

Mobile Mediatisierung: Die exzessive Smartphone-Nutzung von Heranwachsenden und deren gesellschaftliche Einbettung

Ein wachsendes gesellschaftliches Interesse an kommunikativer Mobilität und Vernetzung – auch wenn der gegenwärtige Überfluss an beidem diese für viele wiederum vielleicht auch wertlos erscheinen lässt – geht vor allem mit der rasenden digitalen Medienentwicklung einher. Mobiltelefonie – allen voran durch das mit Hilfe eines Smartphone – aber auch die mediatisierte interpersonale Kommunikation mittels E-Mail, Internet-Telefonie oder Twitter sowie andere mobile Medien bzw. Kommunikationsformen, wie zum Beispiel MP3-Player, Handheld-Konsolen, Kindle, iPad und in naher Zukunft vermehrt auch „Cloud“, „Ubiquitous“ oder „Wearable Computing“ spielen in diesem Zusammenhang eine gewichtige Rolle. So hat sich seit dem Jahr 2010 die Anzahl der Smartphone-Nutzer in Deutschland nahezu verdreifacht. Inzwischen verwendet fast ein Viertel der über 14-Jährigen ein solches Gerät, um auf das Internet zuzugreifen. Besonders unter jungen Anwendern der Altersgruppe 14-19 und 20-29 erfreuen sich Smartphones und deren Anwendungen großer Beliebtheit. Hier liegen die Nutzungsquoten bei mehr als 40 Prozent (vgl. ARD/ZDF-Onlinestudie 2012, o.S.). So ist der „mobile“ Mensch von heute zum großen Teil „online“ – u. a. zum Kommunizieren, um sich zu informieren, um soziale Beziehungen aufrecht zu erhalten, zum Arbeiten oder auch einfach um Unterhaltung und Spaß zu finden. Ein Ende dieses Trends ist gar nicht abzusehen, da – wie aktuelle Studien zeigen – eine mobile und stationäre Internetnutzung sich nicht nur ergänzen, sondern z. T. – wie es aktuell das Phänomen des Social TV verdeutlicht – in ihrer Intensität sogar gegenseitig verstärken. Ein andauerndes Verbunden- und Mobil-sein kann allerdings vielerlei problematische Folgen haben, die z.T. als Medienabhängigkeit(en) oder Suchterscheinungen diskutiert werden. Idealtypisch fand eine qualitative Studie von Schulz, bei der verschiedene Jugendgruppen zwei Wochen ohne Mobiltelefone auskommen mussten, heraus, dass diese bei Jugendlichen so stark in den Alltag integriert sind, dass sie sich verloren fühlen, wenn sie in bestimmten Situationen (zum Beispiel beim Warten an der Bushaltestelle) keine Kurznachrichten oder Fotos von Freunden anschauen können (vgl. Schulz 2010: 240).

Zur Erklärung und besserem Verständnis der mitunter stark exzessiven Nutzung mobiler Medien wird im Folgenden eine kommunikationswissenschaftlichen Analyseperspektive knapp skizziert, die nicht zu sehr auf das „ob“ und „wieviel“ der Mediennut-

zung, sondern auf das „wie“ und „in welchen Kontexten“ fokussiert. Denn da das mobile Internet bzw. Smartphones mittlerweile zentraler Bestandteil unserer allgegenwärtigen Medienkultur darstellen, ist deren exzessive Nutzung nicht mehr allein auf dysfunktionale Formen von individueller Nutzung gerade bei Jugendlichen zurückzuführen, sondern es sind zu deren Lösung die sozialen wie gesellschaftlichen Kontexte und Konstruktionsprozesse analytisch miteinzubeziehen.

So ist grundsätzlich festzustellen, dass die allgegenwärtige kommunikative Mobilität in den umfassenden Prozess der Mediatisierung von Kultur und Gesellschaft eingebettet ist (vgl. grundlegend Krotz/Hepp 2012). Einschlägige empirische Studien dokumentieren eine hohe Nutzungsdauer und -intensität, aber auch ein hohes Maß an gewohnheitsmäßiger Nutzung der überall antreffbaren Mobilmedien, die allerdings oftmals unhinterfragt bleibt. Gerade deswegen ist – wie die aktuelle Popularität des Smartphone klar verdeutlicht – die subjektive Bindung an mobile Kommunikationsmedien und deren spezifischen Unterhaltungs- und Informationsanwendungen nicht nur für technologieaffine und/oder junge Nutzergruppen, den so genannten Mobilitätspionieren, als überaus hoch einzuschätzen sondern auch für die so genannte breite Masse, was wiederum die exzessive Nutzung mobiler Medien gesellschaftlich akzeptabel macht (vgl. z. B. Ofcom 2011). Nicht nur aufgrund des Ausmaßes ihrer Nutzungsreichweite (quantitative Aspekte), sondern auch hinsichtlich ihrer Bedeutungs- und Sinngehalte (qualitative Aspekte) prägen daher mobile Medien bzw. Smartphones und Tablets wie das iPad und die damit einhergehende kommunikative Mobilität – so die plausible Annahme – in einem zunehmenden Maße sowohl die verschiedenen gesellschaftlichen Kontextfelder wie z.B. Schule, Arbeit, Freizeit und deren konkrete sachliche, soziale und räumliche Dimensionen, in die sie eingebettet sind, als auch die verschiedenen Alltagspraktiken (Hepp 2011). Mehr noch: Da Mobilkommunikation die sozialen Interaktionssituationen der Mediennutzer verändert, transformiert sie auch die Erfahrungen der Menschen, individuelle Identitätsprozesse und gesellschaftliche Sozialisationsbedingungen (vgl. im Überblick die Beiträge in Wimmer/Hartmann 2013).

Die rasante technische Entwicklung und die hohe Verbreitung von Smartphones und anderen internetfähigen mobilen Endgeräten in den letzten Jahren haben damit vor allem den Alltag nicht nur der Erwachsenenenden sondern auch speziell von Heranwachsenden nachhaltig verändert. Über die sozialen und kulturellen Auswirkungen wissen wir bisher allerdings sehr wenig, es sind also umfangreiche Desiderata in der

wissenschaftlichen Forschung zu konstatieren. Zwar erfreut sich das Thema der wachsenden mobilen Internetnutzung einer gewissen Aufmerksamkeit, aber bisherige Untersuchungen sind überwiegend an ökonomischen Interessen ausgerichtet (vgl. idealtypisch InitiativeD21 2013). Dagegen liegen kaum breiter angelegte und tiefer gehende kommunikations- und medienwissenschaftliche oder erziehungswissenschaftliche Studien zur Verbreitung, Nutzung und Identitätsrelevanz mobiler Medien mit Internetzugang im Kindes- und Jugendalter vor (z.B. Krotz/Schulz 2013, Schulz 2013).

Die vorliegenden Basisuntersuchungen (JIM- und KIM-Studien) des MPFS zeigen, dass das Handy zum festen Bestandteil der Medienausstattung des familiären Haushaltes geworden ist (vgl. MPFS 2012a: 56) und ein wichtiges Kommunikationsinstrument für die Familie darstellt. 64% der Eltern von 12- bis 19-Jährigen und fast die Hälfte der Eltern von 6- bis 11-Jährigen telefonieren mindestens gelegentlich mit ihrem Nachwuchs (ebd.: 54f.). Dieser verfügt zu einem Großteil über ein eigenes Handy. Etwa neun von zehn Kindern im Alter zwischen 12 und 13 Jahren sind bereits Handybesitzer (vgl. MPFS 2012b: 52). Das durchschnittliche Einstiegsalter in die "Handy-Welt" liegt bei ca. 10 Jahren, die Zahl der Handybesitzer steigt ab diesem Alter gegenüber den jüngeren Altersgruppen deutlich an (ebd.: 62). Da auch die Anschaffungs- und Vertragskosten insgesamt geringer werden, ist für die kommenden Jahre zum einen eine Zunahme der Handybesitzer in der Altersgruppe der 8- bis 10-Jährigen und zum anderen ein weiter wachsender Anteil von Smartphonebesitzern in der Altersgruppe der 10- bis 14-Jährigen zu erwarten.

In den KIM- und JIM-Studien wird beim Gerätebesitz erst seit 2010 das Smartphone gesondert berücksichtigt. Die Zuwachsraten innerhalb von zwei Jahren sind beachtlich: Der Anteil der Jugendlichen im Alter zwischen 12 und 19 Jahren mit einem Smartphone ist von 14% in 2010 auf 47% in 2012 gestiegen (MPFS 2012b: 52). Bei Kindern ist der Anteil der Smartphone-Besitzer noch vergleichsweise gering: Zwar haben 49% der 6- bis 13-Jährigen ein eigenes Handy, aber nur 7% ein Smartphone (und 1% einen Tablet-PC) (vgl. MPFS 2013: 8); in der Regel finden sich diese Geräte nur bei den älteren Kindern: jeder fünfte 12- bis 13-Jährige hatte zum Zeitpunkt der Erhebung ein Smartphone (ebd.: 54).

Es ist davon auszugehen, dass die aufgezeigten Entwicklungen sich stark auf das familiäre Zusammenleben zwischen Kindern und Eltern auswirken. Bisher wissen wir, dass Telefonieren und Handys bereits bei knapp einem Drittel der Eltern und

einem Viertel der Kinder zwischen 6 und 19 Jahren täglich oder mehrmals pro Woche ein Gesprächsthema sind (MPFS 2012a: 39-40). Gleichwohl gibt es Indizien dafür, dass Mobiltelefonen in der familiären Medienerziehung im Vergleich zu anderen Medien bisher weniger Aufmerksamkeit gewidmet wird. So zeigt eine Pilotstudie nicht nur, dass sich Eltern in Bezug auf das Fernsehen sicherer fühlen als in Bezug auf neue, digitale Medien (Computerspiele, Internet), sondern auch, dass für die Nutzung von Handys wesentlich seltener Regeln aufgestellt werden als für die Nutzung des Fernsehens wie auch von Computerspielen und (stationärem) Internet (vgl. Wagner et al. 2013; ähnlich: MPFS 2012a: 19). Auch die familiären Konflikte bezüglich der Mediennutzung konzentrieren sich laut dieser Studie auf das Fernsehen (vgl. ebd.). Weiterhin konstatieren die Autoren, dass mit zunehmendem Alter der Kinder ihre Mediennutzung aus dem Blickfeld der Eltern gerät. Bei mobilen Geräten gilt dies allein schon aufgrund der örtlich flexiblen Nutzbarkeit in besonderer Weise, hinzu kommt die Besonderheit, dass die Handynutzung insgesamt stärker der Privatsphäre zugerechnet wird (vgl. Fromme 2013; Wimmer/Hartmann 2013), so dass eine stärkere "Beobachtung" durch die Eltern auch an ethische Grenzen stoßen würde.

Gegenwärtig stößt vor allem das Suchtpotential mobiler Internetnutzung auf großes öffentliches Interesse. Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht erscheinen diese Blickwinkel eingeschränkt, denn hinter den häufig verwendeten Bezeichnungen „Sucht“ und "Abhängigkeit" verbergen sich weitaus facettenreichere und damit komplexere Kommunikationsprozesse und Medienphänomene, die mit intensiver und lang andauernder Mediennutzung verbunden sind. Diese können eben nicht allein auf die oft in der öffentlichen Diskussion vermutete kanalreduzierende Wirkmächtigkeit der medientechnologischen Grundstruktur reduziert werden.¹ Wenn gleich davon auszugehen ist, dass eine intensivere und länger andauernde Nutzung von Online-Medien wie dem Smartphone grundsätzlich die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass die Nutzer (Online-) Risiken ausgesetzt sind (vgl. Livingstone et al. 2010).

Die lang andauernde und intensive Nutzung mobiler Medien ist grundsätzlich nicht automatisch als Abhängigkeit zu kennzeichnen, wenn gleich die intensive Nutzung einer problematischen den Vorschub leisten kann. So kann eine über das Normalmaß hinausgehende Mediennutzung den als problematisch empfundenen Alltag

¹ Es soll in diesem Essay natürlich nicht die z. T. in Einzelfällen exzessive Nutzung von Online-Medien mit z. T. schwerwiegenden psychischen wie physischen Folgen in Abrede gestellt, vielmehr die komplexe soziale Einbettung und damit die potentiell soziale Ergebnisoffenheit von (exzessiver) Onlinenutzung dargestellt werden.

leicht vergessen lassen. Hinter den scheinbar dichotomischen Ausprägungen von zeitintensiver und problematischer Mediennutzung (exzessive bzw. abhängige vs. als normal zu bewertende Nutzung) steht vielmehr ein Kontinuum, das kontextuell recht unterschiedlich ausfallen kann. So differenziert Six (2007) ein Nutzungskontinuum vom exzessiv-funktionalen über exzessiv-dysfunktionalen bis hin zu einem pathologischen bzw. süchtigen PC/Internet-Gebrauch. Wenn die Zeitdauer der Nutzung ein regelmäßiges bzw. ein als gesellschaftlich normal angesehenes Maß übersteigt (quantitatives Merkmal), kann diese sich bei der Vernachlässigung realweltlicher Bindungen und der damit einhergehenden Zunahme des kognitiven und emotionalen Stellenwerts des Mediums (qualitatives Merkmal) zu einer exzessiven Nutzung steigern. So sollte nicht allein auf die Nutzungshäufigkeit und -dauer Wert gelegt werden, sondern auch auf die Frage, inwieweit sich die exzessive Nutzung auf andere Lebensbereiche der Nutzer auswirkt und was wir darüber wissen. Eine pathologische Mediennutzung geht über eine exzessive Nutzung hinaus bzw. kann auch als eine exzessive Nutzung mit problematischen Folgen verstanden werden, allerdings ist nicht jede exzessive Nutzung automatisch auch als pathologisch zu klassifizieren. Der Unterschied zwischen exzessiven und süchtigen Nutzern ist schwer zu ziehen, da es unklar erscheint, wann eine intensive Nutzung zu einem Syndrom wird, von dem sich der Nutzer nicht mehr lösen kann. Für die klinische Diagnose einer pathologischen Mediennutzung bzw. einer stoffungebundenen Verhaltenssucht, spielen weiterführende spezifische Indikatoren eine Rolle.

Erklärbar wird die exzessive Mediennutzung digitalen Medientechnologien wie dem Smartphone durch eine Konfiguration mehrerer Faktorenbündel. Diese beziehen sich auf die unterschiedlichen Komplexitätsebenen des Phänomens (Mikro-, Meso- und Makroebene) und damit auf das Zusammenwirken von strukturellen (u.a. zeitliche, finanzielle etc. Ressourcen und Budgets der Nutzer, Mediencharakteristika, etc.) wie auch akteursbezogenen und damit oftmals subjektiven Aspekten (u. a. Wahrnehmung und Einstellung der Nutzer etc.):

- Spezifische Persönlichkeitsstrukturen und personale Risikofaktoren der Nutzer,
- der medienkulturelle Kontext und die soziale Alltagseinbettung der Nutzung sowie
- spezifische Charakteristika, Inhalte und Mechanismen mobiler Internetnutzung.

In der Diskussion der Ursachen exzessiver Mediennutzung werden dabei oft allein einzelne Faktorenbündel herausgehoben wie z. B. Merkmale der Online-Angebote (Formen von Belohnungssystemen, Persistenz der Kommunikationsumwelten etc.) und/oder individuelle Dispositionen der Nutzer (Selbstwirksamkeitserleben, Toleranzentwicklung etc.). Aber auch in der Forschung finden sich monokausale Wirkungsannahmen wie die dem Uses and Gratifications Approach angelehnte Grundannahme: „Je stärker bzw. häufiger eine Person ein bestimmtes Bedürfnis verspürt, desto intensiver und häufiger nutzt sie ein Medium, das in der Lage ist, dieses Bedürfnis zu befriedigen.“ (Schweiger 2007: 244) Generell gültige Kausalzusammenhänge für eine exzessive Mediennutzung lassen sich so allein aber nicht analytisch herleiten. Denn im Gegensatz zu einer stoffgebundenen Abhängigkeit sind bei einer exzessiven Nutzung von Kommunikationsmedien keine direkt auf den Stimulus zurückzuführenden physiologischen Wirkungen messbar.

„Mediensucht“ kann also nicht allein monokausal auf eine exzessive Mediennutzung zurückgeführt werden. Praxisberichte zeigen dementsprechend, dass bei vielen klinischen Fällen das Ausmaß der Mediennutzung ein Symptom für Problematiken im Hintergrund der Nutzer wie z.B. Depression, Arbeitslosigkeit oder Familienproblemen darstellt. Daher sind verstärkt die sozialen Kontexte und die Alltagseinbettung der exzessiven Mediennutzung bei der Erklärung dieses Kommunikationsphänomens in Betracht zu ziehen. Eine kommunikationssoziologische Forschungsperspektive kann aufzeigen, dass die Ursachen und Folgen exzessiver Nutzung mobiler Medien wie z.B. dem Smartphone durch die individuell recht unterschiedlichen Konfigurationen von Persönlichkeitsmerkmalen, Lebenswelten und Medienrepertoires erklärbar sind. Exzessive Mediennutzung ist damit im Prinzip ergebnisoffen. Sie ähnelt anderen Freizeitbeschäftigungen oder auch dem Konsum von Genussmitteln. In bestimmten Kontexten entfaltet sie positive Seiten, wird die Nutzung übertrieben, überwiegen die negativen Seiten für den Nutzer. Die medienpädagogische Praxis verdeutlicht, dass eine angemessene Mediennutzung grundsätzlich durch eine verstärkte Medienkompetenzförderung begünstigt werden kann.

Literaturverzeichnis

- ARD/ZDF-Onlinestudie (2012): Mobile Nutzung. <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=362>
- Fromme, Johannes (2013): Handys im Alltag von Kindern und Jugendlichen. Neue Medien als wiederkehrende Herausforderung für Bildung und Erziehung. In: Kamin, A.-M. /Meister, D./Schulte, D. (Hrsg.), Kinder – Eltern – Medien. Medienpädagogische Anregungen für den Erziehungsalltag. München: Wilhelm Fink, S. 37-62.
- Hartmann, Maren/Wimmer, Jeffrey (Hrsg.) (2011): Digitale Medientechnologien: Vergangenheit – Gegenwart – Zukunft. Wiesbaden: VS Verlag.
- Hepp, Andreas (2011): Medienkultur. Die Kultur mediatisierter Welten. Wiesbaden: VS Verlag.
- InitiativeD21 (2013): Mobile Internetnutzung. Entwicklungsschub für die digitale Gesellschaft. Online: http://www.initiativesd21.de/wp-content/uploads/2013/02/studie_mobilesinternet_d21_huawei_2013.pdf
- Krotz, Friedrich/Hepp, Andreas (Hrsg.) (2012): Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze. Wiesbaden: VS Verlag.
- Krotz, Friedrich/Schulz, Iren (2013): Jugendkulturen im Zeitalter der Mediatisierung. In: Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Digitale Jugendkulturen. 2. Auflage. Wiesbaden: VS, S. 31-44.
- Livingstone, Sonia et al. (2010): Risks and safety on the Internet : The perspective of European children, Initial findings from the EU Kids Online survey of 9–16 years olds and their parents. London.
- Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (MPFS) (2012a): FIM-Studie 2011. Familie, Interaktion & Medien. Stuttgart: mpfs.
- Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (MPFS) (2012b): JIM-Studie 2012. Jugend, Information, (Multi-)Media. Stuttgart: mpfs.
- Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (MPFS) (2013): KIM-Studie 2012. Kinder und Medien, Computer und Internet. Stuttgart: mpfs.
- Ofcom (2011): A Nation Addicted to Smartphones. Online: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/market-data/communications-market-reports/cmr11/uk>

- Schulz, Iren (2010): Mediatisierung und der Wandel von Sozialisation: Die Bedeutung des Mobiltelefons für Beziehungen, Identität und Alltag im Jugendalter. In: Hartmann, Maren; Hepp, Andreas (Hrsg.) (2010): *Die Mediatisierung der Alltagswelt*. Wiesbaden: VS, S. 227-238.
- Schulz, Iren (2013): Kinder und Handy. In: Tillmann, A./Fleischer, S./Hugger, K.-U. (Hrsg.): *Kinder und Medien*. Wiesbaden: VS, S. 419-428.
- Schweiger, Wolfgang (2007): *Theorien der Mediennutzung: Eine Einführung*. Wiesbaden: VS, 2007
- Six, Ulrike (2007): Exzessive und pathologische Mediennutzung. In: Six, Ulrike/Gleich, Uli/Gimmler, Roland (Hrsg.): *Kommunikationspsychologie – Medienpsychologie : Lehrbuch*. Weinheim, Basel: Beltz, S. 356-371
- Ulrike Wagner, Christa Gebel, Claudia Lampert (Hrsg.) (2013): *Zwischen Anspruch und Alltagsbewältigung: Medienerziehung in der Familie*. Berlin: Vistas.
- Wimmer, Jeffrey/Hartmann, Maren (Hrsg.) (2013): *Mobilkommunikation in Bewegung: Mobilisierung – Mobile Medien – Kommunikative Mobilität*. Wiesbaden: VS Verlag.