

Jugendmedium Handy – Daten und Fakten

Ulrike Wagner

Der Fund von gewalthaltigen und pornographischen Inhalten auf den Handys von Jugendlichen hat eine neue Welle der Diskussion über problematische Medieninhalte ausgelöst. Dabei beschränkt sich die öffentliche und insbesondere die veröffentlichte Diskussion auf die Frage, ob ein Handy-Nutzungsverbot oder gar ein Handyverbot im Schulalltag sinnvoll ist oder nicht, was der Problematik in keiner Weise gerecht wird.

Zunächst möchte ich ein paar Anmerkungen zu dieser Debatte machen, die über die Verbotsdiskussion hinausgehen, wir aber als zentral für die Diskussion erachten, um sich dem gesamten Thema grundsätzlicher zu widmen.

Erstens ist weder die Diskussion um Gewalt und Pornographie in den Medien neu, noch die Reduzierung der Problematik auf die Diskussion diverser Verbote. Seit es massenhaft verbreitete Medien gibt, also seit der Verbreitung der sog. Groschenhefte in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts wurde diese Auseinandersetzung periodisch immer dann geführt, wenn neue Medien ins Spiel gekommen sind. Neben ein paar allgemeinen Befürchtungen, z.B. dass die Schnelligkeit bewegter Bilder die Menschen verwirren und verrückt machen könne, dass Medienkonsum zu Nervosität und Hypermotorik führe oder – wie in jüngster Zeit – dass Fernsehen dick, dumm und traurig mache, stehen seitdem v.a. audiovisuelle Medien im Zentrum der Kritik. Dabei sind es immer wieder zwei Themen, die die Diskussion bestimmen: 1. Gewalt in Horrorvideos oder in Computerspielen. Insbesondere in Ego-Shootern und 2. Sex bzw. Pornographie und die befürchteten negativen Auswirkungen auf Heranwachsende.

Zweitens verkürzt man auch auf der Seite der Medien die Sicht auf aktuelle Problemlagen, wenn nun das Medium Handy alleine in den Mittelpunkt der Kritik gerät. Ein Problem bei der Beschäftigung mit dem Themenkomplex ist, dass es im Vergleich mit anderen Medien, wie z.B. dem Fernsehen, relativ wenig gesichertes Wissen über den Umgang mit diesem Medium gibt. Ich habe trotzdem versucht, einige Daten und Fakten zusammenzustellen, die ich als hilfreich für eine anschließende Diskussion erachte. Mein Part besteht nun darin,

- Sie in das Thema rund um jugendliche Handy-Nutzung einzuführen und
- zu verdeutlichen, welche Stellung das Mobiltelefon im Spektrum des verfügbaren Medienensembles einnimmt.

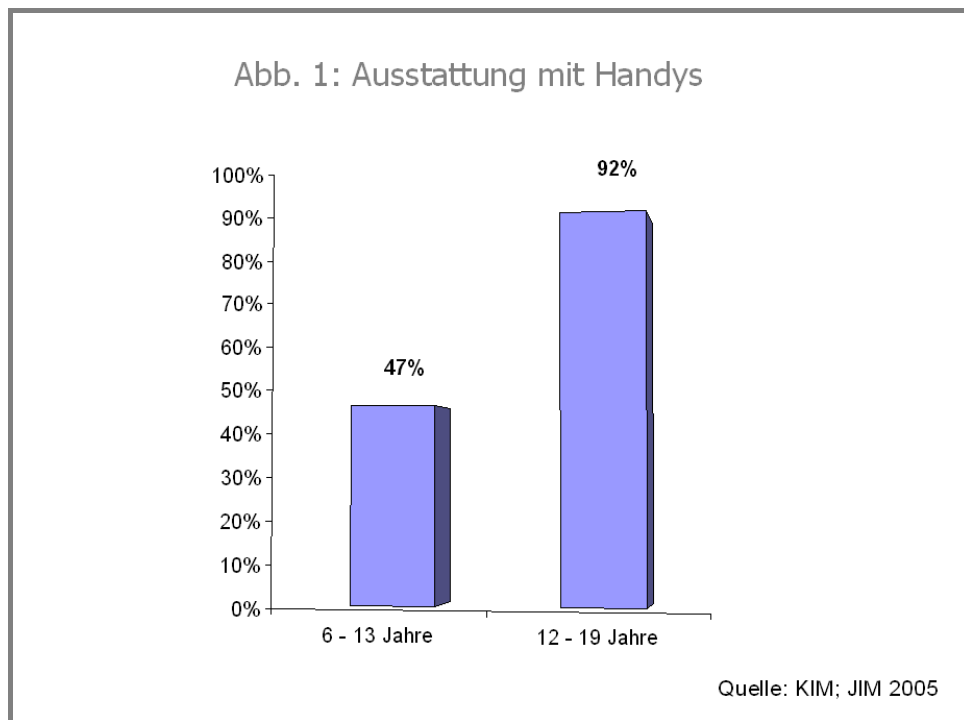
Fred Schell wird dann detaillierter auf die gesellschaftliche Diskussion um das Thema Gewalt, Gewalt in den Medien und damit verbundene Problemlagen eingehen.

1. Ausstattung und Nutzung

Die 1. Frage lautet also „Was machen Heranwachsende mit ihren Handys?“ Dazu ein paar aktuelle Zahlen: Rund die Hälfte der Kinder zwischen 6 und 13 Jahren und 92% der 12- bis 19-Jährigen verfügen über ein eigenes Handy (Abb. 1).¹ (Die Formulierung „verfügen über ein eigenes Handy“ führt etwas in die Irre: Rechtlich betrachtet sind die Eltern die Besitzer der Handys von den noch nicht volljährigen Heranwachsenden. Sie wurden dementsprechend gefragt „Hast du ein Handy für dich alleine?“)

¹ KIM 2005, JIM 2005

Wirft man einen Blick auf die einzelnen Altersgruppen, so zeigt sich ein sehr starker Anstieg vor allem von den 8- bis 9-Jährigen zu den 10- bis 11-Jährigen. Bei den 8- bis 9-Jährigen verfügt ein knappes 1/3 über ein eigenes Handy. Bei den 10- bis 11-Jährigen ist es bereits über die Hälfte (58%).²



Hinweise aus verschiedenen Studien liegen inzwischen dazu vor, dass Kinder aus sozial schlechter gestellten Milieus besser mit Handys ausgestattet sind als Kinder aus sozial besser gestellten Milieus.³ Begründet wird dies in diesen Studienergebnissen, dass das Mobiltelefon in sozial schlechter gestellten Milieus häufiger als Statussymbol herangezogen wird. Diese Hinweise werden z.B. auch durch eine norwegische Studie bestätigt, die insbesondere für Jungen aus dem Arbeitermilieu diese Statussymbol-Funktion wichtig ist.⁴ Nicht nur Alltags-Beobachtungen bestätigen dies: Marke und Modell sind wichtig, zudem werden die Handys mit Aufklebern und Aufhängern verziert, was deren Bedeutung als technisches Artefakt und modisches Accessoire noch verstärkt. Wobei auf das Verziern wiederum eher die Mädchen als die Jungen Wert legen. (vgl. dazu z.B. Döring 2006)

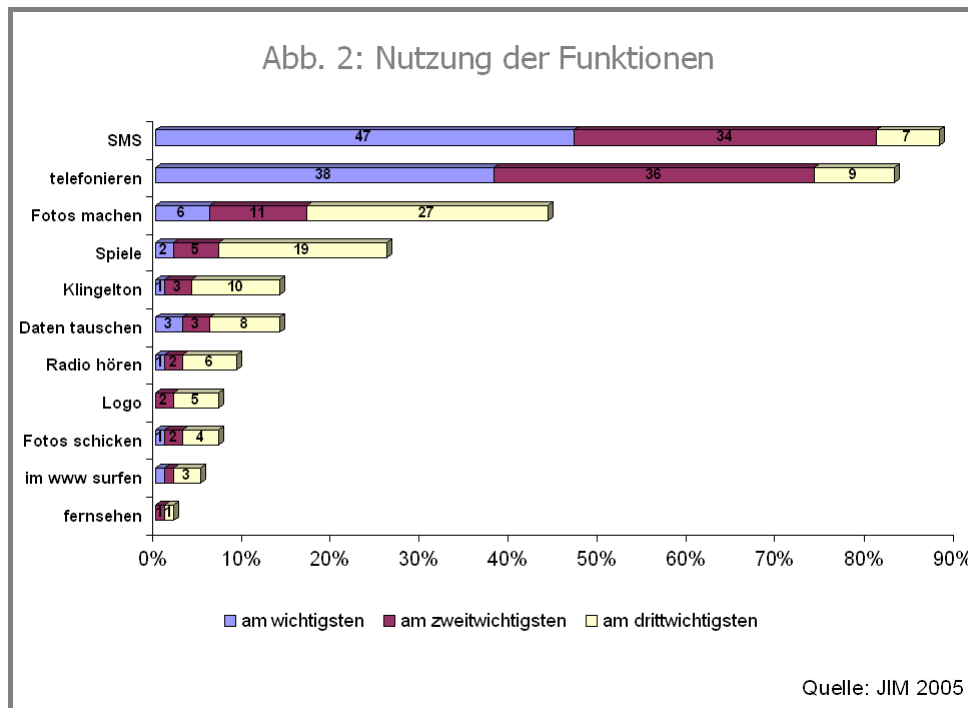
Nun zur **Handy-Nutzung**:

Zum großen Teil werden die Funktionen, die mobile Kommunikation bietet, per Prepaid-Karte bezahlt, erst die älteren Jugendlichen verfügen zunehmend über Handys mit Verträgen. Nach den drei wichtigsten Tätigkeiten gefragt, antworten Jugendliche folgendermaßen (Abb. 2): Noch vor dem Telefonieren steht das „Simsen“ an erster Stelle. Danach folgt bereits die Möglichkeit, Fotos zu machen unter den drei am meisten geschätzten Tätigkeiten. Für Mädchen ist diese Funktion noch wichtiger als für Jungen. Zurückgegangen ist hingegen die Bedeutung von Spielen und das Interesse an Logos und Klingeltönen. Gerade die Klingeltöne hatten ja die letzten zwei Jahre die Diskussion rund um die „Kostenfalle“ Handy und die aggressive Werbung der Anbieter wie z.B. *Jamba* bestimmt.

² JIM 2005, Detering, Kleedörfer und Petzold (2006) kommen zu ähnlichen Ergebnissen.

³ Z.B. Detering, Kleedörfer und Petzold (2006)

⁴ Skog 2002



Die Veränderung in der Wichtigkeit einzelner Funktionen hat auch damit zu tun, dass viele Jugendliche bereits über technisch gut ausgestattete Handys verfügen, was teilweise wiederum mit dem Charakter als Statussymbol zu tun hat. Die Mehrheit verfügt über Handys mit Kamerafunktion, die auch genutzt und geschätzt wird.

Handys mit Infrarotschnittstelle, Bluetooth, Radio und mp3-Player sind bereits recht verbreitet – ohne jetzt im Detail auf Zahlen einzugehen. Surfen im Netz spielt hingegen nur eine marginale Rolle, obwohl es von der Technik her längst möglich wäre, aber einfach zu teuer ist. Daten tauschen und Fernsehen spielen nach diesen Zahlen auch nur eine sehr untergeordnete Rolle.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass sich in Bezug auf den Zugang zu diesem Medium ab dem Jugendalter kaum Unterschiede feststellen lassen. Es ist quasi von Vollaustattung auszugehen. Sehr wohl lassen sich aber Unterschiede in der Nutzung feststellen und in der Bedeutung, die diesem Gerät zugeschrieben wird, vor allem nach Geschlecht und sozialem Milieu.

2. Möglichkeiten des Geräts

Die folgende Folie gibt einen Überblick über die Möglichkeiten, die Mobiltelefone inzwischen bieten (Abb. 3). Dabei habe ich bewusst die Perspektive der Nutzerinnen und Nutzer gewählt. Das Schlagwort der **Multifunktionalität** des Mobiltelefons lässt sich in verschiedene Funktionen aufgliedern, die, und das möchte ich zeigen, Auswirkungen auf den gesamten Medienumgang hat und nicht nur isoliert für das Handy zu betrachten ist:

Abb. 3: Aktuelle Entwicklungen in der mobilen Mediennutzung

Die Multifunktionalität des Mobiltelefons hat Auswirkungen auf den Medienumgang:

als Individualmedium

- vorrangig ein Mittel zur Kommunikation (Telefonieren, SMS)
- Spielemedium
- Mittel zur eigenen Produktion von Medieninhalten

als konvergentes Medium = Schnittstelle zu anderen Massenmedien

- Information (z.B. Fußballergebnisse, Nachrichten etc.)
- Rezeption (Trailer, Videos, Zusammenfassungen etc.)
- Organisation von Datenaustausch

© JFF – Institut für Medienpädagogik

Aus der Perspektive der Nutzerinnen und Nutzer ist das Handy als **Individualmedium** zunächst zur **Kommunikation** bestimmt. Es ist aber ebenso **Spielgerät**. Wie die aktuellen Zahlen belegen, überwiegen jedoch nach wie vor Telefonieren und SMS.

Darüber hinaus, und das ist ein ganz wichtiger Punkt, ist das Handy nicht nur ein Konsumartikel oder Gerät zur Nutzung, sondern es bietet auch Möglichkeiten, eigene Medieninhalte zu produzieren. Vor allem im Bereich der Fotografie ist dies auch schon weit verbreitet. Die Videos machen ja gerade als „Happy Slapping“ Schlagzeilen.

Es ist jedoch sehr wichtig, festzuhalten, dass hier grundsätzlich auch ein Werkzeug zu Verfügung steht, **um konstruktiv und kreativ Medien zu gestalten**. Für die aktive Medienarbeit bietet dies wichtige Ansatzpunkte, auch aus der Überlegung heraus, dass das Handy unter Jugendlichen fast zu 100% verbreitet ist und damit der Aufwand, sich erst mal Technik auszuborgen, um selbst zu produzieren etc. entfällt.

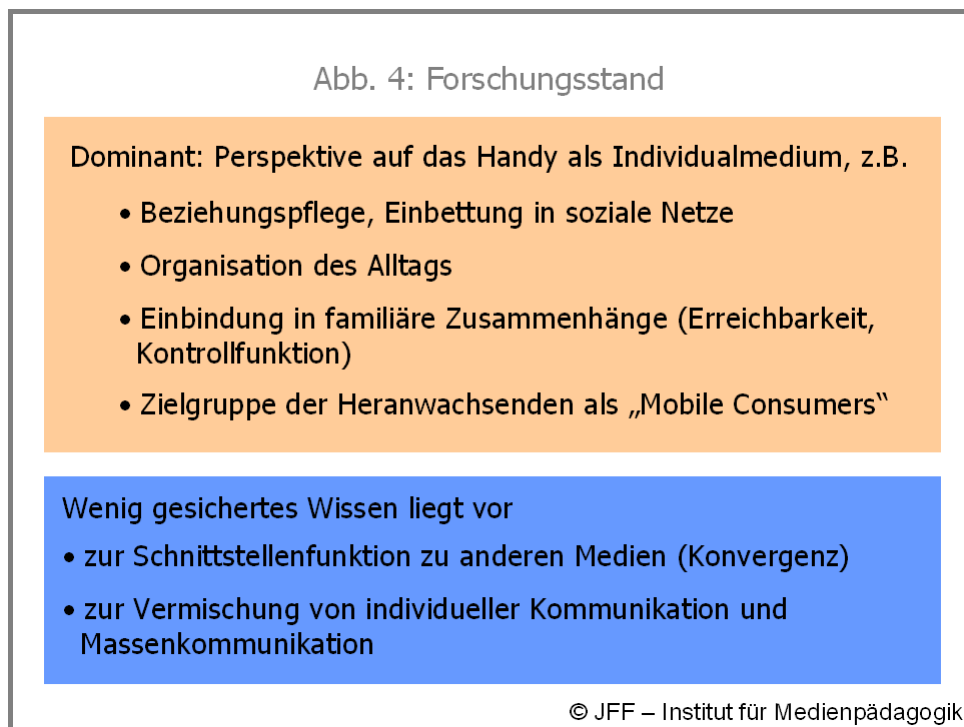
Die Handys der neuen Generation (auch 3G-Handys für 3. Generation genannt; Stichwort: UMTS) bieten sich als Schnittstelle zu anderen Medien an. Die **technische Konvergenz** ist im Bereich der mobilen Mediennutzung eigentlich am weitesten fortgeschritten. Unter dem Stichwort Handy-TV gerade in aller Munde sind in vielen Bundesländern Pilotprojekte zum Handy-Fernsehen gestartet (Hier gibt es allerdings noch unterschiedliche technische Standards, DMB und DVB-H, auf die ich jetzt nicht näher eingehe.)

Was bedeutet dies für die Nutzerinnen und Nutzer? Sie können nun auch **Informationen** abrufen, z.B. aktuelle Fußballergebnisse, die nicht mehr nur als Text (über WAP bereits seit langem möglich, aber wenig genutzt) sondern auch als Bewegtbild empfangbar sind. Nicht zuletzt ist nun auch die **Rezeption** von Filmen, besser Filmausschnitten bzw. Trailern oder Zusammenfassungen von Fernsehserien etc. möglich.

Diese Geräte funktionieren mit immer größeren Speicherkarten auch als Datenträger und kabellose Schnittstellen vereinfachen die **Übertragung der Daten von Gerät zu Gerät**. Und zwar nicht nur von Handy zu Handy, sondern vor allem vom Internet oder dem stationären PC auf das Handy.

3. Forschungsstand

Der **aktuelle Forschungsstand** rund um das Mobiltelefon lässt sich folgendermaßen zusammenfassen (Abb. 4):



Bisher konzentrierte sich die sozialwissenschaftliche Forschung primär auf die Perspektive auf das **Handys als Individualmedium**. Mein Überblick stellt keine erschöpfende Aufzählung vor, sondern gibt einige Schwerpunkte bisheriger Forschung wieder. Recht umfangreiche Forschung liegt zur interpersonellen Kommunikation vor, die unterschiedliche Aspekte beleuchtet, z.B.:

- Beziehungspflege, Einbettung in soziale Netze und
- Organisation des Alltags

In diesem Zusammenhang stehen Fragen nach orientierenden Funktionen und der Veränderung des Alltagslebens aus soziologischer Perspektive im Vordergrund

- Einbindung in familiäre Zusammenhänge, v.a. unter den Stichworten Erreichbarkeit und Kontrollfunktion

Darüber hinaus liegen z.B. Ergebnisse zur Sprache in SMS vor. Ein weiteres Beispiel noch zu den positiven Potenzialen dieses Mediums: Einen neuen Bereich stellt die Kommunikation mit Beratungsstellen dar, die inzwischen teilweise auch über SMS erreicht werden können und dadurch ein „niedrigschwelliges“ Angebot darstellen (z.B. proFamilia, Schweizer Tele-

fonseelsorge) oder auch marginalisierten Heranwachsenden neue Möglichkeiten der Kommunikation eröffnen (z.B. Gehörlose).⁵

Ein zweiter Bereich konzentriert sich auf die Diskussion um das **Handy als „Kostenfalle.“** Auf der einen Seite steht hier die Forschung der Anbieter, die die Zielgruppe Heranwachsende als lukrative Einnahmequelle der *Mobile Consumers* sehen, auf der anderen Seite der Verbraucher- und Jugendschutz, der vor allem die Konsumerziehung jugendlicher Nutzerinnen und Nutzer im Blick hat.

Wenig gesichertes empirisches Wissen liegt bisher dazu vor, welche Rolle das Handy als **Schnittstelle im Medienensemble** spielt und welche Veränderungen die **Vermischung von individueller Kommunikation und traditioneller massenmedialer Kommunikation** in den Prozessen der Medienaneignung nach sich zieht

3 Beispiele: Was passiert auf Seiten der Anbieter?

Die folgenden Beispiele verdeutlichen, was derzeit von Anbietern auf leicht erreichbaren, offiziellen Seiten angeboten wird:

Beispiel 1: Jamba

Jamba (www.jamba.de), vor allem bekannt aus der Diskussion rund um Klingeltöne und die dazugehörigen Kosten und den Praktiken beim Gewinnen neuer Abo-Kunden für Klingeltöne, bietet auf seinen Seiten ein vielfältiges Angebot könnte man sagen:

Neben Klingeltönen und Spielen gibt es auch eine eigene Erotik-Rubrik, die nicht gerade versteckt ist und auch auf den ersten Blick nicht gerade klein erscheint.

Auch wenn dies alles mit rechtlichen Bestimmungen konform ist und älteren Jugendlichen keine Probleme bereitet, stellt sich doch die Frage, was passiert, wenn 10- oder 11-Jährige mit dem Internet vielleicht noch unerfahrener, auf diese Rubriken stoßen, was z.B. bei der Suche nach neuen Klingeltönen durchaus leicht passieren kann.

Es gibt ein umfangreiches Angebot an Spielen und auch an Video-Downloads, wobei hier auffällt, dass gerade im Bereich der Mangas durchaus problematische Angebote dabei sind, was die sexistische Darstellung von Frauen betrifft.

Beispiel 2: Vodafone Mobile TV

Vodafone (www.vodafone.de) kann wohl als der Mobilfunkanbieter gelten, der als erstes und am umfassendsten Fernsehen auf das Handy (derzeit über UMTS) propagiert.

Angeboten wird neben Nachrichten (z.B. von n-tv) vor allem Unterhaltung: z.B. Serien aufs Handy wie GZSZ. Neben Filmen gibt es dann auch noch Musik-Videos, z.B. *MTV Shorts*.

Beispiel 3: Reaktion von T-Mobile

Aber auch zur aktuellen Debatte um Verbote und Kontrolle steigen die Mobilfunkanbieter mit ein. So ist in einer Presseaussendung von T-Mobile zu lesen⁶, dass es seit Anfang April 2006 eine Hotline und eine eigene Internetseite für besorgte Eltern gibt, auf der Tipps angeboten werden. T-Mobile gibt Tipps, welche Handys bestimmte Funktionen wie Video und Datenaustausch über Bluetooth nicht unterstützen und preist zudem einen speziellen Tarif für Jugendliche an, der es den Eltern erlaubt, bestimmte Funktionen und Dienste zu sperren.

⁵ vgl. Döring/Eichenberg 2005

⁶ Pressemitteilung vom 3.4.2006

T-Mobile beruft sich dabei auf den **Verhaltenskodex der Mobilfunkanbieter**, den u.a. auch Vodafone, e-plus und O2 im vergangenen Jahr unterzeichnet haben und in dem gemeinsame Standards für den Jugendschutz im Sinne des geltenden Rechts beschrieben werden, u.a. die Möglichkeit, Verträge abzuschließen, in denen sog. entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte für Jugendliche gesperrt werden. Die Unterzeichner bekennen sich darin zu - ich zitiere: „zu ihrer Verantwortlichkeit für mobile Inhalte im Rahmen des Mediendienstes - Staatsvertrages und Teledienstegesetzes, sofern sie selbst Anbieter eigener mobiler Inhalte sind.“⁷

Ich denke, auf diesen Verhaltenskodex kommen wir sicher noch in der anschließenden Diskussion zu sprechen und möchte es zunächst dabei bewenden lassen.

Was zeigen nun diese Beispiele:

Sie zeigen zum einen, dass es für jeden zugängliche Angebote gibt, die genau an der Stelle ansetzen, wo das Handy ein neues Trägermedium für mediale Inhalte darstellt und auch äußerst attraktiv ist. Sie verdeutlichen, dass es zu wenig ist, sich um das Handy alleine zu kümmern, sondern dass es gilt, den Medienumgang von Heranwachsenden insgesamt in den Blick zu nehmen. Auf der anderen Seite zeigt sich mit dem Verweis auf T-Mobile, dass auch die Anbieter die öffentliche Diskussion aufgreifen, dabei Eltern als Zielgruppe in den Blick nehmen und hauptsächlich in Richtung möglicher Kontrollfunktionen aktiv werden.

4 Das Handy ist Teil eines konvergenten Medienensembles

Wie sehr das Mobiltelefon mit anderen Medien verknüpft ist und auch von den Heranwachsenden selbst so wahrgenommen wird, verdeutlichen zwei Ergebnisse aus der Online-Befragung des *Medienkonvergenz Monitorings*⁸:

- Auf die Frage, ob die Heranwachsenden Interesse an Angeboten fürs Handy zum Runterladen haben, die zu anderen Medienangeboten gehören, antworten fast ein Viertel (24%) mit ja.
- In Bezug auf den Download von Klingeltönen sagen 15% der Befragten: Ich lade mir Klingeltöne herunter weil sie zu anderen Angeboten gehören.

Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass die Angebote des Marktes wahrgenommen und genutzt werden und auch genau diese Verbindungen wahrgenommen werden.

Der Blick ist also darauf zu richten, wo die angepriesene Multifunktionalität des Handy von Heranwachsenden bereits genutzt wird. Denn: Wenn man wiederum nur die Beziehung zwischen NutzerIn und Einzelmedium betrachtet, wird nicht deutlich, welche Stellung es im Medienalltag von Heranwachsenden hat. Das Mobiltelefon bietet – neben seinen kommunikativen Funktionen – eben auch einen Mehrwert in Bezug auf andere mediale Inhalte und Tätigkeiten.

In einer **Zusammenfassung** des bisher dargestellten gilt es also, den Blick darauf zu richten in welcher Form das Handy in den Medienumgang Heranwachsender eingebettet ist. Ich

⁷ <http://www.teltarif.de/arch/2005/kw39/s18761.html>;
<http://www.vodafone.de/unternehmen/umwelt/76362.html>

⁸ Begleitendes Monitoring zu den Medienkonvergenz-Studien des JFF, durchgeführt vom Lehrstuhl für Medienpädagogik und Weiterbildung an der Universität Leipzig (www.medienkonvergenz-monitoring.de).

beschränke mich im Augenblick auf die **medialen Kontexte** der Heranwachsenden. Auf die Einbettung in soziale Kontexte und die orientierenden Funktionen, die Medien und ihre Inhalte für Heranwachsende übernehmen, wird Fred Schell gleich noch genauer eingehen.

Mit dem Blick auf die medialen Kontexte muss gefragt werden:

- Welche Medien sind für Heranwachsende zugänglich?
- Welche Verweisstrukturen sind dabei wichtig?
- Welche Inhalte und Tätigkeiten werden mit welchen Medien verknüpft?

Abschließend lässt sich aus dem derzeitigen Forschungsstand und mit dem Blick auf aktuelle Entwicklungen festhalten, dass ein **Trend zur verstärkten Individualisierung des Medienerlebens und Medienhandelns** zu beobachten ist (Abb. 5), der sich vor allem an folgenden Punkten zeigt:

1. einer zunehmend zeit- und ortsungebundenen Zuwendung zu medialen Inhalten und Tätigkeiten.
2. Mobile Mediennutzung erleichtert die Zusammenstellung individueller und möglicherweise auch einseitiger Medienwelten und
3. ist zu befürchten, dass diese Zuwendung ohne ausreichende Kontextualisierung erfolgt.

Abb. 5: Fazit

➤ **Verstärkte Individualisierung des Medienerlebens und Medienhandelns**

- zeit- und ortsungebundene Zuwendung zu medialen Inhalten und Tätigkeiten
- Zusammenstellung individueller Medienwelten
- Zuwendung ohne ausreichende Kontextualisierung

© JFF – Institut für Medienpädagogik

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Verwendete Literatur

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2005): KIM-STUDIE 2005. Kinder und Medien. Computer und Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Baden-Baden

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2005): JIM-STUDIE 2005. Jugend, Information und (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Baden-Baden

Döring, Nicola (2006): HandyKids: Wozu brauchen sie das Mobiltelefon?. In: Dittler, Ulrich / Hoyer, Michael (Hrsg.): Machen Computer Kinder dumm? Wirkung interaktiver, digitaler Medien auf Kinder und Jugendliche aus medienpsychologischer und mediendidaktischer Sicht. München: kopaed, S. 45 – 65.

Skog, B. (2002): Mobiles and the Norwegian Teen: Identity, Gender and Class. In J.E. Katz/ M. Aakhus (Hrsg.): Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance. Cambridge: Cambridge University Press, S. 255 – 273.