %), gefolgt von „nur so, um mal zu mailen“ (43 %) und „anstatt auf mobilbox zu sprechen“ (41 %). Schon etwas abgeschlagen und von ca. 1/3 der befragten Mädchen und Burschen werden die Gründe „um Probleme zu besprechen“, „ich kann Kontakte knüpfen“, „aus Langeweile“ und „um mit anderen zu flirten“ als zutreffend beantwortet.

Am seltensten zutreffend beantwortet wurden die Items „um Informationen abzurufen (WAP)“ mit 20 % und „um diese Technik auszuprobieren“ (12 %). Diese vorgegebenen Gründe für die Verwendung des SMS spielen in der befragten Altersgruppe eine sehr geringe Rolle.

Nach Geschlechtern getrennt werden als Top-Gründe dieselben genannt (Spaß, statt zu telefonieren, um sich zu verabreden), nur dass sich die Häufigkeit der Nennungen umdreht; auch bei den Gründen, die am seltensten genannt werden (Informationen abrufen, Technik ausprobieren), ergibt sich dasselbe Ergebnis wie oben.

Nach den Altersgruppen aufgeteilt, lässt sich folgendes Bild erkennen:

Bei den 10-Jährigen sind die Top-Gründe um SMS zu verwenden „nur so, um mal zu mailen“ und „weil es Spaß macht“; verschwindend wenig Nennungen gibt es beim Punkt „um Informationen abzurufen“.

Die 11-Jährigen nennen als wichtigste Gründe ebenfalls den Spaßfaktor, aber auch bei Notfällen und statt zu telefonieren, ist es ihnen wichtig SMS zu verwenden. Am wenigsten angenommen wurde bei ihnen der Grund „um mit anderen zu flirten“.

Bei den 12- und 13-Jährigen schaut das Bild der Gründe, warum sie SMS verschicken, sehr ähnlich aus, nur, dass sie statt im Notfall das Item „wenn ich mich verabrede“ häufiger nennen. Um die Technik des SMS'n auszuprobieren nutzen sie SMS am wenigsten.

Die ältesten Kids in unserer Stichprobe nennen als wichtigste Gründe „um sich zu verabreden“, „anstatt zu telefonieren“ und „um Probleme zu besprechen“. Gleich danach kommt der Spaßfaktor und ist hiermit ein in allen Altersgruppen stark vertretener Grund, um SMS zu versenden. Die 14-Jährigen nennen genauso wie die 12- und 13-Jährigen „um diese Technik auszuprobieren“ am seltensten.

3.1.6 Zusammenfassung:

Resümierend kann in der quantitativen Analyse festgehalten werden, dass ganz allgemein für alle befragten Kids

- die am häufigsten genannten Motive zu SMS'n der Spaßfaktor, anstatt zu telefonieren und um sich zu verabreden sind,
- Schulfreunde/Clique die beliebtesten SMS-PartnerInnen sind und
- rund 1/3 der Befragten Abkürzungen, Emoticons und Bilder benutzen.

Es kann auch in den Daten festgestellt werden, dass mit zunehmendem Alter (10 - 14 Jahre)

- häufiger Abkürzungen benutzt werden und
- die Bedeutung von Schulfreunden/Clique als SMS-PartnerInnen zunimmt, während die Eltern als SMS-PartnerInnen kontinuierlich an Bedeutung verlieren und weniger SMS an sie geschrieben werden.

Je jünger die befragten Kids sind, desto

- früher besitzen sie ein persönliches Handy,
- unwichtiger ist das Handy zum SMS-Schreiben, um so weniger SMS werden von ihnen geschrieben und auch empfangen,
- häufiger schreiben sie SMS an die Eltern und bekommen SMS von ihnen (wenn sie SMS benutzen).

Unterschiede zwischen den Mädchen und Burschen lassen sich vor allem bei der allgemeinen Nutzung des Short Message Service, bei den SMS-PartnerInnen und beim Kontakt zu den Eltern erkennen:

- Mädchen verschicken tendentiell mehr SMS-Nachrichten als Burschen,
- mehr Mädchen sind mit der besten Freundin in SMS-Kontakt als Burschen mit ihrem besten Freund und
- mehr Mädchen besitzen ein Handy, um für Eltern erreichbar zu sein und stehen häufiger per SMS mit ihnen in Kontakt als Burschen.

3.2 Auswertung und Zusammenfassung der Kreativworkshops

Am ersten SMS-Workshop (14. 4. 2003) beteiligen sich vier Mädchen und ein Bub im Alter von 12 bis 13 Jahren. Die Kleingruppe kennt sich schon aus anderen Zusammenhängen. Alle TeilnehmerInnen besitzen ein eigenes Handy und schreiben auch außerhalb des Workshops SMS-Nachrichten. Sie erklären auch, dass sie selbst keine Icons oder Bilder erstellen, jedoch wenn sie welche zugemailt bekommen (ganze Bilder), dann leiten sie diese auch weiter. Interessant ist dabei, dass alle angeben keine Bilder oder Icons vom Internet downzuladen. Ein Bub erklärt, dass er einen Schweinskopf verschickt hat, jemand anderer in der Gruppe eine Rakete.

Die WorkshopteilnehmerInnen erzählen im Gespräch, dass sie ihr Handy auch in ihren jeweiligen Klassen verwenden. Sie erklären zwar, dass sie dies eigentlich nicht dürften, aber trotzdem tun. Die größte Strafe sei es, das Handy bis Ende der Stunde abgeben zu müssen. In der Klasse, so die Befragten, läute oft ein Handy, auch LehrerInnen passiere es, dass ihr Handy nicht ausgeschaltet ist.

Obwohl sie angeben, kaum Icons zu verwenden, haben sie überhaupt kein Problem damit, ein Icon in der Kleingruppe zu erstellen: Sie finden sofort die Icon-Vorlage im Handy-Menü und verwenden Satzzeichen zum Selberbasteln von Icons. Überhaupt fällt auf, dass sie mit IT geschickt und ungehemmt umgehen, auch mit Digitalkamera und Computerprogramm. Im Rahmen des Workshops wird deutlich, dass die Kids keinerlei Scheu haben, vor der laufenden Kamera Pantomime zu spielen und sich darzustellen. Auffallend in dieser Gruppe ist auch, dass der einzige Bub in der Runde der mit Abstand aktivste ist.

Beim zweiten SMS-Workshop (15. 4. 2003) nahmen insgesamt fünf Kids teil, davon drei Mädchen im Alter von 10 und 11 Jahren und zwei 8-jährige Buben. Die drei Älteren geben an ein eigenes Handy zu besitzen, die Jüngeren besitzen kein eigenes, einer benutzt aber das Handy der Mutter zum SMS'n. Auffallend ist, dass die Mädchen in den Pausen die Zoom-Handys zum SMS verschicken nutzten. Auf die Frage was der Unterschied zwischen SMS'n und herkömmlichen Schreiben ist, antworten sie sehr rasch mit: es gäbe keine Groß-/Kleinschreibung, Abkürzungen werden benutzt und auch das umständliche Tastendrücken sind unterschiedliche Merkmale.

Abkürzungen, die von den TeilnehmerInnen gekannt und benannt werden sind: bzw., z.B., u., o., LKW und verschiedene Smileys wie : - D (wird als schreiben und Oje interpretiert) und das Zwinkersmiley ; -).

Im dritten SMS-Workshop (16. 4. 2003) nahmen vier männliche Kids zwischen 7 und 12 Jahren und ein 12-jähriges Mädchen teil. Die Burschen kennen sich schon untereinander. Bis auf einen 7-jährigen Bub besitzen alle WorkshopteilnehmerInnen ein eigenes Handy. Auch diese Gruppe bestätigt die bisherigen Beobachtungen: In den Pausen, wenn die Kids auf die anderen warten müssen, beschäftigen sie sich zum Teil selbst mit dem Handy; in dieser Gruppe nutzen die Burschen die Handys zum Spielen.

Wieder fällt auf, wie rasch Kids mit IT umgehen lernen: Am Beispiel eines 7-jährigen Bubens wird das besonders offensichtlich. Im folgenden der O-Ton aus dem Protokoll einer Workshopbetreuerin:

„Da mich der Jüngste bittet, ihm zu zeigen, wie man ein sms schreibt, helfe ich ihm, indem ich sein Handy in meine Hand nehme, und ihn zuschauen lasse, wie ich relativ flott durch das Menü navigiere, bis ich zu „sms erstellen“ komme. Ich erkläre ihm noch, wie das Schreiben funktioniert, was er sofort versteht. Da ich davon ausgegangen bin, dass er sich sowie nicht merken konnte, wie er zu „sms erstellen“ gelangt, will ich ihm 20 min später, in der nächsten Runde, wieder helfen. Aber er braucht meine Hilfe nicht, sondern navigiert selbst in einer hohen Geschwindigkeit durch das Menü. Ich will ihm sagen, dass er in dieser Geschwindigkeit nichts finden kann, aber er beweist das Gegenteil.“

Resümierend kann festgehalten werden: Die 15 befragten und beobachteten Kids waren zwischen 7 und 13 Jahre alt, das Durchschnittsalter beträgt ca.10 Jahre. Mit wenigen Ausnahmen (3 Kinder mit 7 und 8 Jahren) besitzen die meisten Mädchen und Buben ein eigenes Handy. Bis auf den Jüngsten haben bereits alle Erfahrungen mit SMS.

Die Kids geben an, kaum Icons zu verwenden, beweisen aber mit viel Geschick, dass sie überhaupt kein Problem damit haben, ein Icon zu erstellen: sie finden sofort die Icon-Vorlage im Handy-Menü und verwenden Buchstaben, Satzzeichen und Sonderzeichen zum Selberbasteln von Icons.

Es fällt auf, wie geschickt und ohne Berührungsangst sie mit ICT umgehen (Handy, Digitalkamera, Computerprogramm zum Erstellen des Clips, usw.) Auch Kids, die kein Handy besitzen oder zuerst angeben, alleine kein SMS schreiben zu können, können nach einer kurzen Erklärung selbstständig SMS schreiben und senden. Die teilnehmenden Kids

beschäftigen sich auch in den Pausen mit dem Handy – vorwiegend schicken sie sich gegenseitig SMS, teilweise nutzen sie die Handys auch zum spielen.

Das Spiel zeigt, dass sowohl Icons aus der Vorlage als auch selbst gebastelte Icons grundsätzlich „falsch“, d. h. nicht im Sinne des Kindes, das das Icon erstellt hat, interpretiert werden. Eine überindividuelle Bedeutungszuschreibung von Icons dürfte es bei Kids also nicht geben, wahrscheinlich da sie auch wenige Icons verwenden. Mädchen und Burschen verwenden entgegen der ursprünglichen Annahme in der SMS Kommunikation wenig Abkürzungen und vor allem wenig Icons. „Geheimzeichen“, die nur sie und ihre besten FreundInnen verstehen, benutzen sie nicht. Trotzdem besitzen sie die Kompetenz, das Medium auch diesbezüglich zu nutzen, d. h. sie können Icons selbständig und kreativ erstellen.

3.3 Ergebnisse der qualitativen Analyse der SMS-Nachrichten

3.3.1 Sprachanalytische Auswertung

3.3.1.1 Rechtschreibung und Rechtschreibstil

Die Mädchen und Burschen, deren SMS-Nachrichten analysiert wurden, beherrschen im allgemeinen die österreichische *Rechtschreibung*. Nur wenige Nachrichten weisen für die deutsche Sprache typische Rechtschreibfehler auf: Fehler mit dem stummen h, ß/ss-Fehler, Fehler mit harten/weichen Konsonanten (d/t), Fehler bei Doppelkonsonanten, Auslassen eines Buchstabens und Fehler bei Eigennamen („Backtat“). Die Nachrichten mit solchen Rechtschreibfehlern wurden teilweise von den gleichen Personen geschrieben. Die Analyse der SMS zeigt, dass der Nachrichtendienst auch von Kids verwendet wird, bei denen die entsprechenden Rechtschreibregeln noch nicht angeeignet und gefestigt sind; sie stellen dabei aber die Ausnahmen innerhalb der jugendlichen SMS-NutzerInnen dar. Zusätzlich können wir festhalten, dass sich die „neue“ Rechtschreibung durchsetzen konnte.

Mehrere Fehler wurden in der Analyse als *Flüchtigkeitsfehler* kategorisiert. Es ist davon auszugehen, dass diese Fehler bei einem kurzen Überblicken des Textes nach dem Verfassen desselben dem/der AutorIn auffallen würden, anscheinend werden die SMS-Nachrichten also nicht Korrektur gelesen.

Selten passierten auch *Fehler aufgrund der Automatik-Funktion* des Mobiltelefons: Mit Hilfe dieser Funktion, die ein- oder ausgeschaltet werden kann, müssen für die Eingabe eines Wortes nicht alle einzelnen Buchstaben korrekt durch jeweils meist mehrmaliges Drücken einer Taste eingegeben werden, sondern das Programm wählt bei jeder Tasteneingabe den wahrscheinlich richtigen Buchstaben aus.⁹ Der Vorteil dieser Funktion ist die Schnelligkeit, mit welcher ein Text eingegeben werden kann. Werden jedoch viele Wörter und Ausdrücke verwendet, die dem Programm nicht bekannt sind, ist das Ausschalten der Automatik-Funktion zielführender. Die beiden Fehler, die aufgrund dieses Programms passiert sind, zeigen uns, dass es zumindest von manchen verwendet wird.

Die Fehler äußern sich in Fallfehlern, in beiden Fällen erscheint „an“ statt „am“ auf dem Display. Sie weisen zusätzlich darauf hin, dass nicht Korrektur gelesen wird.

Neben den beschriebenen Rechtschreibfehlern gibt es drei Bereiche der Rechtschreibung, die in den analysierten SMS-Nachrichten oftmals nicht korrekt angewendet wird:

Groß-/Kleinschreibung, Satzzeichen und Leerzeichen. Die große Mehrheit der SMS-Nachrichten sind in Kleinschreibung gehalten, d. h. die Option „Kleinschreibung“ des Handy-Programms wird genutzt. Die Kids gehen dabei den Weg des geringsten Widerstandes: Die Kleinschreibung wird nicht konsequent verfolgt, sondern man/frau passt sich dem Programm des Mobiltelefons an. Das Programm sieht vor, auch bei der Wahl der Option „Kleinschreibung“ den ersten Buchstaben/das erste Wort der Nachricht und alle Wörter, die einem Satzzeichen folgen (vorausgesetzt, nach dem Satzzeichen wird ein Leerzeichen gesetzt), groß zu schreiben. Diesen Vorschlägen wird der Einfachheit halber nachgegeben. Groß-/Kleinschreibung im Sinne der österreichischen Rechtschreibung wird also nur von der Minderheit eingesetzt. Es wird aber entweder durchgängig die korrekte Schreibweise (Groß-/Kleinschreibung) oder durchgängig Kleinschreibung (abgesehen von den automatischen Großschreibungen) verwendet. Diese konsequente Kleinschreibung ist daher nicht als Rechtschreibproblem, sondern als vom Programm vorgegebenes Schreibstilmittel zu verstehen.

Im Vergleich zu den Rechtschreibfehlern gab es auffallend viele Fehler mit *Leerzeichen*. In nur zwei Fällen fehlt ein Leerzeichen zwischen zwei Wörtern, die anderen Leerzeichenfehler passieren im Zusammenhang mit Satzzeichen. Das im Sinne der Rechtschreibung

⁹ Da diese Funktion eine Grundlage für die Analyse und das Verständnis der „Rechtschreibung“ bei SMS-Nachrichten bildet, sei sie hier an einem Beispiel („Kino“) noch einmal veranschaulicht: Eingabe ohne Automatik: 2x Eingabe der Taste 5 (jkl), 3x Taste 4 (ghi), 2x Taste 6 (mno), Pause notwendig weil Verwendung der gleichen Taste folgt, 3x Taste 6 (mno). Eingabe mit Automatik ohne Pausen: 1x Taste 5 (jkl), 1x Taste 4 (ghi), 2x Taste 6 (mno). Kann das Programm kein Wort bilden oder nimmt man/frau die Vorschläge des Programms nicht an, muss das Wort mit den einzelnen korrekten Buchstaben eingegeben werden.

notwendige Leerzeichen nach einem Satzzeichen bzw. vor einer Klammer fehlt in mehreren SMS-Nachrichten. Gleichzeitig wird in zwei SMS-Nachrichten ein Leerzeichen vor einem Fragezeichen gesetzt. Diese willkürliche Verwendung von Leerzeichen könnte u. a. aus Unkenntnis der UserInnen entstanden sein. Die Untersuchungsgruppe (10 bis 14 Jahre) beherrscht zwar den Umgang mit der Tastatur von der Computeranwendung, kennt aber noch nicht die verschiedenen Regeln im Schriftverkehr. Informatik als Unterrichtsgegenstand oder (Maschinschreib-)Kurse, die diese Regeln zum Inhalt haben, werden erst in höheren Schulstufen freiwillig oder verpflichtend angeboten.

Ähnlich scheint es mit der Verwendung von Satzzeichen zu sein, denn auf die korrekte Verwendung von Satzzeichen wird in SMS-Nachrichten wenig Wert gelegt. Dabei kann zwischen dem konsequenten Nicht-Verwenden von Satzzeichen und der fehlerhaften, sporadischen Verwendung unterschieden werden.

Werden absolut keine Satzzeichen verwendet, ist dies als Stil und nicht als Fehler zu betrachten. Folgendes Beispiel dient zur Veranschaulichung:

Wir haben erst nächsten do um neun schule fünf kinder sind gekommen deine fiona

Werden Satzzeichen nur sporadisch verwendet, fehlt mehrmals ein Satzzeichen, das die Begrüßung oder Anrede von der nächsten Sinneinheit trennt, wie zum Beispiel:

*Hi paul willst du dir mit mir ihm kino jonny english anschauen? Wenn ja heut
abend?sz.Lukas¹⁰*

Satzzeichen werden in manchen Fällen sehr individuell eingesetzt. So verlangt zwar die Befehlsform nach der österreichischen Rechtschreibung nach einem Rufzeichen, wird aber von manchen UserInnen mit der Setzung eines Punktes gestaltet.

Was wolltest du vorhin von mir? Schreib. Julia

Eine weitere Form Satzzeichen sehr individuell zu setzen ist die Verwendung von zwei anstelle von drei Punkten im Sinne von usw. Es liegt nahe, diese Verwendungen von Satzzeichen als Ausdruck von Bequemlichkeit zu interpretieren. Es ist einfacher und geht schneller, einen Punkt als ein Rufzeichen bzw. zwei statt drei Punkte einzugeben. Der inhaltliche Sinn wird dadurch nicht verändert, wie das Beispiel noch einmal zeigen kann:

¹⁰ Hier sieht man/frau auch die fehlerhafte Verwendung von Leerzeichen. Auf Abkürzungen gehen wir später ein.

Hallo! Chemie ist sooo fad.. Was machst dann heut no? Bussal

Es werden zwar nur bei ungefähr einem Drittel der Nachrichten Satzzeichen korrekt im Sinne der österreichischen Rechtschreibung eingesetzt, aber auch die meisten der anderen Fälle sind nicht als Nachrichten mit Rechtschreibfehler(n) zu kategorisieren. Neben der konsequenten Nicht-Verwendung von Satzzeichen als Stilmittel ist auch inkorrekte Zeichensetzung teilweise bewusst gewählt.

3.3.1.2 *Hochdeutsch versus Umgangssprache*

In auffallend vielen SMS-Nachrichten wird - entgegen von in den Medien verbreiteten Annahmen von SchulpädagogInnen - ein Schreibstil verwendet, der den Regeln der deutschen Sprache (Hochdeutsch) folgt. Als Kriterien für diese Analyse wurden die korrekte Schreibweise einzelner Wörter (keine Tilgungen, keine Umgangssprache, keine Abkürzungen) und der Schreibstil der einzelnen Sätze (keine Tilgungen, keine umgangssprachlichen Formulierungen) herangezogen.

In etwa in einem Drittel der analysierten Nachrichten werden zumindest einzelne Wörter und Formulierungen in der Umgangssprache bzw. im Dialekt geschrieben. Die *Verwendung der Umgangssprache* ist dabei selten durchgängig, sondern ein Wechsel von Hochdeutsch und Dialekt ist üblich. Das trifft nicht nur auf die Verwendung von einzelnen Wörtern im Dialekt zu, sondern auch auf Satzteile oder ganze Sätze. Die beiden Beispiele veranschaulichen den Wechsel von Hochdeutsch und Dialekt, wobei das erste Beispiel vorwiegend auf Hochdeutsch und das zweite vorwiegend im Dialekt geschrieben wurde.

Sollen wir heute noch volleyball spielen fahren oda ned?

Nein, die micheli(schreibt man die so?)is ned da,hab die Hü ned gmacht du?schreib chrissi

Im letzten Beispiel finden wir auch eine Besonderheit der umgangssprachlichen Schreibweise, die Tilgung von Wörtern und/oder Silben. Im Beispiel wird zuerst das Subjekt „ich“ ausgelassen („hab die Hü ned gmacht“), dann die Endung „e“ von „habe“. Solche Tilgungen von Wortendungen und Personalpronomen treten nicht sehr häufig auf, sind aber typisch bei der Vermischung von Umgangssprache und Hochdeutsch.

Der Vorteil für die Verwendung einzelner Wörter im Dialekt liegt auf der Hand, die Wörter sind kürzer als im Hochdeutschen. Der Nachteil und gleichzeitig der Grund für die vorwiegende Verwendung von Hochdeutsch ist auch klar bestimmbar: Die Automatik-Funktion des Mobiltelefons kennt die Dialekt-Wörter vorerst nicht.¹¹

3.3.1.3 *Abkürzungen*

Ein weiteres Merkmal der SMS-Kommunikation ist, wenn auch nicht stark ausgeprägt, die Verwendung von *Abkürzungen*. In jeder vierten SMS-Nachricht werden Wörter oder Formulierungen abgekürzt. Beliebte Abkürzungen sind Abkürzungen von Zahlwörtern („1“, „2“, „7“) und die Abkürzung der Verabschiedungsformel „Liebe Grüße“ („lg“). Folgende andere Abkürzungen kommen ebenfalls zum Einsatz:

do	Donnerstag	sz.	Schreib zurück!
Hü	Hausübung	smsn	SMS-Nachricht(en) schreiben
mathe	Mathematik	plz	please
Fam.	Familie	gg	giggle
st	Stunde		

Die Abkürzungen werden teils von einem Punkt abgeschlossen, teilweise offen gelassen. Abkürzungen ohne Punkt sind in diesen Fällen auch meist ohne Punkt gebräuchlicher (do, Hü, plz, gg) oder werden auch in der Umgangssprache verwendet (Hü, smsn, Mathe). Aufgrund des erforderlichen Zeitaufwands um SMS-Nachrichten zu erstellen, verwundert es einerseits, dass nicht mehr Abkürzungen eingesetzt werden. Andererseits ist wiederum die Automatik-Funktion zu bedenken, die diese Abkürzungen vorerst nicht kennt. Die beiden englischen Abkürzungen sind äußerst gebräuchliche Abkürzungen in der englischen, aber auch deutschen Chat-Kommunikation. Abgekürzt kann auch der Name des Senders/der Senderin auf verschiedene Art und Weise werden; klein oder groß geschrieben, Initialen oder die Abkürzung des Vornamens: „s.s.“, „St“, etc.

Abkürzungen können auch etwas Verbindendes darstellen. Es liegt nahe, dass der/die SenderIn davon ausgeht, dass der/die EmpfängerIn die Abkürzung im gleichen Verständnis interpretiert. Die Verwendung gemeinsamer Sprachcodes kann die Zusammengehörigkeit unterstreichen und verstärken. Folgendes Beispiel veranschaulicht diesen Sachverhalt:

¹¹ Das Programm ist jedoch lernfähig, d.h. es nimmt neue, vom User verwendete Wörter in sein Repertoire auf.

7 Tage.. Plz gib ma morgen die rumkugeln gg der film hat so ca 2 st gedauert

3.3.1.4 *Kategorisierung nach Schreibstil*

Bei einer Kategorisierung der SMS-Nachrichten nach Schreibstil ergeben sich vier Kategorien:

- a) Mehrere SMS-Nachrichten ähneln der gesprochenen Sprache. Wird der Text laut gedacht, erinnert er an ein Telefonat:

Hi geri lukas hier. Was haben wir heute in mathe aufbekommen?

Geri ich wollte dich noch fragen um wie viel uhr wir an montag auf die schullandwoche fahren.

- b) Wenige Nachrichten ähneln einem klassischen Brief (mit Anrede und Verabschiedung, Verwendung von Grußformeln und Namen und Ausformulierung von Sätzen) – sie kommen aber doch auch vor.

Liebe Sandra! Wo fährst du in den Osterferien hin? Ich und meine Fam. Fahren nach Leoben zu meiner Oma. Liebe Grüße deine Nina

- c) Andere Nachrichten sind am ehesten mit einem Telegramm zu vergleichen, es werden weder Anrede noch Grußformeln verwendet, der Stil ist äußerst knapp gehalten.

Schularbeit gemeistert!! Geübtes Tema kam nicht.

- d) Die meisten der analysierten SMS-Nachrichten passen in keine dieser drei beschriebenen Kategorien. Das typische SMS begrüßt den/die EmpfängerIn nicht, allerdings verabschiedet sich ungefähr die Hälfte der SenderInnen. Innerhalb einer Nachricht werden manche Sätze verkürzt, andere werden ausformuliert. Der Vergleich mit E-Mails drängt sich auf, da die Regeln der deutschen Sprache auch hier weniger genau genommen werden als in klassischen Briefen.¹² Manche SMS-Nachrichtern erinnern auch an Nachrichten, die auf einen Anrufbeantworter gesprochen werden, sowohl inhaltlich als

auch von der Form. Typisch ist die Vermischung von Stilen: Hier finden sich sowohl Merkmale von Telegrammstil (keine Grußformeln, unvollständige Sätze, Abkürzungen), Merkmale von gesprochener Sprache (umgangssprachliche Wörter und Formulierungen) als auch Merkmale vom Briefstil (Schriftsprache, Hochdeutsch):

Aus der dose wachsn schon kleine,süße,grund stengl mit blättern!wollt ich dir heut schon den ganzen tag sogn,immer vergessen!schreib,chrissi

Dass die Kids keine stringente Schreibweise benutzen, dürfte zum Teil mit Spaß an Kreativität zu erklären sein. Wichtig ist in diesem Zusammenhang aber vor allem, dass SMS-Nachrichten ausschließlich an vertraute Personen geschrieben werden und die konventionelle Schreibweise in der SMS-Kommunikation eine vergleichsweise geringe Wertigkeit einnimmt. Der Inhalt kommt vor der Form, auch auf das Layout wird meist kein Wert gelegt.¹³

Auffallend ist die Höflichkeit, mit welcher die SMS-Nachrichten im allgemeinen formuliert sind, was unter anderem durch Begrüßungen und Verabschiedungen zum Ausdruck gebracht wird:

3.3.1.5 *Begrüßung und Verabschiedung*

Im allgemeinen begrüßen die Kids ihre KommunikationspartnerInnen nicht. Gibt es aber eine Begrüßung, so besteht sie in der Regel aus Gruß und Namen, wobei der Name der Vorname, der Spitzname oder ein Kosenamen sein kann. Selten wird nur mit dem Namen oder nur mit einem Grußwort begonnen. Folgende Grußwörter werden verwendet:

Hallo...

Hi...

Liebe...

Hey...

Die beiden Begrüßungen „Hallo...!“ und „Hi...!“ sind am üblichsten, Begrüßungen wie „Liebe Sandra!“ oder „Hey lena,“ stellen Ausnahmen dar.

¹² Auch von E-Mails ist es ein Kennzeichen, dass häufig Kleinschreibung verwendet wird und dass Anreden ausfallen können.

¹³ Mit Ausnahme der Bild-Mitteilungen.

Verabschiedungen zählen eher zum Standard als Begrüßungen. Dem/der SenderIn ist es also wichtiger, sich zu verabschieden bzw. der Nachricht seinen/ihren Namen hinzu zu fügen. Ganz selten wird dabei nur eine Grußformel ohne Namen verwendet, eine Verabschiedung besteht entweder aus Grußformel und Namen oder nur aus dem Namen. Folgende Grußformeln werden zur Verabschiedung vom/von der SMS-Partner/in verwendet:

Bussi	Liebe Grüße
deine	schreib
Ig	Bussal
sz.	Tschüß
bis bald ¹⁴	

Die vorwiegend verwendeten Grußformeln sind „deine“, „Ig“, und die Aufforderung, zurück zu schreiben („sz.“, „schreib“). Nachdem in Nachrichten auch ausdrücklich dazu aufgefordert wird, dem Sender/der Senderin wieder zurück zu schreiben, ist die von Höflich¹⁵ beschriebene Reziprozität der SMS-Kommunikation nicht zu bestätigen, d. h. der/die SenderIn setzt nicht immer voraus, dass er/sie vom/von der EmpfängerIn wieder eine neue Nachricht erhält, nicht einmal dann, wenn seine/ihre Nachricht nichts als eine eindeutige Frage enthält:

Was wolltest du vorhin von mir? Schreib. Julia

Nüchterne Sachmitteilungen werden durch die Verwendung einer Begrüßungs- oder Verabschiedungsformel zu höflichen und persönlichen Nachrichten:

Kannst du uns an flohmarkt anmelden es gibt fast keine plätze mehr deine fiona

Die SMS-Analyse zeigt deutlich auf, dass ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Verwendung einer Begrüßungsformel und einer Verabschiedung besteht, d. h. wer seine/ihre Message mit einer Begrüßung anfängt, beendet diese üblicherweise auch mit einer Verabschiedung.

¹⁴ In manchen Nachrichten wurden zwei Grußformeln zur Verabschiedung aneinander gereiht, zum Beispiel: „bussi bis bald“.

¹⁵ Höflich (2003): Vortrag beim „Round Table Gespräch“ im Zoom Kindermuseum am 27. Mai 2003 in Wien

3.3.1.6 Zusammenfassung

Die Analyse des Schreibstils ergibt, dass sich SMS-Nachrichten durch eine Vielfalt von verwendeten Elementen auszeichnen. Es wird alles gesampelt, innerhalb einer Nachricht finden sich typischerweise gegensätzliche Schreibstile. Folgende Stile der Rechtschreibung und Ausdrucksweise werden vermischt:

- Gesprochene Sprache (Umgangssprache, Dialekt) mit Schriftsprache (Hochdeutsch)
- Abkürzungen/Tilgungen mit ausführlichen Beschreibungen
- Telegrammstil und Briefstil
- Groß-/Kleinschreibung mit Kleinschreibung
- Verwendung der Einstellung „Automatik“¹⁶ bzw. Ausschalten dieser Funktion

Die SMS-Nachrichten sind im Allgemeinen als höflich zu bezeichnen, es gibt nicht nur keine einzige Beschimpfung oder Veräppelung, sondern mit Begrüßungen und Verabschiedungen werden SMS zu höflichen kurzen Mitteilungen. Scheint die Nachricht in Form einer Aufforderung zu unhöflich, wird der harte Ton, der tatsächlich die korrekt angewandte Befehlsform ist, auch zum Beispiel mit Emoticons abgeschwächt (z.B. „Ruf mich an! :-“). In der SMS-Kommunikation der untersuchten 10- bis 14-Jährigen geht Höflichkeit auf jeden Fall vor Bequemlichkeit und Schnelligkeit.

Ein jugendlicher Sprachcode ist kaum zu erkennen. Beim Verfassen von Textnachrichten werden nur selten umgangssprachliche Ausdrücke, die der Jugendsprache zuzuordnen sind, verwendet, zum Beispiel wird „tut mir **echt** leid“ oder „ganz **toll** lieb“¹⁷ geschrieben. Die untersuchten Kinder und Jugendlichen verwenden auch kaum Abkürzungen, die als Ausdruck von Jugendsprache interpretiert werden könnten. Abkürzungen werden zum Beispiel von Chatrooms übernommen, Chatrooms sind aber eine Kommunikationsform, die zwar insbesondere, aber nicht nur von Jugendlichen verwendet wird. Abgesehen von solchen Abkürzungen, die für ihr Verständnis eine gewisse Kompetenz mit diesen neuen Medien voraus setzen, sind die Nachrichten der Kids auch für der Jugendsprache nicht mächtige Erwachsene durchwegs verständlich.

¹⁶ Zur genauen Beschreibung dieser Funktion siehe Kap. 3.3.1.1

¹⁷ Hervorhebungen wurden nachträglich gemacht, um die Besonderheit der Ausdrucksweise heraus zu streichen.

3.3.2 Inhaltsanalytische Auswertung der SMS-Kommunikation

Die SMS-Kommunikation zeichnet sich durch eine Vielzahl von Intentionen, Motiven und Funktionen aus. SMS-Nachrichten dienen zum Verabreden, zum Aufrechterhalten von Beziehungen und zur Alltagsorganisation bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen, so der Stand der Forschung.¹⁸ Die Sequenzanalysen und Grobanalysen der Nachrichten der 10- bis 14-jährigen Kinder und Jugendlichen ergeben aber eine weitgreifende Differenzierung unterschiedlichster Motive und Funktionen.

Grundsätzlich setzt die SMS-Kommunikation eine Interaktion, die außerhalb dieser statt findet, voraus. Die qualitative Untersuchung der SMS-Nachrichten ergibt, dass sich SenderIn und EmpfängerIn vertraut sind. Dieses Ergebnis wird auch von der quantitativen Fragebogenerhebung bestätigt: SMS werden an SchulfreundInnen, die beste Freundin, den besten Freund, Familienmitglieder und an den/die PartnerIn geschickt. Diese Vertrautheit ermöglicht solche kurzen Verschriftlichungen, da es ein gemeinsames Kontextwissen gibt, auf dem die SMS-Kommunikation aufbauen kann. SMS-Nachrichten sind für Dritte, die nicht über das nötige Kontextverständnis verfügen, oft nicht in eindeutiger Weise interpretierbar. Das Verstehen einer Nachricht setzt in vielen Fällen ein „Insiderwissen“ voraus.

Die untersuchten Kinder und Jugendlichen verschicken SMS-Nachrichten vor allem aus drei verschiedenen Gründen: aus Spaß, anstelle von telefonieren und für Verabredungen, - so das Ergebnis der quantitativen Befragung. Die Aussagen der Kids werden durch die Analyse ihrer Nachrichten bestätigt, es sind aber konkretere Aussagen über die Motive und Funktionen möglich. Gleich vorweg genommen, auch für 10- bis 14-Jährige trifft das Motiv des sich Verabredens am deutlichsten zu. Daneben erfüllt das Versenden von SMS-Nachrichten sehr häufig die Funktion des Vergnügens, d. h. Kids schreiben SMS um ihrer selbst Willen, einfach so, weil es Spaß macht. Darüber hinaus wird SMS genutzt, um Informationen zum Alltag (Schule, Einkaufen, Sport, etc.) zu erfragen, um diesen dann besser gestalten zu können. Über die Frage, ob SMS anstelle von Telefonaten verwendet wird, kann die qualitative Analyse nur insofern Aufschluss geben, als dass davon auszugehen ist, dass bezüglich Form und Inhalt viele SMS-Nachrichten auch als Telefongespräch geführt werden könnten.

¹⁸ Vgl Kap. 1.3

3.3.2.1 *SMS-Funktion: Sich Verabreden*

Die SMS-Kommunikation wird von den 10- bis 14-jährigen Kids sehr häufig zur Vereinbarung von Verabredungen genutzt. Dabei sind auch sehr kurzfristige Terminvereinbarungen möglich. Die Verabredungen dienen zur Ausübung einer gemeinsamen Aktivität, die meistens im Freizeitbereich angesiedelt ist. Nicht immer kann in der Interpretation bestimmt werden, ob es sich etwa um eine Freizeit- oder eine schulische Aktivität handelt. Das Kino ist ein beliebter Treffpunkt, sowohl um sich einen Film anzusehen als auch einfach nur als Treffpunkt für eine andere Aktivität. Andere Orte, die als Treffpunkte fungieren, sind zum Beispiel der Park oder das eigene Heim.

Hi ali, willst heut mitmir ins kino gehen ? Kopski

Hallo schatz gehen wir ins kino ins kino dein schatz patrick

Hallo patrick drefen wir uns um eins bei mir

SMS-Nachrichten werden aber nicht nur *für* Verabredungen, sondern auch *bei* Verabredungen verwendet bzw. um herauszufinden, wo sich der/die SMS-PartnerIn zum gegebenen Zeitpunkt aufhält:

Na wo bist du jetzt?

Wo bist du

Genauso werden SMS-Nachrichten zur Absage von geplanten Tätigkeiten verwendet. Auffallend bei der Analyse der SMS-Botschaften ist, dass vor allem männliche Kids – im Gegensatz zu den Mädchen - SMS zur Verabredung deutlicher nutzen.

3.3.2.2 *SMS-Funktion: um ihrer selbst Willen*

Ebenfalls sehr häufig erfüllt das Schreiben und Senden einer Nachricht den Wunsch nach Kommunikation, SMS werden also oft um des SMS willens geschrieben. Das Verschicken von SMS-Nachrichten macht offensichtlich Spaß. Sowohl die quantitative Fragebogen-Untersuchung als auch die qualitative Analyse kommt zu diesem Ergebnis. Dass es den Kids Vergnügen bereitet, Nachrichten zu schreiben und zu senden, erklärt den allgemeinen

quantitativen Beliebtheitswert von SMS als Kommunikationsmittel. Kurzmitteilungen werden aber auch aus Langeweile, zum Zeit totschiagen oder zur Überbrückung geschrieben. Die SMS-Kommunikation kann auch eine willkommene Abwechslung oder Unterbrechung einer anderen, ungeliebten, anstrengenden oder eintönigen Beschäftigung darstellen, sie kann auch zum Abschweifen oder Abschalten von anderen Beschäftigungen dienen. Es kann auch Freude machen, mit der SMS-Technik zu spielen. Bei vielen SMS-Nachrichten liegt es nahe, dass sie um des Schreibens willen und weniger des Inhalts wegen verfasst wurden. Auf den Punkt gebracht wird dieser Sachverhalt in dem ersten der folgenden Beispiele:

Smsn wir? Bussi jassi

Wie geht`s

Super freut mich für dich ich werde heute eine sms verschicken

3.3.2.3 SMS-Funktion: zur Gestaltung von Freundschaften

SMS-Nachrichten werden von den 10- bis 14-jährigen auch für die *Beziehungspflege und -gestaltung* genutzt. Damit wird einerseits mit Nähe und Distanz innerhalb einer Freundschaftsbeziehung experimentiert, andererseits dienen solche Nachrichten zur Aufrechterhaltung der Zusammengehörigkeit. Entsprechend der Altersgruppe hat auch das „Flirten“ mit potentiellen LiebesspartnerInnen und das „Anbandeln“ von Freundschaften große Bedeutung. Diese SMS-Nachrichten nehmen im vorliegenden Sample die Form von Liebesbekundungen an, wie die Beispiele zeigen:

Hallo schatz ich hab dich lieb!

Hallo schatzi ich liebe dich

Ich hab dich ganz toll lieb bussi bis bald

Entgegen den Aussagen bei der standardisierten Fragebogenerhebung, wo viele Kids „ich hab dich lieb“ als Lieblingsabkürzung bezeichnen, verwenden sie diese Abkürzung in ihren SMS-Nachrichten nicht.

Interessant ist, dass SMS-Nachrichten auch für *Beziehungsdiskussionen* genutzt werden. Über SMS werden auch wichtige persönliche Betroffenheiten kommuniziert, es werden persönliche Probleme behandelt. Hier ist vor allem auffallend, dass Mädchen das Short Message Service verstärkt – im Gegensatz zu den Burschen - für die Pflege ihrer sozialen Kontakte nutzen. Die SMS-Kommunikation dient zur Aussprache über Beziehungskonflikte, wobei nicht nur konkrete Fragen zur Beziehung gestellt werden, sondern auch die Beantwortung der Frage bzw. die Lösung des Konflikts im Rahmen dieser Kommunikation erwartet wird. Wer die jeweiligen SMS-PartnerInnen sind, mit denen ein Konflikt erörtert wird, kann zwar nicht bestimmt werden, es dürfte sich jedoch vorwiegend um gute FreundInnen handeln:

Hallo jasmin, wieso redet jetzt eigentlich fast keiner von euch mehr mit mir? Und wieso bist du böse auf mich,...was hab ich euch getan? St

Bist angefressen?

Warum bist du dann böse

SMS-Nachrichten können auch eine Kontrollfunktion einnehmen und zur Vergewisserung über die Verfügbarkeit über eine andere Person dienen. Sie werden auch aus Neugierde eingesetzt, um über jemanden etwas in Erfahrung zu bringen:

Hallo Yin Fee was machst du jetzt? Min Tak

Die beispielhaft angeführte Nachricht zeigt aber auch wieder, wie uneindeutig SMS-Nachrichten von Dritten zu interpretieren sind. Es wäre auch möglich, dass die Frage auf ein späteres Treffen abzielt und Neugierde überhaupt keine Rolle spielt.

SMS-Nachrichten werden auch für *Gefühlsmitteilungen* verwendet, das heißt als Ausdruck der eigenen, momentanen Gefühlslage, die in einem Zusammenhang mit dem/der EmpfängerIn steht:

Da bin ich froh!mama

Tut mir echt leid. Angel

Wir wissen zwar nicht, ob „tut mir echt leid“ als Entschuldigung oder als Mitgeföhlsäußerung zu verstehen ist. In jedem Fall aber wird mit der Nachricht das eigene Bedauern über einen unbekanntem Sachverhalt, der den/die EmpfängerIn betrifft, mitgeteilt.

3.3.2.4 *SMS-Funktion: Alltag organisieren*

Die nächste wichtige Funktion, die in vielen SMS-Nachrichten der 10- bis 14-Jährigen erfüllt wird, ist das Fragen nach einer Sachinformation, das Antworten in Form einer Sachinformation, das Übermitteln von Sachinformationen ohne direkte diesbezügliche Anfrage und Sachinformationen, die mit einem Arbeitsauftrag verbunden sind. Gemeinsam ist diesen Nachrichten, dass sie zur Koordination individualisierter Alltagsabläufe dienen. Die meisten der gestellten *Fragen nach einer Information* betreffen Schulangelegenheiten, es erkundigt sich aber auch jemand nach der Rückkehr des Vaters, wie das letzte der folgenden Beispiele zeigt:

Hi Jan, wann ham`wir noch mal Deutschschularbeit ? Kopski

Hi paul. Ich wollte dich fragen um wie viel uhr wir an montag auf die schullandwoche fahren. Lukas

Hallo papa wan komst du den aus backtat

Das letzte Beispiel nimmt auch vorweg, dass eine Nachricht durchwegs mehrere Funktionen erfüllen kann, bzw. die Funktion bei der Interpretation von Dritten nicht eindeutig bestimmt werden kann. Der/die SenderIn könnte mit der Frage, wann der Papa aus Bagdad kommt, auch ausdrücken wollen, dass er/sie ihn vermisst, dann würde es sich nicht um eine Sachinformation handeln. Genauso könnte die Intention in einer Terminvereinbarung liegen.

Auch die SMS-Nachrichten, die dem *Antworten in Form einer Sachinformation* geben, betreffen meistens schulische Angelegenheiten (z. B. Schulnoten, Schulbeginn, usw.). Eine SMS-Nachricht kann aber auch dazu verwendet werden, über momentane Tätigkeiten zu berichten:

Ich sitze vor dem Fernseher und dann muß ich ein Buch lesen. Tschüß

Einige SMS-Nachrichten dienen als *Arbeitsauftrag*, wobei der Aufforderung auch eine Sachinformation zu Erklärung beigefügt werden kann. Solche Aufforderungen können auch die Funktion eines Erinnerungs-SMS einnehmen:

Hallo! Du musst das Zeitungsgeld mitnehmen! Nicht vergessen!! Lg. Britta

Arbeitsaufträge gibt es nicht nur, wie weiter oben beschrieben, im Zusammenhang mit einer Sachinformation oder einer Erinnerung, sondern sie können auch für sich stehen:

Hey lena, ruf mich bitte so bald wie möglich an du musst mir das wegen dem training heute noch mal erklären! Bussi s.s.

He bitte bring mir denn scannerdanke

3.3.2.5 SMS-Funktion: sich selbst präsentieren

Werden Sachinformationen ohne diesbezügliche Anfrage übermittelt, dienen sie gleichzeitig einem weiteren, wichtigen Zweck in der SMS-Kommunikation: der Selbstdarstellung. Das heißt, dass es weniger um die Mitteilung einer Sachinformation geht, sondern dass die Sachinformation insbesondere dazu dient, die eigene Person zu präsentieren. So gehen wir davon aus, dass die Mitteilung von Schulnoten, ein häufig verwendeter Inhalt von SMS-Nachrichten, mehrere Funktionen erfüllen: Ausdruck der Freude, Übermittlung von Sachinformation und Selbstpräsentation. Das gilt gleichermaßen auch für andere Inhalte (siehe zweites der folgenden Beispiele):

Ich habe eine 1 in deutsch deine niki

Hallo nanni! Ich freue mich schon irrsinnig auf morgen weil, ich zu dir fahre und weil ich meine zahnsperre bekomme! Lg.britta!

Selbstpräsentation finden wir bei den Textnachrichten auch in einer anderen Form: im Aufmerksam machen über die eigene Erreichbarkeit des Senders/der Senderin. In folgenden Beispielen geht es nur vordergründig um die Mitteilung einer Sachinformation, die zugrunde liegende Funktion ist das Erinnern an den Sender:¹⁹

¹⁹ In beiden Fällen handelt es sich um einen Buben.

Ich bin nur am Handy erreichbar!

Bin für die nächsten Stunden nur am Handy erreichbar

Der Sender möchte offensichtlich angerufen werden bzw. eine Nachricht erhalten, er will sich einbringen und nicht vergessen werden. Damit kommt der gesendeten Nachricht eine Selbstdarstellungsfunktion zu. Der Sender kann sich selbst in Erinnerung bei anderen stellen. Zudem verwendet er das Handy im Sinne von Persönlichkeitsverstärkung: Er möchte erwachsen sein und das mit der Nachricht über seine Erreichbarkeit zum Ausdruck bringen.

3.3.2.6 Zusammenfassung

Die SMS-Nachrichten der 10- bis 14-jährigen Kids weisen ein breites Spektrum an unterschiedlichsten Motiven und Funktionen auf. Die Nachrichten können nach ihrer Funktionsorientierung grob in fünf Kategorien unterteilt werden:

1. SMS zum Verabreden
2. SMS um ihrer selbst Willen
3. SMS zur Beziehungsgestaltung
4. SMS zur Alltagsorganisation
5. SMS zur Selbstpräsentation

Festzuhalten bleibt dazu erstens, dass viele Nachrichten zwei oder mehrere Funktionen in sich vereinen. Nachrichten, die mit der Intention, sich zu verabreden, geschrieben wurden, tragen damit auch zur Beziehungspflege und zur Alltagsorganisation bei. Genauso kann es auch Spaß machen, eine Mitteilung zur Beziehungs- und Alltagsorganisation zu verfassen. Zweitens sind die Funktionen einer Nachricht oft nicht eindeutig bestimmbar, da SenderIn und EmpfängerIn in einem Vertrautheitsverhältnis stehen und über ein dritten Personen unbekanntes Kontextwissen verfügen.

3.3.3 Auswertung der Emoticons und Bilder

3.3.2.1 Die Bedeutung der Emoticons

Entgegen der in den Medien verbreitete Annahme werden Emoticons²⁰ und Bilder in geringem Ausmaß eingesetzt.²¹ In nur sechs SMS-Nachrichten werden Emoticons verwendet. Sie werden jeweils am Ende der Nachricht plaziert und dienen im Sinne ihrer Bestimmung dem Ausdruck von Gefühlen des Senders/der Senderin. Gleichzeitig erfüllen sie teilweise aber auch die Funktion einer Verabschiedung. Die Beispiele zeigen, dass das Emoticon zwar einerseits als „Ich würde mich freuen“ interpretiert werden kann, gleichzeitig damit aber auch eine Verabschiedung ersetzt wird:

Ruf mich an! :-)

Gehen wir in den Park Mario?:-)

Im zweiten Beispiel stellt das Emoticon nicht nur einen persönlichen positiven Gefühlsausdruck dar, der Smiley unterstreicht auch die Vergnüglichkeit des Vorschlages, in den Park zu gehen. Im ersten Beispiel löst der Smiley vor allem auch die Strenge der Aufforderung, den/die SenderIn anzurufen, auf und weist darauf hin, dass der Anruf vergnüglich sein wird. Neben der Mitteilung eines persönlichen Gefühlsausdrucks kann ein Emoticon auch zur Abschwächung von verschriftlichten Botschaften dienen. Zusätzlich ersetzt er nicht nur eine Grußformel, sondern auch den Namen. Durch das Gesicht des Smileys ist der/die SenderIn bereits bildlich dargestellt, ein beigefügter Name wäre eine Verdoppelung.

In den analysierten SMS-Nachrichten werden die gängigsten und allgemein verständlichen Emoticons verwendet. Wie in vorangegangenen Beispielen wird auch hier ein Emoticon zum Abschluss verwendet:

Treffen wir uns beim Kino? ;-)

Dieser augenzwinkernde Smiley unterstreicht zum einen den Spaß, der beim Treffen zu erwarten ist, er ist aber auch als verschmitzt und verschwörerisch zu interpretieren. Er lässt

²⁰ Siehe Kapitel 2.1. Definition von Emoticon

²¹ Die Ergebnisse der qualitativen Analyse widersprechen auch denen der quantitativen Untersuchung: Nach der subjektiven Einschätzung der Kinder und Jugendlichen verwenden sie Icons und Bilder häufig, während sie das tatsächlich nur selten tun.

eine vielleicht beiden bekannte Aktivität erwarten oder will an eine bestimmte Gemeinsamkeit in der Vergangenheit erinnern. Es ist davon auszugehen, dass SenderIn und EmpfängerIn einander sehr vertraut sind und der/die EmpfängerIn möglicherweise genau weiß, wie das Emoticon zu interpretieren ist. Der Smiley beinhaltet aber auch ein Moment des Zögerns, der/die SenderIn könnte nicht ganz sicher sein, ob der/die andere den Vorschlag auch gut findet. Auch „Standardemoticons“ sind also nicht immer eindeutig zu interpretieren, vor allem nicht für Dritte.

Auch der/die nächste SenderIn einer SMS-Nachricht geht anscheinend davon aus, dass ihr verwendetes Emoticon nicht ganz eindeutig interpretierbar ist, da sie nach dem „Sadley“ eine Ergänzung vornimmt:

Na heute kann ich nicht! :(leider

Mit der Verwendung des Sadleys bringt der/die SenderIn seine/ihre persönliche Betroffenheit bezüglich der Absage zum Ausdruck. Die Verschriftlichung des Emoticons mit „leider“ ist ungewöhnlich, es wird damit sicher gegangen, dass sein/ihr Bedauern auch verstanden wird.

Auch im nächsten Beispiel können wir keine eindeutige Interpretation vornehmen:

Wann kommst du Mario? :-/

Der/die SenderIn könnte einerseits seine Skepsis und Unsicherheit zum Ausdruck bringen wollen oder sein/ihr Missfallen über das Noch-nicht-da-sein des/der EmpfängerIn (oder auch beides). Das Emoticon gibt dem Vorangegangenen einen spezifischen Sinn, wie z. B. „Ich warte schon lange, wann kommst du endlich?“. Das Emoticon könnte sich aber auch auf den allgemeinen Gefühlszustand des/der SenderIn beziehen im Sinne von „ich bin nicht gut drauf“ bzw. auch die beiden Gefühlsausdrücke verbinden: „Ich bin nicht gut drauf, wann kommst du endlich“.

In nur einem Fall wird ein nicht-standardisiertes Emoticon verwendet, wobei unklar bleiben muss, ob es sich tatsächlich um ein solches handelt. Möglicherweise sind die beiden Satzzeichen „=)“ als Pfeil zu interpretieren, im Sinne einer Aufforderung zur Antwort:

Was bedeutet Freundin =)

Werden sie als Emoticon interpretiert (indem die beiden Striche als Augen und die Klammer als Mund betrachtet wird), wirkt es abschwächend. Die Frage soll zwar ernstgenommen, aber um einer Peinlichkeit zu entkommen soll sie auch mit Humor betrachtet werden.

Emoticons können demnach viele verschiedene Funktionen einnehmen und sind nicht eindeutig zu interpretieren. Ihre unterschiedlichen und oft auch widersprüchlichen Bedeutungen lassen sich erst im Kontext verstehen und sind wie folgt zusammengefasst:

- botschaftsverstärkend
- botschaftsabschwächend
- botschaftsspezifizierend
- ironische Bedeutungszuschreibung
- Gefühlsausdruck des/der Senders/Senderin unabhängig von der Botschaft
- Ersatz für persönliche Verabschiedung

3.3.2.2 *Die Bedeutung der Bilder*

Die Untersuchung kann die These vom „optischen Zeitalter“, von der zunehmenden Visualisierung des Alltags,²² nicht bestätigen. So wie Emoticons besitzen auch Bilder bei den ausgewerteten SMS-Botschaften kaum Relevanz. Bei der Betrachtung der Bilder muss zwischen selbsterstellten Bildern und Bildern, die aus dem Internet oder von einer anderen empfangenen Nachricht übernommen wurden, unterschieden werden. Nur zwei Bilder wurden von den Kids selbst unter der Verwendung von Buchstaben, Sonderzeichen und Satzzeichen erstellt. Vier Bilder dagegen sind ursprünglich Downloads aus dem Internet. Es ist anzunehmen, dass diese nicht von den jeweiligen SenderInnen im Internet gesucht und gefunden worden sind, sondern dass die SenderInnen diese Bilder bereits als Nachricht erhalten haben und nun an eine andere Person weiter senden. Bei diesen vier Bildern handelt es sich um Standardbilder, d. h. um sie zu verstehen, ist kein Insiderwissen notwendig. Daher konnten sie leicht verbreitet werden. Sie können zwar auch relativ leicht im Internet gefunden werden, das erfordert jedoch erstens einen Internet-Zugang und zweitens mehr Zeit und Aufwand als das Weiterleiten einer Nachricht, die ein Bild enthält.²³

²² Siehe Kap. 1.1 „Weltmarkt der Bilder“

²³ Auch Gespräche mit Kindern im Workshop haben gezeigt, dass Bilder nicht selbst im Internet gesucht werden, sondern Bilder nur dann verschickt werden, wenn sie schon als Nachricht zu ihnen gelangt sind.

Ein Bild, das im folgenden Bild 1 genannt wird, besteht aus einem verzierten Text („Vermiss Dich!“). Bild 2 soll in der Folge ein Bild genannt werden, dass aus einer Rose und dem Text „Ich liebe dich!“ zusammengesetzt ist. Ein weiteres Bild stellt ohne jeden Text eine an BSE leidende Kuh dar, was auf belustigende Art und Weise dargestellt ist (Bild 3). Das vierte Bild zeigt zwei Hasen, die kopulieren, wobei auch hier das Bild für sich sprechen soll und ohne Text auskommt.

Bild 1: Vermiss dich

Bild 2: Rose

Bild 3: BSE-Kuh

Bild 4: Hasen

Die ersten beiden Bilder sind sich in mehrer Hinsicht ähnlich: Beide erfüllen die gleiche Funktion: sie dienen der Beziehungspflege, d. h. der Bestätigung und Festigung einer Beziehung. Damit wird der Zusammengehörigkeit Ausdruck verliehen, gleichzeitig wird sie aufrecht erhalten. Durch die Bild-Text-Kombination wird im zweiten Bild die Aussage verstärkt, die Aussage verändert sich aber nur quantitativ, d. h. sie wird nicht verändert. Einer Rose kommt im allgemeinen die gleiche Bedeutung wie der Aussage „ich liebe dich“ zu. Dabei ist beachtenswert, dass die Rose nicht nur dargestellt, sondern via SMS auch überreicht wird. Dieses Beispiel zeigt, dass auch in der Verwendung von SMS Geschlechtsstereotypen fortgeschrieben werden: Es handelt sich, wie nach gängigen Vorstellungen in Bezug auf geschlechtsspezifisches Verhalten zu vermuten ist (Blumen an die Geliebte), um einen Burschen²⁴, der dieses Bild als Nachricht verschickt. Für beide Bilder gilt, dass SMS ein Umgehen von direkten Gefühlsbekundungen ermöglicht und auch dazu verwendet wird. Zusätzlich trifft auf beide Bilder zu, dass für Dritte nicht nachvollziehbar ist, ob es sich um ernst gemeinte Gefühlsbekundungen handelt oder ob die Intention der Nachrichten als Scherz bzw. zum Ärgern des Empfängers/der Empfängerin zu verstehen ist. Entsprechend des Alters der Zielgruppe ist aber durchwegs davon auszugehen, dass der Inhalt der Nachrichten ernst gemeint ist.

Die Bilder drei und vier (BSE-Kuh und Hasen) weisen Gemeinsamkeiten aber auch Unterschiede auf: Den Bildern sind mehrere Funktionen gemeinsam, die mit dem Verschicken dieser beiden Nachrichten erfüllt werden. Beide Bilder dienen der Selbstdarstellung und der Beziehungspflege. Solche Bilder werden in erster Linie verschickt,

um sich bei bestimmten Personen (wieder) in Erinnerung zu rufen, und um sich als lustig und originell zu präsentieren. Gleichzeitig dienen sie damit auch der Beziehungspflege, denn die Bilder haben nur einen belustigenden Inhalt ohne weitere Information für den/die EmpfängerIn. Damit werden die Bilder auch beide zum Spaß verschickt. Welche Ausrichtung nun der Spaß einnehmen kann, darin unterscheiden sich die beiden Bilder. Während der Erhalt der BSE-Kuh von dem/der EmpfängerIn unmöglich als Ärgernis empfunden werden kann, ist es möglich, dass mit dem Bild der Hasen geschlechtsstereotypes Verhalten (Männer machen sexuelle Anspielungen gegenüber Frauen) fortgeschrieben wird, indem ein Bursch ein Mädchen mit dem Bild anmachen will. Dabei sind die kopulierenden Hasen als Anspielung auf eine reale oder fiktive sexuelle Handlung zu verstehen. Gleichzeitig ist es möglich, dass dieses Bild als Scherz von einem Burschen an einen Freund oder von einem Mädchen an eine Freundin geschickt wird. Der Inhalt entspricht auch dem saisonalen Zeitpunkt: Die Erhebung der Nachricht fand zur Osterzeit statt. Mit dem Bild der BSE-Kuh wird dagegen ein nicht neues, aber ehemals gesellschaftlich relevantes Thema aufgegriffen, eine Funktion, die, wie wir später sehen werden, in reinen Textnachrichten nicht auftritt.

Selbsterstellte Bildbotschaften

Die folgenden beiden Bilder, die nur mit der Verwendung des Alphabets, von Sonder- und Satzzeichen erstellt wurden, unterscheiden sich zwar nicht in der Art ihrer Herstellung, aber in ihrer Funktion. Gemeinsam ist ihnen, dass auf die Zeichnung selbst großen Wert gelegt wird. Während in reinen Textnachrichten dem Layout ein sehr geringer Stellenwert zukommt, besitzt er hier höchste Priorität. So wie bei den Bildern aus dem Internet ist auch bei den selbstgemachten Bildern das Display des Handys als Bildfläche zu verstehen. Bei letzteren wird in beiden Beispielen mehr als ein Bild verschickt, wobei die einzelnen Bilder zusammengehören und einer bestimmten Abfolge stehen.

In der ersten Nachricht wurde im ersten Bild eine Briefkasten gezeichnet, der neben stehende Text erleichtert das Erkennen des Bildes. Die Anweisung „Machs auf“ zeigt, dass hier mit der Technologieanwendung gespielt wird: Das Scrollen auf das zweite Bild wird von dem/der SenderIn als „Briefkasten öffnen“ bezeichnet.

²⁴ Die Nachricht wurde auch tatsächlich von einem Burschen verschickt.

A
H -/-´
H
H

A
H -/-´
H
H

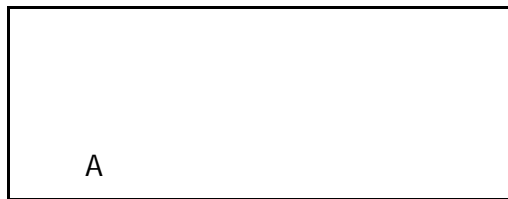
A
H -/-´
H
H

A
H-/-´
H
H

A
*_´
H
H

A
H
H

A
H



Wie auch das Bild der SMS-Kuh nimmt auch diese Nachricht Bezug auf ein relativ aktuelles, gesellschaftspolitisch relevantes Thema, das in einen Kurzfilm gepackt wird: Das erste Bild stellt den Vorspann dar, das zweite den Titel („THE TOWER!“). Die folgenden neun Bilder zeigen den Angriff, Zerstörung und Zerfall der Twin Towers in New York am 11. September 2001. Diesen Film auch als solchen zu erkennen, erfordert vom/von der EmpfängerIn eine hohe Interpretationskompetenz. Die Auseinandersetzung mit diesem Ereignis erfolgt aus einer distanzierten, belustigenden Perspektive. Die Zeile „Terrorist Pictures presents:“ impliziert zwar, dass mit den TerroristInnen sympathisiert wird, ist jedoch eher als Scherz zu interpretieren. Der Nachricht kommt somit eine unterhaltende Funktion zu. Gleichzeitig dient der „Kurzfilm“ auch zur Selbstdarstellung als KünstlerIn oder als humorvoller Mensch. Zusätzlich ist er als Geschenk an den/die EmpfängerIn zu verstehen und kann damit auch zur Aufrechterhaltung der Beziehung zwischen SenderIn und EmpfängerIn beitragen.

Zusammenfassend ist zu den Nachrichten in Form von Bildern festzuhalten, dass sie im Vergleich zu Textnachrichten auch gesellschaftsrelevante Themen reproduzieren. Wie auch reine Textnachrichten erfüllen sie verschiedene Funktionen, wobei *einer* Nachricht mehrere Funktionen zugrunde liegen können. „Bildnachrichten“, die auch wie ein Film aus mehreren Einzelbildern bestehen können, treten sowohl alleine als auch in Kombination mit Text auf. Die selbst erstellten Bilder der angeführten Beispiele sind immer mit Text kombiniert. Solche Bildnachrichten dienen zur Unterhaltung, zur Selbstpräsentation und zur Freundschaftspflege.

4. Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Das Short Message Service hat sich inzwischen auch bei den 10- bis 14-jährigen Mädchen und Burschen zu einer populären Kommunikationsform entwickelt. Es zeigt sich, dass die UserInnen ihre eigene Kommunikationsform entwickeln:

- ? Die SMS-Nachrichten werden an vertraute Personen wie die beste Freundin, den besten Freund, die SchulfreundInnen und Familienmitglieder geschickt. Die Schulfreunde bzw. die Freundesclique sind die beliebtesten SMS-PartnerInnen. Diese Vertrautheit ermöglicht kurze Mitteilungen, da es ein gemeinsames Kontextwissen gibt, auf dem die SMS-Kommunikation aufbauen kann.
- ? Die SMS-Nachrichten der 10- bis 14-Jährigen sind im allgemeinen sehr freundlich und werden mit Begrüßungs- und Verabschiedungsformeln zu höflichen kurzen Mitteilungen. Höflichkeit geht vor Bequemlichkeit und Schnelligkeit.
- ? Für Heranwachsende dieser Altersstufe gilt das Credo des *Sowohl als auch* bei der Gestaltung einer SMS-Nachricht. Denn diese spezifische Kommunikationsform – ähnlich der Chatkommunikation – unterscheidet sich von konventionellen (Rechtschreib-)Regeln. Vieles ist anders und erlaubt, was sonst beim Schreiben nicht möglich ist. Alles wird gesampelt, innerhalb einer Nachricht finden sich typischerweise gegensätzliche Schreibstile und –formen.
- ? Die Beschäftigung mit den 10- bis 14-Jährigen und ihrem SMS-Nutzungsverhalten zeigt auf, dass die medial diskutierte Gefahr des „Sprachverfalls“ keine Bestätigung in den vorliegenden Ergebnissen findet. Auch wenn vereinzelt Rechtschreibfehler zu finden sind, dann bedeutet dies nur, dass auch 10- bis 14-jährige Kids, bei denen die Orthographie und Grammatik noch nicht gefestigt ist, diese Kommunikationsform wählen und nutzen.
- ? Obwohl es massenhaft vorgefertigte Bilder zum Downloaden gibt und es nahe liegt, diese auch zu verwenden, werden sie von den befragten Kids wenig genutzt. Auch die Vielfalt der Abkürzungen und Icons, die typisch für die SMS-Kommunikation bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen sind, werden von den 10- bis 14-Jährigen in ihrer SMS-Praxis noch wenig eingesetzt.

- ? In den analysierten SMS-Textbotschaften werden ausschließlich Themen der Mikroebene (Freizeit, Freunde, Schule, Sport) publiziert, hingegen reproduzieren SMS-Bildnachrichten auch gesellschaftsrelevantere Themen (Makroebene).
- ? Das am häufigsten genannte Motiv eine SMS-Nachricht zu versenden, ist laut quantitativer Analyse der Spaßfaktor (*weil es Spaß macht*), gefolgt von *anstatt zu telefonieren, wenn ich mich verabrede* und *in Notsituationen*.
- ? Die SMS-Nachrichten der 10- bis 14-jährigen Kids präsentieren eine Vielfalt von unterschiedlichsten Funktionen und Motiven. Grob kann man sie nach ihrer Funktionsorientierung in fünf Kategorien unterteilen, wobei viele Nachrichten auch mehrere Bestimmungen vereinen können: SMS zum Verabreden, SMS um ihrer Selbst willen, SMS zur Beziehungsgestaltung, SMS zur Alltagsorganisation und SMS zur Selbstpräsentation.
- ? Die Kommunikationsform via SMS hat unterschiedliche Funktionen bei den Geschlechtern: Bei Mädchen steht stärker die Beziehungsgestaltung im Vordergrund, bei Burschen hingegen die Verabredung mit FreundInnen.
- ? In der quantitativen Analyse der Daten sind Unterschiede zwischen den Mädchen und Burschen bezüglich allgemeiner Nutzung des Short Message Services erkennbar: Mädchen verschicken tendentiell mehr SMS-Nachrichten als Burschen, Mädchen stehen häufiger per SMS mit ihren Eltern in Kontakt als Burschen und sie geben auch häufiger an, ein Handy zu besitzen, um für Eltern erreichbar zu sein.
- ? Es kann mit den quantitativen Daten festgestellt werden, dass mit zunehmendem Alter (10 - 14 Jahre) häufiger Abkürzungen benutzt werden und die Bedeutung von SchulfreundInnen/Clique als SMS-PartnerInnen zunimmt, während die Eltern als SMS-PartnerInnen kontinuierlich an Bedeutung verlieren.

5. Verwendete Literatur

Androutsopoulos, Jannis/Schmidt, Gurdy (2001): SMS-Kommunikation: Ethnografische Gattungsanalyse am Beispiel einer Kleingruppe. In: Zeitschrift für Angewandte Linguistik, 200, <http://www.ids-mannheim.de/prag/sprachvariation/tp/tp7/sms.htm>.

Androutsopoulos, Jannis: löbbe döch. Der wahre Charme der SMS-Kommunikation liegt im Sprachspiel. www.archetype.de - linguistic mindfood and more

Bolz, Norbert (2001): Weltkommunikation. München.

Christa Dürscheid (2002): E-Mail und SMS – ein Vergleich. In: Zielger, Arne/Dürscheid, Christa (Hg.): Kommunikationsform E-Mail. Tübingen

Doelker, Christian (1997): Ein Bild ist mehr als ein Bild. Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft. Zürich.

Döring, Nicola (2002a): „1xBrot, Wurst, 5Sack Äpfel I.L.D.“ – Kommunikative Funktionen von Kurzmitteilungen (SMS). In: Zeitschrift für Medienpsychologie ZMP, 3/2002

Döring, Nicola (2002b) „Kurzm.wird gesendet“ – Abkürzungen und Akronyme in der SMS-Kommunikation. In: Muttersprache. Vierteljahresschrift für deutsche Sprache, 2/2002

Fessel-GfK-Studie (2002): Kinderverbraucherstudie.

Fix, Tina (2001): Generation @ im Chat. Hintergrund und explorative Motivstudie zur jugendlichen Netzkommunikation. München.

Friedrich, Gerhard/Ditz, Katharina (1997): Wer nicht auffällt fällt durch. Die neuen Spielregeln für die Piktogramm-Gesellschaft. Wien.

Froschauer, Ulrike/Lueger, Manfred (1992): Das qualitative Interview. Zur Analyse sozialer Systeme. Wien.

Grimm, Petra/Rota, Franco (2002): Die Semiotik und das Internet. Analysen für einen ethisch verantwortlichen Austausch. In: Hausmanning/Capurro (Hrsg.): Netzethik. Grundlegungsfragen der Internetethik. München.

Hartmann, Frank/Bauer, Erwin K. (2002): Bildersprache Otto Neurath Visualisierungen. Wien.

Höflich, Joachim R. (2001): Das Handy als „persönliches Medium“ – Zur Aneignung des Short Message Service (SMS) durch Jugendliche. In: [kommunikations@gesellschaft](http://kommunikations@gesellschaft.de), Beitrag 1, Jg. 2, 2001.

Höflich, Joachim/Rössler, Patrick/Steuber, Stefanie (2000): Jugendliche und SMS. Gebrauchsweisen und Motive. Zusammenfassung der ersten Ergebnisse. Forschungsprojekt der Universität Erfurt.

Höflich, Joachim R./Gebhardt, Julian (2003): Vermittlungskulturen im Wandel. Brief – E-mail – SMS. Berlin, New York, Wien.

Krause, Melanie/Schwitters, Diana (2002): SMS-Kommunikation – Inhaltsanalyse eines kommunikativen Phänomens. In: Networx Nr. 27. ISSN: 1619-1021, <http://www.mediensprache.net/networx/networx-26.pdf>

Lamnek, Siegfried (1989): Qualitative Sozialforschung: Methoden und Techniken. Weinheim.

Mobilkom Austria (2002): Social Impact 2002. Das Handy immer und überall – wie es unser Leben verändert. Durchgeführt von Fessel-GfK.

Nickisch, Reinhard (1991): Brief. (Sammlung Metzler 260). Stuttgart.

ONE-Mobilfunkbarometer August 2002

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. 2001 networx-online-publikationen zum Thema Sprache und Kommunikation. In: <http://www.websprache.net/networx/docs/networx-22.pdf>

Pictogram and icon graphics. 2002 P I E Books. Japan.

Pörksen, Uwe (1997): Weltmarkt der Bilder: Eine Philosophie der Viviotype.

Sensor Marktforschung (2003): Handystudie im Auftrag von mobilkom austria.

Zinnecker, Jürgen/Silbereisen, Reiner K. (1996): Kindheit in Deutschland. Aktueller Survey über Kinder und ihre Eltern. Weinheim und München.