

*Thema Deutsch. Band 7*

# Von \*hdl\* bis \*cul8r\*

Sprache und Kommunikation  
in den Neuen Medien

Herausgegeben von Peter Schlobinski

**Dudenverlag**

Mannheim · Leipzig · Wien · Zürich

## Merkmale der E-Mail-Kommunikation

### 1 Vorbemerkungen

Das Schreiben von E-Mails ist heute zur gängigen Kommunikationspraxis geworden – und zwar nicht nur in der interpersonalen Kommunikation im privaten und beruflichen Bereich, sondern auch in anderen Kommunikationssituationen: E-Mails werden in Newsgroups und elektronischen Gästebüchern geschrieben, es werden E-Mails über Mailinglisten an eine große Zahl von Empfängern geschickt, und es sind E-Mails als Kommentare im Weblog zu lesen. Wie alltäglich es geworden ist, E-Mails zu schreiben, sieht man auch daran, dass herkömmliche Briefe einen neuen ideellen Wert erhalten. So heißt es in einem Zeitungsartikel mit der Überschrift *Die Handschrift ist das neue Statussymbol* „Elektronische Post ist Fast Food. Briefe aber sind Haute Cuisine“ (NZZ am Sonntag, 4.9.2005, S. 109).

Im Folgenden sollen die verschiedenen Anwendungsdomänen der E-Mail-Kommunikation vorgestellt und aus linguistischer Sicht kommentiert werden. Dabei wird zunächst eine Unterscheidung gemacht zwischen den Textsorten, die als E-Mail realisiert werden, und den Kommunikationsbereichen, in denen E-Mail genutzt wird (Abschnitt 2). Im Anschluss daran folgt eine Übersicht über die gängigsten E-Mail-Anwendungsdomänen (Abschnitte 3 und 4). In diesem Zusammenhang wird dargelegt, welches die charakteristischen sprachlichen Merkmale des E-Mail-Schreibens sind und worin die Unterschiede zum herkömmlichen Schreiben einerseits und zum SMS- und Chat-Schreiben andererseits bestehen. Im Fazit wird ein Blick auf den derzeitigen Forschungsstand und auf offene Fragen geworfen (Abschnitt 5).

### 2 Textsorten und Kommunikationsbereiche

Ulrich Schmitz stellt in einem Beitrag mit dem Titel „E-Mails kommen in die Jahre“ fest, dass E-Mails zu einem „praktisch universal verwendbaren Mittel allgemeiner Kommunikation herangewachsen“ (Schmitz 2002: 33) sind.<sup>1</sup> Dem ist in der Tat so: Über E-Mail werden Bewerbun-

<sup>1</sup> Vgl. zur Geschichte des Internets und der E-Mail-Kommunikation den Überblick in Runkehl/Schlobinski/Siever (1998: 9–25).

gen, Geschäftsbriefe, Einladungsschreiben, Anfragen an Behörden, Urlaubsgrüße etc. verschickt. Ergänzt werden solche Schreiben häufig durch Dateianhänge (= Attachments), die nicht nur umfangreiche Texte, sondern auch multimediale Dateien (z. B. Fotos aus dem Urlaub, Grafiken für die nächste Arbeitsbesprechung) enthalten können. Wie die E-Mail-Forschung zeigt (vgl. Beutner 2002, Voigt 2003), besteht die Tendenz, solche E-Mail-Schreiben etwas näher am Mündlichkeitspol einzuordnen als herkömmliche Briefe.<sup>2</sup> Allerdings ist es keineswegs so, dass E-Mails generell einen informelleren Charakter haben. Eben weil das Textsortenspektrum so groß geworden ist, gibt es mittlerweile auch in der E-Mail die ganze stilistische Variationsbreite, wie wir sie aus herkömmlichen Briefen kennen.

Auf die verschiedenen E-Mail-Textsorten und die Unterschiede zwischen Geschäfts-E-Mails, Liebes-E-Mails etc. und ihren papierenen Entsprechungen soll an dieser Stelle nicht eingegangen werden (vgl. dazu die Beiträge in Ziegler/Dürscheid 2002). Im Mittelpunkt stehen vielmehr die beiden Kommunikationsbereiche, in denen E-Mails verschickt werden und aus denen die unterschiedlichen Anwendungsdomänen resultieren: die nicht öffentliche und die öffentliche Kommunikation. Was die nicht öffentliche E-Mail-Kommunikation betrifft, so fasse ich darunter solche E-Mails, die nur für denjenigen einsehbar sind, der Zugang zu der Mailbox hat. In diesem Bereich werden E-Mails häufig anstelle von Briefen und Postkarten geschickt, sie ersetzen aber auch Telefonate und Face-to-Face-Gespräche und stehen in Konkurrenz zur SMS. Über SMS können zwar ebenfalls in Sekundenschnelle schriftliche Mitteilungen an ausgewählte Empfänger geschickt werden, in der SMS-Kommunikation stehen aber nur wenige Zeichen zur Verfügung und es besteht nicht die Möglichkeit, Dateien mitzuschicken. Andererseits bietet die SMS die Möglichkeit, den Adressaten auf Schritt und Tritt zu erreichen, was über E-Mail als einer (noch) stationären Form der Kommunikation nicht der Fall ist. Wie SMS gehen oft aber auch E-Mails in kurzen Abständen hin und her, so dass die Kommunikation häufig dialogischen Charakter annimmt. Doch das ändert nichts an der Tatsache, dass es sich bei der E-Mail- wie auch bei der SMS-Kommunikation um eine Form der asynchronen Kommunikation handelt. Denn anders als im Chat, der „die Anwesenheit von Sender und Empfänger notwendig voraussetzt, auch wenn sich diese an räum-

<sup>2</sup> Koch/Oesterreicher (1994) situieren sprachliche Äußerungen in einem Kontinuum zwischen konzeptioneller Mündlichkeit (= Sprache der Nähe) und konzeptioneller Schriftlichkeit (= Sprache der Distanz). Konzeptionell mündliche Äußerungsformen charakterisieren sie als solche, die durch Ellipsen, Satzabbrüche, umgangssprachliche Ausdrücke, Gesprächspartikeln u. a. gekennzeichnet sind.

lich entfernten Computern befinden“ (vgl. Wirth 2005: 67), sind die E-Mail- und SMS-Schreiber nicht im selben virtuellen Kommunikationsraum; sie wissen nicht, ob der andere online ist (bzw. sein Handy eingeschaltet hat), und können nicht davon ausgehen, dass er unmittelbar antwortet. Viele Kommunikationsteilnehmer sehen gerade in dieser Asynchronie einen Vorteil gegenüber dem Chatten und Telefonieren, wo erwartet wird, dass auf jeden Gesprächsbeitrag sofort eine Reaktion erfolgt.<sup>3</sup>

Kommen wir zum zweiten Bereich der E-Mail-Nutzung, zur öffentlichen Kommunikation. Auch hier können die E-Mails an bestimmte Personen gerichtet sein, sie werden aber an eine zentrale Adresse geschickt, von der aus sie – für alle zugänglich – ins Internet gestellt werden. Dazu rechne ich die Schreiben in Newsgroups, in Weblogs und in elektronischen Gästebüchern. Solche Schreiben tragen Merkmale massenmedialer Kommunikation, denn für sie gilt, dass sie theoretisch eine „große Zahl anonymer, heterogener Rezipienten an unterschiedlichen Orten und in verschiedensten sozialen Positionen erreichen“ (Habscheid 2005: 57). Andererseits stehen diese Schreiben oft in einem Interaktionszusammenhang; sie enthalten Kommentare zu Einträgen im Internet und können ihrerseits von anderen kommentiert werden. Sie sind also in der Regel keine Ein-Weg-Kommunikation,<sup>4</sup> sondern stellen eine neue Form der Interaktion im öffentlichen Raum dar.

Im Folgenden werden beide Varianten der E-Mail-Kommunikation getrennt voneinander behandelt. Dabei bin ich mir durchaus bewusst, dass die in Abschnitt 4 vorgestellten Anwendungsdomänen in der Regel unabhängig voneinander betrachtet werden; Weblogs und Gästebücher werden im vorliegenden Band ja auch in separaten Kapiteln behandelt (vgl. Schönberger, i. d. B., Diekmannshenke, i. d. B.). Die Schreiben in Weblogs und Gästebüchern tragen aber ein gemeinsames Merkmal, was dazu berechtigt, auch sie als E-Mails zu klassifizieren und damit von anderen Kommunikationsformen (Chat, SMS) abzugrenzen: Es sind schriftliche, zeitversetzte, am Computer übermittelte Nachrichten.<sup>5</sup> Aus diesem Grunde sollen sie in der hier vorliegenden

<sup>3</sup> Vgl. Döring (2003: 52): „Der asynchrone Austausch erleichtert nicht nur die Kommunikation, sondern auch die Kommunikationsvermeidung.“

<sup>4</sup> Habscheid (2005: 54) beschreibt das Prinzip der Ein-Weg-Kommunikation folgendermaßen: „Systematisch sind Antworten der vielen ‚Empfänger‘ an die wenigen ‚Sender‘ freilich nicht vorgesehen.“ Daran ändert, so Habscheid, auch nichts der Umstand, dass Einzelne als Stellvertreter der „Masse“ eingebunden sind und sich beispielsweise über einen Leserbrief beteiligen können.

<sup>5</sup> Vgl. die Definition von ‚E-Mail‘, wie sie in der Online-Enzyklopädie Wikipedia nachzulesen ist: „eine auf elektronischem Weg in Computernetzwerken übertragene, briefartige Nachricht“ (<http://de.wikipedia.org/wiki/E-Mail>) <15.09.2005>.

Übersicht über die Anwendungsdomänen der E-Mail ebenfalls kurz zur Sprache kommen.

### 3 Nicht öffentliche E-Mail-Kommunikation

Wie bereits erwähnt, ist es ein Kennzeichen nicht öffentlicher E-Mail-Kommunikation, dass die E-Mails nur von Personen gelesen werden können, die hierfür eine Zugangsberechtigung haben. In der Regel ist dies das Passwort zum Mailserver, von dem der Empfänger seine elektronische Post abrufen. Allerdings ist es möglich, dass solche E-Mails, sofern sie nicht verschlüsselt sind, im Internet von Dritten ausgespäht werden können, die Kommunikation also öffentlich wird. Die Schreiber verfassen ihre E-Mails dennoch in dem Bewusstsein, dass die Texte nur an ausgewählte Empfänger gerichtet sind. Darin besteht ein wesentlicher Unterschied zur öffentlichen E-Mail-Kommunikation (s. u.).

Es folgen zunächst zwei Beispiele für die prototypische Form der E-Mail-Nutzung, die Eins-zu-eins-Kommunikation. Das erste Beispiel wurde übernommen aus dem Buch von Ulrich Schmitz, *Sprache in modernen Medien*. Ulrich Schmitz stellt seinem Kapitel zum Thema *E-Mail* die folgende E-Mail als Motto voran:

(1)

US wrote:

> Suche \*noch immer\* ein Motto fürs E-Mail-Kapitel.

Nimm doch diese Mail selbst ;-)

O.

(Private E-Mail 24.8.2002)

Schmitz (2004: 96)

Im Beispiel wird nur der Text (= Body) der E-Mail dargestellt, der Kopf der E-Mail (= Header), der Angaben zum Betreff, zum Absender, zu Absendedatum und Uhrzeit u. a. enthält, bleibt ausgeblendet. Die Meldung „US wrote“ wurde vom Mailprogramm automatisch erstellt, das Größerzeichen ebenfalls. Es zeigt an, dass der folgende Text als Zitat wiedergegeben wird. Das zwinkernde Smiley ;-)) ist eines der vielen Emoticons, die in der Internetkommunikation verwendet werden und anzeigen sollen, wie die Äußerung zu verstehen ist. Auf dieser Metaebene liegen auch Abkürzungen wie *LOL* (Laughing out loud) oder *ROTFL* (Rolling on the floor laughing) oder Inflektive wie *\*freu\**, *\*grins\** (vgl. Schlobinski 2001).

In (1) handelt es sich um eine Antwort-E-Mail; der Absender hat also lediglich die Reply-Taste betätigt, den Bezugstext stehen lassen und

seinen Vorschlag unmittelbar angefügt. Dadurch entsteht innerhalb der E-Mail eine Dialogstruktur, die Konsequenzen für die Wahl der sprachlichen Mittel haben kann. So finden sich in vielen solchen Dialog-E-Mails Adjazenzellipsen (Dürscheid 2005a), wie sie typisch für mündliche Gespräche sind. Der Schreiber gibt in diesem Fall nur noch die neue, für den Adressaten relevante Information, der Satz ist dadurch aus syntaktischer Sicht unvollständig, aus kommunikativer Sicht aber völlig angemessen (vgl. A: *Wann gehen wir in die Pause?* – B: *Um 12*).

Betrachten wir an dieser Stelle noch ein zweites Beispiel, in dem die E-Mail ebenfalls als Antwort-E-Mail verschickt wurde. Der Bezugstext steht hier nur in Auslassungszeichen [...]. In (2) stellt der Schreiber seinen Text voran.<sup>6</sup> Damit verstößt er streng genommen gegen die E-Mail-Netikette, also gegen die Empfehlungen zum Schreiben von E-Mails. So heißt es in einer der vielen Netiketten im Internet: „Wenn Sie eine Nachricht beantworten, zitieren Sie nur die Stellen („quoten“), auf die Sie sich beziehen. Auch wenn es noch so bequem geht: Das komplette Wiederholen einer Nachricht ist unhöflich gegenüber dem Empfänger und aufwendig für das Netz.“<sup>7</sup>

(2)

Sehr geehrte Frau xxx,  
ja das Thema würde mich sehr interessieren; bitte sagen Sie doch Frau  
yyy, sie möge mir ihre Arbeit nach zzz schicken.

[...]

Interessant ist das Beispiel in (2) insofern, als der Absender seinen Brief zwar mit einer förmlichen Anrede beginnt, dann aber mit der Partikel *ja* fortfährt, was eher in einem Gespräch zu erwarten wäre. Auch hieran sehen wir: E-Mails haben Brief- und Gesprächscharakter zugleich. Es finden sich Merkmale der herkömmlichen Briefkommunikation (z. B. Begrüßungs- und Verabschiedungsformeln), aber auch Merkmale direkter Interaktion (z. B. Gesprächspartikeln, elliptische Äußerungen). Aus diesem Zwitterstatus resultieren Sprachgebrauchsformen, die dazu führen, dass in der Forschung gelegentlich gar von einer eigenen sprachlichen Varietät, einer E-Mail-Sprache (vgl. Crystal 2001), die Rede ist. Von anderer Seite wird dagegen betont, dass es in E-Mails keine neuen Sprachgebrauchsformen gebe; neu sei lediglich die

6 Von erfahrenen Internetnutzern wird ein solches Verfahren als TOFU ("Text oben, Fullquote unten") stigmatisiert.

7 Vgl. <http://www.hrz.uni-dortmund.de/docs/EMail-Netiquette.html> <19.09.2005>.

veränderte Einstellung zu den Sprachgebrauchsnormen (vgl. Elspaß 2001). In der Tat zeigt sich im Internet eine größere Akzeptanz gegenüber dem, was in orthografischer und stilistischer Hinsicht als angemessen zu gelten hat. So wird denn auch in der oben erwähnten Netikette betont: „Seien Sie tolerant gegenüber Mängeln eines Partners: z. B. bezüglich Rechtschreibung, Grammatik, Ausdruck oder Mail-Gewohnheiten.“

Eine zweite große Anwendungsdomäne von E-Mails im nicht öffentlichen Bereich ist der Versand von Rundschreiben. Dazu gehören Werbe-E-Mails (= Spam) sowie E-Mails, die über Mailinglisten verschickt werden, und sog. Newsletter: Werbe-E-Mails zähle ich, anders als z. B. Werbespots im Radio und im Fernsehen, zur nicht öffentlichen Kommunikation, denn sie werden an individuelle Adressen geschickt. Ein zentrales Merkmal von massenmedialer Kommunikation ist dennoch gegeben: Die Werbebotschaft wird einer Vielzahl von Personen zugestellt, die für den Sender anonym sind. Wie solche Mails am Spamfilter vorbeigeschleust werden, ist eine interessante linguistische Frage, der ich an anderer Stelle nachgegangen bin (vgl. Dürscheid 2005b). So werden Buchstaben durch Zahlen, Sonderzeichen oder ähnlich aussehende Buchstaben ersetzt. Ein Beispiel hierfür ist *V1agr@* (= eine der zahlreichen möglichen Schreibungen von *Viagra*).<sup>8</sup>

Mailinglisten haben mit Werbe-E-Mails gemeinsam, dass es sich um Rundschreiben handelt – mit dem Unterschied allerdings, dass sich die Empfänger in eine Liste eintragen und damit dem Empfang von Nachrichten zustimmen. Ein weiterer Unterschied besteht darin, dass die Mitglieder einer Mailingliste häufig auch selbst Mitteilungen verschicken oder ihrerseits nach Informationen fragen. Es ist also keine unidirektionale Kommunikation, wie dies bei Werbemails in der Regel der Fall ist. Anders ist es bei den sog. Newslettern von Firmen, Fluggesellschaften, Hotelketten und anderen Organisationen. Auch hier haben sich die Empfänger in eine Liste eingetragen, verfassen aber selbst keine Mitteilungen, sondern nutzen das Angebot, um sich Informationen zukommen zu lassen.

#### 4 Öffentliche E-Mail-Kommunikation

In diesem Abschnitt wird ein Blick auf solche E-Mail-Schreiben geworfen, die im Internet für alle zugänglich sind. Dabei ist noch einmal zu betonen, dass hier ein weiter Begriff von E-Mail zugrunde gelegt wird.

<sup>8</sup> Diese Technik wird als „Leetspeak“ bezeichnet (vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Leet> <19.09.2005>).

Im allgemeinen Sprachgebrauch ist von E-Mail nämlich nur dann die Rede, wenn der Brief über ein Mailprogramm verschickt wurde. Das freilich ist nicht das zentrale Merkmal dieser Kommunikationsform. Wichtiger ist, dass es sich um Mitteilungen handelt, die am Computer geschrieben, über den Computer verschickt und am Computer gelesen werden, und dass es sich – anders als im Chat – um eine zeitversetzte Kommunikation handelt. Diese Kriterien treffen auch für die Beiträge in Newsgroups und für die Kommentare zu, die auf Online-Formularen in Weblogs und Gästebüchern geschrieben werden. Aus diesem Grunde werden auch diese Schreiben hier unter dem Stichwort „E-Mail“ behandelt.

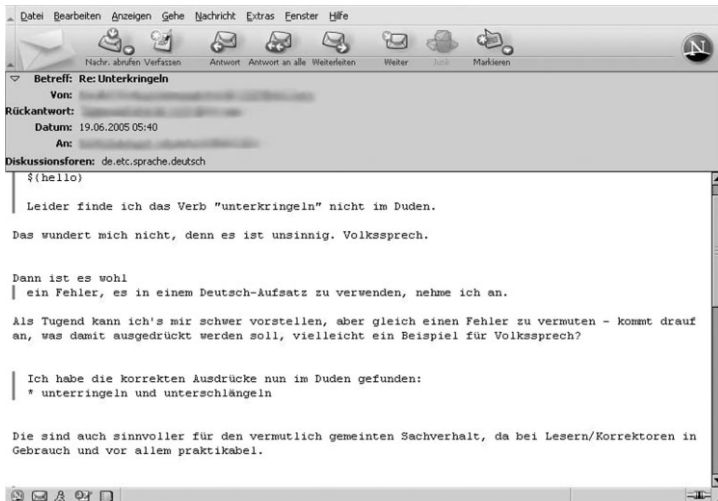
Kommen wir zunächst zu den Newsgroups, den elektronischen Diskussionsforen im Netz: Die Diskussion in Newsgroups ist öffentlich, jeder kann den Inhalt einsehen und selbst etwas „posten“. In der Regel wird eine Frage über ein sog. Newsreader-Programm an das Forum geschickt und von anderen Forumsteilnehmern beantwortet. Häufig kommt es auch vor, dass die Antworten kommentiert werden, so dass ein langer Diskussionsstrang (= Thread) entsteht. Als Beispiel folgt auf der nächsten Seite ein Auszug aus einer Nachricht in einer Newsgroup zum Thema *Deutsche Sprache* (de.etc.sprache.deutsch). In dieser E-Mail zitiert der Schreiber Passagen aus der Bezugs-E-Mail, benutzt also die Quote-Technik (vgl. Beutner 2002: 53). Dieses Verfahren kommt gerade in Newsgroups häufig zur Anwendung, in der Individualkommunikation über E-Mail wird es dagegen seltener genutzt als gemeinhin angenommen (vgl. Runkehl, Schlobinski & Siever 1998: 214, vgl. auch Beutner 2002: 57).

Wie das Beispiel zeigt, liegt hier gewissermaßen ein Dialog im Monolog vor. Es verwundert also nicht, wenn Merkmale auftreten, die der konzeptionellen Mündlichkeit zuzuordnen sind (z. B. „Die sind auch sinnvoller [...]“). Allerdings macht das Beispiel auch deutlich, dass Sprachgebrauchsnormen in elektronischen Schreiben durchaus berücksichtigt werden, was hier auch damit zusammenhängt, dass die Teilnehmer ein Interesse an sprachlichen Phänomenen haben. So findet sich in Beispiel (4) im Vergleich zu den Schreiben in Weblogs, die wir nun betrachten werden, kein einziger orthografischer Fehler.

Zunächst eine kurze Erläuterung zu Weblogs: Ein Weblog ist eine Website, auf der ein Autor in regelmäßigen Abständen Einträge veröffentlicht (vgl. dazu ausführlich Schönberger, i. d. B.). In dem Buch *Blogs* wird diese neue, immer populärer werdende Form der Kommunikation im Internet folgendermaßen dargestellt: „Im Prinzip ist Bloggen eine einfache Angelegenheit: Ein interessantes Thema sehen oder erle-



(4)



ben, in das eigene Blog einloggen, Beitrag schreiben, freischalten. Zwischen dem Impuls, einen Artikel zu schreiben, und der Veröffentlichung liegen meist nur ein paar Minuten“ (Alphonso/Pahl 2005: 35).

In vielen Weblogs hat der „Besucher“ die Möglichkeit, einen Kommentar zu geben – und nur um solche Kommentare soll es hier gehen. Den Kommentar schreibt er in ein Online-Formular, das auf der Website bereitgestellt wird; er muss hierfür also nicht das Mailprogramm benutzen.<sup>9</sup> Aus diesem Grund hat die E-Mail auch nicht, wie im prototypischen Fall, einen Kopf, sie enthält nur den Text.

Betrachten wir zur Illustration zwei Kommentare aus dem Weblog von Anke Gröner ([www.ankegroener.de](http://www.ankegroener.de)). Anke Gröner ist eine „Bloggerin“, die ihren Weblog seit dem 1. Juli 2002 führt und – wie sie selbst sagt – jede wache Minute online ist (vgl. Alphonso/Pahl 2005: 134). Die beiden Kommentare der Besucher beziehen sich auf einen Text, in dem Anke Gröner ihre Eindrücke von dem Fernsehduell zwischen dem deutschen Bundeskanzler Gerhard Schröder und seiner Herausforderin Angela Merkel geschildert hatte.

<sup>9</sup> Ähnliches gilt auch für Briefe, die über ein Kontaktformular auf den Websites von Hotels, Tourismusbüros, Firmen etc. geschrieben werden. Diese Anfragen werden aber nur von den Empfängern gelesen, sie gehören zur nicht öffentlichen Kommunikation.

(5)

Also was Sie da über das Make-up von Frau Merkel schreiben, kann ich nicht teilen. Ich saß da und dachte, wenn meine Schönheit eines Tages verblüht ist, wende ich mich an den Visagisten von Frau Merkel [...].

Kommentar von nuf am 5.09.2005 um 11:30

entschuldigen Sie alle, ich kann hier nicht mitmachen, weil, ich habe ein Tatort mir angekuckt wie das da gezeigt wurde, wovon Sie grade sprechen

Kommentar von supatyp am 5.09.2005 um 11:45

---

<http://www.ankegroener.de/?p=1088#comments> <19.09.2005>

Vor allem das zweite Beispiel ist in einem informellen Duktus verfasst (vgl. die Verbzweitstellung im *weil*-Satz und die umgangssprachliche Wortwahl *ankucken* statt *ansehen*). Im prototypischen Fall treten schriftliche Äußerungen dieser Art nur in einer Kommunikationssituation auf, die nicht öffentlich ist und in der sich die Kommunikationspartner gut kennen (z. B. Grußkarte an einen guten Freund). Dies ist bei den Schreiben in Weblogs gerade nicht der Fall; viele der Texte haben nähesprachlichen Charakter. Auch was die Inhalte der Schreiben betrifft, entsteht der Eindruck einer veröffentlichten Privatheit, wie man sie bislang nur aus Talkshows, privaten Mitteilungen in Zeitungen (z. B. „Hallo Schatz, alles Gute zu deinem Geburtstag! Dein Peter“) und Hörertelefonaten im Radio kennt (vgl. Imhof/Schulz 1998). Dies gilt vor allem für die Einträge der Blogger selbst, häufig sind aber auch die Kommentare zu den Blogs sehr persönlicher Natur.

Zum Vergleich folgt noch ein Auszug aus dem Weblog einer Tageszeitung, der Online-Version des Zürcher *Tages-Anzeiger*. Dabei handelt es sich nicht um den Weblog einer Einzelperson, sondern um ein journalistisches Angebot. Es stellt sich allerdings die Frage, ob die Bezeichnung „Blog“ hier korrekt ist, denn der Blog besteht nur aus einer Reihe von Zeitungsartikeln, die von den Lesern kommentiert werden können. So findet sich zu einem Artikel, in dem die Vor- und Nachteile von SMS-fähigen Festnetztelefonen beschrieben werden, der folgende Kommentar:

(6)

**denjo -**

2005-08-30 12:33:25

schon lustig, kaum kommt cablecom mit diversen neuen services daher, muss die swisscom gleich nachziehen, sms ist da nur eins aus einer ganzen reihe. Einerseits ist das gut weil so die preise endlich in bewegung kommen andererseits ist es aber auch lausig das sc uns einfach jahre mit einem mikrigen angebot abgespeist hat. die sms box finde ich eher überflüssig.

<http://digitalsushi.kaywa.ch/gadget/sms-box.html>

<http://www.tagesanzeiger.ch/dyn/news/iframe/blog/index.html>  
<15.09.2005>

Solche Schreiben erinnern an Leserbriefe in der Printzeitung, mit dem Unterschied freilich, dass der Bezug zum Ausgangstext nicht explizit hergestellt werden muss, da der Brief unmittelbar an den Artikel anschließt. Wie das Beispiel auch deutlich macht, werden die E-Mails nicht redaktionell nachbearbeitet, der Text kommt unverändert, mit allen Schreibfehlern ins Netz.<sup>10</sup> Und was in einem herkömmlichen Leserbrief befremdend wäre, fällt hier möglicherweise schon gar nicht mehr auf: die konzeptionell mündliche Ausdrucksweise.

Kommen wir nun zur dritten Anwendungsdomäne von E-Mails, zu den elektronischen Gästebüchern. Auch hier entsteht der Eindruck, dass a) viele der Einträge konzeptionell mündlich sind und dass sie b) Schreibfehler enthalten, die weit über das hinausgehen, was man in einer öffentlichen Kommunikation erwarten würde. So heißt es im Gästebuch der Stadt Köln:

(7)

M.oe, 06. September 2005 14:27

**das wahre köln abzeits von touris**

Köln ist eine Tolerante Stadt, also sollte auch ein wenig kritik erlaubt sein. Mich stört es das abseits der touri zentren die kriminalität immer stärker zunimmt. Ich bin als Jugendlicher oft unterwegs. Wenn man der falschen Nation angehört kann man sich in einigen Stadtteilen nicht blicken lassen ohne angepöbelt zuwerden.Das finde ich schade tut mehr für ein sicheres Köln. Danke

<http://www.koeln.de/gaestebuch/> <15.09.2005>

<sup>10</sup> Damit beziehe ich mich nicht auf die konsequente Kleinschreibung. Diese wird systematisch verwendet, andere Schreibweisen dagegen sind das Resultat schnellen Schreibens oder basieren tatsächlich auf Unwissenheit.

Wie Harald Burger (2002: 167) feststellt, sind Briefe in elektronischen Gästebüchern grundsätzlich mehrfach adressiert: Sie wenden sich sowohl an den jeweiligen „Gastgeber“ (vgl. „tut mehr für ein sicheres Köln“), implizit aber auch an alle potenziellen Leser und gelegentlich auch an andere Schreiber. Ein Beispiel aus dem von Harald Burger zusammengestellten Korpus macht dies deutlich. Dabei handelt es sich um einen Eintrag aus dem Gästebuch zu einer Ratgebersendung, die im Schweizer Fernsehen ausgestrahlt wurde:

(8)

---

Anny, Samstag, 14. Juli 2001

Hallo Brigitte,

erst mal kurz zu manchen hier. Ist ziemlich geistlos, was ihr hier schreibt, aber ich reg mich nicht weiter auf und denke mir meinen Teil [...]

---

Bsp. übernommen von Burger (2002: 168)

Was für die E-Mails in Gästebüchern gilt, gilt auch für E-Mails in Weblogs und Newsgroups: Die Schreiben sind mehrfachadressiert, sie richten sich an den Fragesteller (in der Newsgroup) bzw. Blogger (im Weblog), gelegentlich aber auch an andere Schreiber und an die ganze stumme Leserschaft. Die Verfasser sind sich dabei durchaus bewusst, dass ihre E-Mails öffentlich sind. Dennoch verfassen sie die Briefe häufig so, als befänden sie sich in einer privaten, nicht öffentlichen Kommunikation. Aus dieser Spannung von Privatheit und Öffentlichkeit entstehen neue Fragen, die für die Linguistik interessant sind (s. u.), aber auch in anderen wissenschaftlichen Disziplinen wie der Soziologie und Psychologie eine wichtige Rolle spielen (vgl. Döring 2003).

## 5 Forschungsfragen und Forschungsperspektiven

Damit komme ich zum letzten Punkt, zu den für die E-Mail-Forschung relevanten Fragen und Perspektiven. Zunächst ein kurzer Rückblick auf die Forschungsgeschichte (vgl. hierzu ausführlich Dürscheid 2005a): Zu Beginn der E-Mail-Forschung im deutschsprachigen Raum hatte man das Augenmerk vor allem auf die Unterschiede zwischen E-Mails und herkömmlichen Briefen gerichtet (vgl. Günther & Wyss 1996), in einer zweiten Phase standen die Gemeinsamkeiten zwischen

diesen beiden Kommunikationsformen im Fokus (vgl. Elspaß 2002) und es wurde zu Recht davor gewarnt, Aussagen über *die* E-Mail machen zu wollen (vgl. Schmitz 2004). Auch was den Einfluss des Computers auf das Schreiben betrifft, gab es unterschiedliche Positionen (und gibt es sie noch): Während die einen in der Tatsache, dass E-Mails computervermittelt sind, den Grund für einen spezifischen Sprachgebrauch sehen (vgl. Weingarten 1997, Jakobs 1998, Crystal 2001), vertreten andere die Auffassung, dass pragmatische Faktoren (z. B. der Anlass des Schreibens, die Vertrautheit der Kommunikationspartner) eine wichtigere Rolle für die Wahl der sprachlichen Mittel spielen (vgl. Schmitz 2002). An dieser Stelle nun setzen die neuen Forschungsfragen ein, die weiter oben schon angedeutet wurden. Drei Aspekte seien hier abschließend genannt:

1) Welche Konsequenzen ergeben sich daraus, dass die Kommunikationsbedingungen, die nach Koch & Oesterreicher (1994) den Ausschlag für die Verwendung bestimmter Ausdrucksmittel geben, im Internet teilweise außer Kraft gesetzt sind? Denn wie wir gesehen haben, verlieren zwei der Kommunikationsparameter, die gemeinhin als grundlegend für die Verwendung eines bestimmten Schreibstils gelten, im Internet an Wert. So gibt es zahlreiche E-Mails, die konzeptionell mündlich sind, obwohl sich die Schreiber nicht kennen und obwohl die Schreiben der ganzen Welt zugänglich sind. Nun mag man einwenden, dass dies ja auch für die Chatkommunikation gilt. Allerdings gibt es einen zentralen Unterschied:

Im Chat befinden sich die Schreiber in einer quasisynchronen Kommunikation, sie „[p]laudern mit anderen Mitteln“ (vgl. Wirth 2005: 67). Dass in einer solchen Kommunikationssituation Merkmale konzeptioneller Mündlichkeit auftreten, überrascht nicht. Würden die Chatter ihre Beiträge stilistisch ausfeilen und gar noch die Rechtschreibkontrolle verwenden, liefe das der Spontaneität dieser Kommunikation zuwider. Der Schreiber eines Kommentars im Weblog hat dagegen die Möglichkeit, seinen Text zu planen, seine Formulierungen sprachlich zu elaborieren, er muss nicht unmittelbar reagieren. Und dennoch treten hier Ausdrucksweisen auf, wie sie für den Freizeitchat im öffentlichen Raum typisch sind. Es bleibt abzuwarten, welche Veränderungen im sozialen Umgang sich hier vollziehen und ob das, was Angelika Linke (2000: 66) die zunehmende „Ent-Distanzierung“ nennt, durch das öffentliche Schreiben im Internet noch weiter begünstigt wird.<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Hans Geser (1998: 134) charakterisiert diese Entwicklung folgendermaßen: Es ist ein "unabsehbarer Strom überaus persönlicher, idiosynkratisch-intimer Bekundungen in die öffentliche Sphäre."

2) Natürlich stellt sich in diesem Zusammenhang auch die Frage, wie die Schreibweisen aus sprachkritischer Sicht zu beurteilen sind. Zeichnet sich hier eine Veränderung der Schreibgewohnheiten ab, die auch in herkömmlichen Briefen ihren Niederschlag finden wird? Wird es eine zunehmende Substandardisierung im Schreiben von Briefen etc. geben und wenn ja, welchen Einfluss hat dies auf die Schreibkompetenz? Zwar ist anzunehmen, dass die Schreiber durchaus zu unterscheiden wissen und einen Kommentar im Weblog oder einen Beitrag im Chat anders schreiben als einen Geschäftsbrief, doch empirische Studien dazu stehen immer noch aus.

3) Und nicht zuletzt sei noch eine Frage erwähnt, die ich an anderer Stelle bereits erörtert habe (vgl. Dürscheid 2005a: 96): Was wird sich ändern, wenn die mobile E-Mail-Kommunikation zunimmt, wenn also auch E-Mails ohne größeren Aufwand auf Schritt und Tritt verschickt werden und wir immer und überall über E-Mail erreichbar sind? Welche Auswirkungen wird dies auf unser Kommunikationsverhalten haben? Eines ist sicher: Wenn sowohl die stationäre als auch die mobile Kommunikation zunehmend über E-Mail erfolgt, dann wird der Druck auf die anderen Kommunikationsformen immer stärker, dann werden diese möglicherweise nur noch Nischenfunktionen wahrnehmen. Dadurch aber bekommt der herkömmliche Brief einen noch höheren ideellen Wert. Dann wird es vielleicht tatsächlich so sein wie in dem eingangs erwähnten Zeitungsartikel zu lesen: „Nichts ist schnöder als elektronische Post. Geniesser schreiben auf eigenem Briefpapier.“

## 6 Literatur

- Alphonso, Don & Pahl, Kai (Hrsg., 2005). *Blogs! Text und Form im Internet*. Berlin.
- Beutner, Yvonne (2002). *E-Mail-Kommunikation*. Stuttgart. ibidem.
- Burger, Harald (2002). „Hallo Brigitte – du bist so süß! Das Gästebuch zu „Lämmlelive.“ In: *Briefkultur im 20. Jahrhundert*. Hrsg. von Ulrich Schmitz & Eva Lia Wyss. Oldenburg (= *OBST* 64), S. 159–186.
- Crystal, David 2001. *Language and the Internet*. Cambridge.
- Döring, Nicola (2003). *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. Göttingen u. a.
- Dürscheid, Christa (2005a). „E-Mail – verändert sie das Schreiben?“ In: *Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet*. Hrsg. von Siever, Torsten, Schlobinski, Peter & Runkehl, Jens. Berlin, S. 85–97.
- (2005b). Normabweichendes Schreiben als Mittel zum Zweck. In: *Muttersprache* 115, S. 40–53.
- Elspaß, Stephan (2002). „Alter Wein und neue Schläuche? Briefe der Wende zum 20. Jahrhundert und Texte der neuen Medien – ein Vergleich.“ In: *Briefkultur im 20. Jahrhundert*. Hrsg. von Ulrich Schmitz & Eva Lia Wyss. Oldenburg (= *OBST* 64), S. 7–31.

- Geser, Hans (1998). „Yours virtually Forever. Elektronische Grabstätten im Internet.“ In: Die Veröffentlichung des Privaten – die Privatisierung des Öffentlichen. Hrsg. von Kurt Imhof & Peter Schulz. Opladen, Wiesbaden, S. 120–135.
- Günther, Ulla & Wyss, Eva Lia (1996). „E-Mail-Briefe – eine neue Textsorte zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit.“ In: *Textstrukturen im Medienwandel*. Hrsg. von Ernest W. B. Hess-Lüttich, Werner Holly & Ulrich Püschel. Frankfurt a. M. u. a., S. 61–86.
- Habscheid, Stephan (2005). „Das Internet – ein Massenmedium?“ In: *Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet*. Hrsg. von Torsten Siever, Peter Schlobinski, & Jens Runkehl. Berlin, S. 46–66.
- Imhof, Kurt & Schulz, Peter (Hrsg., 1998). Die Veröffentlichung des Privaten – die Privatisierung des Öffentlichen. Opladen, Wiesbaden.
- Jakobs, Eva Maria (1998). „Mediale Wechsel und Sprache. Entwicklungsstadien elektronischer Schreibwerkzeuge und ihr Einfluß auf Kommunikationsformen.“ In: *Medien im Wandel*. Hrsg. von Ernest W. B. Hess-Lüttich, Werner Holly & Ulrich Püschel. Opladen, S.187–209.
- Koch, Peter & Oesterreicher, Wulf (1994). „Schriftlichkeit und Sprache.“ In: *Schrift und Schriftlichkeit. Ein interdisziplinäres Handbuch internationaler Forschung*. Hrsg. von Hartmut Günther & Otto Ludwig. Berlin/New York, S. 587–604.
- Linke, Angelika (2000). „Informalisierung? Ent-Distanzierung? Familiarisierung? Sprach(gebrauchs)wandel als Indikator soziokultureller Entwicklungen.“ In: *Der Deutschunterricht* 3, S. 66–77.
- Runkehl, Jens, Schlobinski, Peter & Siever, Torsten (1998). *Sprache und Kommunikation im Internet*. Opladen.
- Schlobinski, Peter (2001). „\*knuddel. zurueckknuddel. dich ganzdollknuddel\*. Inflexive und Inflexivkonstruktionen im Deutschen.“ In: *Zeitschrift für Germanistische Linguistik* 29, S. 192–218.
- Siever, Torsten, Schlobinski, Peter & Runkehl, Jens (Hrsg., 2005). *Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet*. Berlin, New York (= Linguistik – Impulse & Tendenzen 10).
- Schmitz, Ulrich (2002). „E-Mails kommen in die Jahre. Telefonbriefe auf dem Weg zu sprachlicher Normalität.“ In: *Kommunikationsform E-Mail*. Hrsg. von Arne Ziegler & Christa Dürscheid. S. 33–56.
- Schmitz, Ulrich (2004). *Sprache in modernen Medien. Einführung in Tatsachen und Theorien, Themen und Thesen*. Berlin.
- Voigt, Susanne (2003). *E-Mail-Kommunikation in Organisationen. Eine explorative Studie zu individuellen Nutzungsstrategien*. München (= Internet Research 11).
- Weingarten, Rüdiger (Hrsg., 1997). *Sprachwandel durch Computer*. Opladen.
- Wirth, Uwe (2005). „Chatten. Plaudern mit anderen Mitteln.“ In: *Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet*. Hrsg. von Torsten Siever, Peter Schlobinski, & Jens Runkehl. S. 67–84.
- Ziegler, Arne & Dürscheid, Christa (Hrsg., 2002). *Kommunikationsform E-Mail*. Tübingen (= Textsorten 7).