

Autoren: Tully, Claus J. / Zerle, Claudia.

Titel: Handys und jugendliche Alltagswelt.

Quelle: merz. medien + erziehung. 49. Jahrgang, Heft 3/05. München 2005. S. 11-16.

Verlag: kopaed verlagsgmbh.

Die Veröffentlichung erfolgt mit freundlicher Genehmigung des Verlags.

Claus J. Tully / Claudia Zerle

Handys und jugendliche Alltagswelt

Inzwischen verfügen rund 90 Prozent der Jugendlichen über ein Handy. Als Kommunikations- und Medienzentrale strukturiert es den mobilen Alltag und dient als Werkzeug zur Gestaltung und Organisation der Peergroup. Gleichzeitig trägt es durch individualisierte Nutzung zur Identitätsfindung bei.

Objekte zur Kommunikation spielten im Jugendalltag schon immer eine wichtige Rolle, sie sind hilfreich im Prozess der Ablösung und Verselbständigung wie auch zur Pflege eigenen Lebensstils. Worin besteht die Bedeutung des Handys? Aus der Sicht der Medienforschung geht es darum, wie das Ensemble des Medienangebotes genutzt, wie es einerseits erweitert und andererseits zusammengeführt, kombiniert wird: Es gibt MP3-Player, Radio, Spiele ohne Handy, nun aber auch im Handy. Was aber ist aus soziologischer und speziell jugendsoziologischer Sicht zu dieser Entwicklung zu bemerken? Erstens: Zunächst spiegelt der Gebrauch von Handys, dass wir es mit Jugendlichen zu tun haben, die in einer mobilen Gesellschaft aufwachsen. Zweitens: Der Gebrauch mobiler Kommunikationstechnik verändert den Jugendalltag selbst.

Für beide Dimensionen will der nachfolgende Beitrag sensibilisieren und in einer ersten Näherung Befunde zum Gebrauch, wie auch den Stand der sozialwissenschaftlichen Sichtweise referieren.

Auch wenn Handy, SMS und Co. zunächst als Ausdruck von Kommunikationstechnik erscheinen, so spiegeln sie doch in besonderem Maße das Leben in einer mobilen Gesellschaft. Wer viel unterwegs ist, muss sich mit entsprechendem Equipment

(Notebook, MP3-Player, Apple ipod usw.) ausrüsten, schon die Möglichkeit eines bewegten Lebens stiftet hier Anlässe für den Gebrauch. Mobilität meint dann aber auch die Möglichkeit, sich aus bestimmten Zusammenhängen zumindest zeitweise zu verabschieden und in anderer Weise sich um die eigene Einbettung bemühen zu können bzw. zu müssen. Eben für diese Einbettungsvorhaben erweist sich das mobile Telefon als hilfreich. Das Handy wird jedoch nicht nur für kommunikative Zwecke genutzt. In den neuen Handy-Modellen sind vielfältige jugendrelevante Funktionen integriert. Es dient als tragbare Musikanlage, als Spielkonsole oder Fotoalbum und speichert kleine Videofilme ab.

Zur Nutzung des Mobilfunks

Noch im Jahre 1998 besaßen lediglich 8 Prozent der jungen Menschen zwischen 12 und 19 Jahren ein eigenes Mobiltelefon (MPFS 2004, 5.53, Jugendwerk der Deutschen Shell 2000, S.199ff und 2002, S.82f). Heute besitzen bereits 90 Prozent der 12- bis 19-jährigen Jugendlichen in Deutschland ein Handy (MPFS 2004, S.9 und S.53), das sind 4 Prozent mehr als noch im Vorjahr 2003.

Wozu ist das Handy nützlich? Für Jugendliche geht es sicherlich darum, die eigene unmittelbare Befindlichkeit mitteilen zu können und diese Option auch den eigenen Freunden einzuräumen. Dass es nicht nur um das Gespräch geht, sondern um die Erreichbarkeit, gerade um die direkte persönliche, lässt sich an den SMS-Diensten nachvollziehen. Ursprünglich zur Überbrückung von Funklöchern für Geschäftsleute konzipiert (vgl. Tully 2004, S.154), haben sich die Kurznachrichten zu einem jugendkulturell besetzten Stilmittel entwickelt. Auf 160 Zeichen begrenzt, können Textbotschaften an Eltern oder Freunde versandt werden, die sofortige Übertragung der Nachrichten ermöglicht reziproke 'Unterhaltungen' in Echtzeit auch über weite Distanzen hinweg.

Die Zahl der in Deutschland versandten SMS stieg in den letzten Jahren massiv an. Heute werden pro Jahr in Deutschland – laut Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten – im Jahr 2004 mehr als 30 Milliarden SMS verschickt, davon etwa zwei Drittel durch Handynutzer. Für die Telefongesellschaften hat sich das 'Simsen' der

Kids zu einem sehr lukrativen Geschäft entwickelt. Pro Kurzmitteilung werden im Schnitt 0,19 € verlangt. Bei einem durchschnittlichen täglichen Versand von 3,9 Kurzmitteilungen je Nutzer stellen die Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren eine bedeutsame Zielgruppe für die Marketingaktivitäten der Netzbetreiber und der Anbieter diverser Zusatzdienste wie das Herunterladen von Klingeltönen, Handylogos, Flirtlines, etc. dar (vgl. MPFS 2004, S.55).

Erfordernisse einer mobilen Gesellschaft

Die Mobilitätsstile Heranwachsender sind variantenreich, sie sind abhängig vom Alter, Geschlecht, Bildungsgang, von Peergroup-Bezügen und auch davon, ob in der Stadt oder auf dem Land gelebt wird. Zur Bedeutung von Mobilität im Jugendalltag geben vorliegende Untersuchungen (vgl. Hunecke / Tully / Bäumer 2002) Auskunft. Jugendliche zu sein bedeutet, sich selbst auszuprobieren und seinen Lebensraum zu erweitern. Erst wenn die eigene soziale und personale Identität gewonnen ist, geht die Jugendphase zu Ende. Zur Ausbildung einer eigenen Identität sind Kommunikation und Interaktion mit gleichaltrigen Peers zwingend notwendig, das Handy als ‚Tool‘, welches Kommunikation auch auf Distanz ermöglicht, stellt somit ein bedeutsames Objekt in der jugendlichen Sozialisationsphase dar.

In einer am Deutschen Jugendinstitut realisierten, empirischen Untersuchung wurden 2100 Jugendliche im Alter von 15 bis 18 zu ihren außerschulischen Aktivitäten befragt. 90 Prozent dieser Altersgruppe besitzen demnach ein Handy, 50 Prozent haben Netzzugang. Ablösung geht also mit gewachsenem Kommunikationsaufwand einher. Heute wenden 15-jährige gut die Hälfte ihres Taschengeldes für mobiles Kommunizieren auf. Kommunikatives Handeln wird erweitert konfiguriert, die kommunikativen Bezüge werden ausgedehnt. Aus den qualitativen Interviews (vgl. Hunecke / Tully / Bäumer 2002, S.114) wissen wir: Wer mobil nicht erreichbar ist, riskiert den Ausschluss aus einer Gruppe, da Treffs und Events per SMS vorbereitet werden. Telefonieren und chatten ersetzt jedoch keinesfalls den persönlichen Kontakt. Der englische Soziologe John Urry spricht von Notwendigkeiten physischer Nähe. Für „Social obligations“, so sagt er, sind „face-to-face“-Beziehungen unabdingbar. Dazu gehören die Identitätsarbeit, Peererlebnisse,

gemeinsame Unternehmungen, der Aufbau von Vertrauen, all dies ist, wie der Diskurs über Lebensentwürfe im Kreis von Altersgleichen, unverzichtbar. Jugendliche brauchen neben den virtuellen Räumen unbedingt die konkreten Erfahrungsräume und physische Nähe, um die eigene Wirkung auf andere zu erleben.

Der Gebrauch kommunikationstechnischer Neuerungen ersetzt also nicht die Mobilität, eher wird diese gefördert. „Event- und Location-hopping“ steht für eine Akzeleration von Bewegung, die der Nutzung von Kommunikationstechnik folgt. Kommunikations- und Verkehrsnetze entwickeln sich gleichförmig expansiv. Kommunikationstechnik selbst wird mobil nutzbar. Ihre Veralltäglicung geht mit „portability“ einher: Erst das (Koffer-)Radio, dann in den 70ern Walk- und Discman, später tragbare Fernsehgeräte und Computer, jetzt Handys und Handhelds mit Netzanschluss, UMTS usw. Die Nutzung der Kommunikationstechniken hat in dieser Gruppe nicht den Zweck, Bewegung zu substituieren. Eher gilt, dass per Handy und Internet Fahrzeiten und Fahrtrouten ermittelt, Treffs abgestimmt werden.

Dafür steht auch, dass Mobilität für Jugendliche oft nicht zweckhaft, sondern vielfach emotional motiviert ist, es mithin auch nicht auf rationelle Wegbewältigung und die Einsparung von Wegen ankommt.

Das Handy als Übergangsobjekt

Das Mobiltelefon ist ein technisches Gerät, das sich individuell an die Bedürfnisse des einzelnen anpassen lässt. Es kann zwischen diversen Marken, Modellen und Tarifen ausgewählt werden. Die Ausstattung mit Zusatzfunktionen wie Organizer, Routenplaner, integrierter Kamera oder Spielen lässt sich ebenso individualisieren wie der Klingelton oder das Display-Logo. Das mobile Telefon ist damit ein besonderer Repräsentant der soziologischen Individualisierungsthese. Individualisierung im soziologischen Sinne meint ja die parallele Teilhabe an verschiedenen sozialen Settings.

Dies schließt die Kultivierung eigener Stile und deren Mitteilung an andere ein. Für Jugendliche wird das Mobiltelefon so zum Ausdruck des Geschmacks und somit der eigenen Identität. Viele Jugendliche und manchmal auch Erwachsene halten sich gewissermaßen „am Handy fest“. Hier geht es nicht um Kommunikation, sondern um die

Option von Kommunikation, also die schiere Möglichkeit. Die Psychologie kennt das Phänomen: Menschen bedienen sich der Übertragung ihrer Beziehungen auf so genannte „Übergangsobjekte“ (Winnicott 1971). Bei Kindern sind dies die Spielzeuge, bei Linus aus den Peanuts war es die Schmusedecke. Vielleicht ist heute das Handy ein Übergangsobjekt, nicht nur für Jugendliche, sondern scheinbar auch für Erwachsene, die sich ohne Teddy auf den Weg machen. Agieren in mobilen Welten bedeutet tendenziell, den konkreten Ort auszublenden und sich kommunikativ in andere Welten einzuklinken, um sich so abzusichern.



In anderen Welten eingeklinkt: Das Handy als Übergangsobjekt in der jugendlichen Alltagswelt

Aus der Sicht der Psychologie machen Übergangsobjekte die Trennung von der Mutter erträglich und stellen eine Verbindung zwischen innerer und äußerer Welt her. Sie dienen der „Abwehr gegen Ängste“ (Winnicott 1971, S.13), die Mutter erlaubt daher „zu diesem Objekt eine sozusagen suchthafte Beziehung zu entwickeln“ (ebd., S.11). Bei dem Handy steht die Möglichkeit und Hoffnung auf Kommunikation im Zentrum. Die soziale Situation, in der sich die Person befindet (wartend, reisend, arbeitend), lässt sich verändern und

somit erträglich machen. Durch Kommunikation mit anderen, mit den eigenen Peers, mit vertrauten Personen verlässt man die unmittelbare Situation. Ein Switchen zwischen den Orten wird möglich, die Überwindung der unangenehmen Situation bewältigbar.

Spielerischer Umgang

Der spielerische Umgang mit dem Handy ist ein weiteres Kennzeichen dieses Objekts. Sich spielerisch der einen oder anderen Funktion zu nähern, scheint bei der Vielzahl der technischen Funktionen hilfreich. Als Spiel-Gerät können Adressverzeichnisse gepflegt, Fotos bearbeitet und Videosequenzen erstellt werden. So lassen sich Leerzeiten füllen, „überspielen“. Das Handy wird zu einem ständigen Begleiter, kann über Klingeltöne, die das Handy „geh doch mal ran“ sprechen lassen, sogar menschliche Züge annehmen. Handys sind damit ein Tandem von Individualität und Technik im Sinne Luhmanns (2002). Sie sind in hohem Maße modisch. Mode dient der Individuation. Mit modischen Attributen wollen die Individuen ihre eigene Einzigartigkeit unter Beweis stellen. Gelegentlich tun sie dasselbe, um anders zu sein.



Pausenkommunikation mit dem Handy

Einbettung in soziale Netze

Das Handy verknüpft die Jugendlichen mit ihren Peers und die Beliebtheit einer Person innerhalb der sozialen Gruppe scheint messbar geworden zu sein: Die Zahl der empfangenen SMS oder die Dauer und Häufigkeit der Telefonate, die man führt, werden dabei zu Indikatoren für das Maß der Einbettung einer Person. Wer einen VIP-Klingelton zugeordnet bekommt, hat gewonnen, wer gar kein Handy hat, kann an der Kommunikation mit den Peers unter Umständen nicht mehr teilnehmen, das Handy dient also nicht nur der Einbettung in das Cliquengeschehen, sondern wird gar zum notwendigen Instrument zur Vermeidung der „eigenen sozialen Exklusion“ (Tully 2004a, S.157). Die Funktion des Fotoversands bietet die Gelegenheit, den Kommunikationspartner noch stärker an der eigenen Umgebung und der aktuellen Befindlichkeit teilnehmen zu lassen. In der medial geprägten Welt, in der Jugendliche heute aufwachsen, kommen Bild und Symbol verstärkte Bedeutung zu, das Bedürfnis,

anderen mittels Foto einen 'Nachweis' dafür zukommen zu lassen, wie viel Spaß man gerade auf dieser Party oder jenem Event hat, ist Ausdruck dieser Entwicklung. Zwar hemmt noch der hohe Preis die Nutzung, aber schon die Option, Fotos machen und speichern zu können, ist für 41 Prozent der Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren wichtig (vgl. MPFS 2004, 5.55). Fotos der jüngsten Erlebnisse, Bekanntschaften, zusammen mit den gespeicherten Lieblingssongs und den schönsten Nachrichten des aktuellen Schwarms, machen das Handy zur Datenbank für die wichtigsten Anknüpfungspunkte im Jugendalltag.

Nivellierung sozialer Unterschiede

Die „technikbezogene Ungleichheit“ (Tully 2004a, S.166), die sich beim Besitz/Zugang zu Computer und Internet stark zeigt, kehrt sich beim Handy um. Mehr Mädchen (95,1 Prozent) als Jungen (84,2 Prozent) besitzen ein Handy, sie nutzen es häufiger und geben mehr Geld dafür aus (ebd., S.168). Besonders in Bezug auf den Versand von Kurznachrichten kehren sich geschlechtsspezifische Unterschiede um: Mädchen schreiben mehr und längere Texte als Jungen, schätzen also besonders den kommunikativen Nutzen, der sich für sie durch das Handy ergibt. Der Zugang zu Computer und Internet ist, wie diverse Studien zeigen, stark durch den elterlichen Status der Jugendlichen bestimmt. Je höher der Status der Eltern, desto bessere Zugangsmöglichkeiten haben Jugendliche zu Computer und Internet. In Bezug auf das Handy ist es umgekehrt: So besitzen 91,4 Prozent der Jugendlichen aus Elternhaus mit niedrigem Status ein Handy, aber nur 82,6 Prozent der Jugendlichen aus Elternhaus mit einem hohem Status (vgl. Tully 2004a).

Das Handy ist Teil der notwendigen Infrastruktur für die Alltagsorganisation jugendlicher Lebenswelten geworden und zwar – mehr als jedes andere technische Medium – in allen sozialen Schichten.

Lernen durch das Handy

Der Gebrauch des kommunikationstechnischen Vehikels ist voraussetzungs- und folgenreich. Verändert wird die Alltagsorganisation, die Abstimmung des Freizeitverhaltens mit den Peers. Beim Versand von SMS entsteht ein „Zwang zur Reziprozität“ (Stroh 2004), auf eine Nachricht wird eine unmittelbare Antwort erwartet, wodurch sich ein permanenter, ortsungebundener Kontakt zwischen den Jugendlichen und ihren Peers entwickelt. Erreichbarkeit über das Handy wird nicht nur ermöglicht, sondern auch erwartet. Es entsteht eine permanente Zugriffsmöglichkeit auf die Jugendlichen; dem Bedürfnis, sich dieser zu entziehen, wird vor allem den Eltern gegenüber durch Ausreden wie „Akku leer“ oder „kein Netz“, „nicht gehört“ nachgegeben. Erlernt wird zudem der Umgang mit ökonomischen Restriktionen: das Handy frisst einen Großteil des Taschen- oder Lehrgeldes Jugendlicher und wird häufig zum Grund für eine Kreditaufnahme. Rund 50 Prozent ihres Taschengeldes geben Jugendliche monatlich für das Handy aus (vgl. hierzu Tully 2004b), zum besseren Kostenüberblick verfügen zwei Drittel über eine Prepaid-Karte, nur rund ein Drittel über einen eigenen Handy-Vertrag (MPFS 2004, S. 53). Sechs Prozent der befragten Jugendlichen der JIM-Studie 2004 gaben an, „regelmäßig oder ab und zu Probleme zu haben, ihre Handy-Rechnung zu bezahlen“ (MPFS 2004, S.53). Da bei diesen Zahlen das Problem sozial erwünschten Antwortverhaltens zu bedenken ist, lässt sich spekulieren, dass ein bemerkenswerter Anteil der Jugendlichen Schwierigkeiten hat, für die entstandenen Kosten aufzukommen.

Bedürfnisse moderner Jugendlicher

Ein neues Objekt im Jugendalltag okkupiert einen merklichen Anteil des Budgets Heranwachsender: Was folgt daraus für die anderen Bedürfnisse? Neben dem Bedürfnis nach Kommunikation ist für Jugendliche im Alter von 13 bis 18 ein weiteres Bedürfnis zentral: Mobilität. Aufwachsen kann „als sukzessiver Ablösungsprozess von räumlichen Vorgaben gesehen werden“ (Tully, 2005), mobil zu sein stellt somit eine zentrale Bedingung zur eigenständigen Lebensführung dar. Die Ausgaben für Kommunikation konkurrieren mit den Kosten für Mobilität, also mit dem Führerschein, dem Auto, dem ÖPNV, aber auch ungebrochen mit denen für Ausgehen, Musik, Tanzen und Freunde.

Die mobile Kommunikation spiegelt also das Leben und Aufwachsen in einer mobilen Welt. Wie sich zeigt, wird vor diesem Hintergrund der Lebensalltag insgesamt reorganisiert. Wir haben es also nicht nur mit einem zusätzlichen Artefakt zu tun, sondern mit einer Gestaltung sozialer Verhältnisse. Sich treffen, Musik hören, sich austauschen usw. ist vom Artefakt der mobilen Kommunikation nicht mehr trennbar. Insofern ist Sensibilität für diese Veränderung, die unbemerkt den Alltag formt, unabdingbar.

Literatur

Höflich, J. / Rössler, P. (2001). E-Mail für das Handy – SMS-Nutzung durch Jugendliche. Download am 03.02.05: [www.psych.uni-goettingen.de/congress/gor-2001 / contrib/hoeflich-Joachim](http://www.psych.uni-goettingen.de/congress/gor-2001/contrib/hoeflich-Joachim)

Hunecke, M. / Tully, C. J. / Bäumer, D. (Hg.) (2002). Mobilität von Jugendlichen. Opladen: Leske und Budrich

MPFS (= Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest) (Hg.) (2004). JIM-Studie 2004. Jugend, Information, (Multi-)Media. Stuttgart

Jugendwerk der Deutschen Shell (Hg.) (2000). Jugend 2000. 13. Shell Jugendstudie. Opladen: Leske und Budrich

Jugendwerk der Deutschen Shell (Hg.) (2002). Jugend 2002. 14. Shell Jugendstudie. Opladen: Leske und Budrich

Jochmann, L. (2000). SMS. Sprüche, Tipps und Tricks. Frankfurt am Main: Eichborn

Luhmann, N. (2002). Einführung in die Systemtheorie. Heidelberg: Carl Auer Systeme Verlag. (Transkription von Luhmann, N. (1991/92))

Stroh, K. (2004). SMS - Die Sprache der Jugend. Interview mit Joachim Höflich. Süddeutsche Zeitung. Download am 25.01.2005: www.sueddeutsche.de

Tully, C. J. (2004a). Alltagslernen in technisierten Welten: Kompetenzerwerb durch Computer, Internet und Handy. In: Wahler, P. / Tully, C.J. / Preiß, C. (Hg.). Jugendliche in neuen Lernwelten. Wiesbaden: VS-Verlag. 5. 153-187

Tully, C. J. (2004b). Arbeitsweltkontakte von Schülerinnen und Schülern an allgemeinbildenden Schulen. Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation. 24. Jg., 4. VJ. 2004

Tully, C. J. (2005). Mobilität und Kommunikation. Essentials der Identitätsfindung im Jugendalltag. In: Merkens, H. / Zinnecker, J. (Hg.). Jahrbuch Jugendforschung. Wiesbaden: VS-Verlag

Winnicott, D.W. (1971): Vom Spiel zur Kreativität. Stuttgart: Ernst Klett

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Rechteinhabers unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Speicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.