

Döring, Nicola (2006). Handy-Kids: Wozu brauchen sie das Mobiltelefon?
In Dittler, Ullrich & Hoyer, Michael (Hrsg.), Machen Computer Kinder dumm? Wirkung interaktiver, digitaler Medien auf Kinder und Jugendliche aus medienpsychologischer und mediendidaktischer Sicht". München: KoPaed Verlag.

Handy-Kids: Wozu brauchen sie das Mobiltelefon?

Nicola Döring 2006

- 1. Einleitung**
- 2. Handy-Nutzung von Kindern und Jugendlichen**
 - 2.1 Handy-Besitz
 - 2.2 Handy-Funktionen
 - 2.3 Handy-Kosten
 - 2.4 Intermediale Perspektive
 - 2.5 Internationale Perspektive
- 3. Handy-Wirkungen bei Kindern und Jugendlichen**
 - 3.1 Sicherheitsfunktion
 - 3.2 Organisationsfunktion
 - 3.3 Beziehungsfunktion
 - 3.4 Identitätsfunktion
 - 3.5 Unterhaltungsfunktion
 - 3.6 Informationsfunktion
 - 3.7 Transaktionsfunktion
 - 3.8 Empowermentfunktion
 - 3.9 Sozialisationsfunktion
- 4. Handy-Risiken für Kinder und Jugendliche**
 - 4.1 Finanzielle Risiken
 - 4.2 Gesundheitliche Risiken
 - 4.3 Kriminelle Risiken
 - 4.4 Problematische Medieninhalte
 - 4.5 Normverletzende Handynutzung
 - 4.6 Handy-Abhängigkeit
- 5. Schlussfolgerungen**

Literatur

Zusammenfassung

Der vorliegende Beitrag befasst sich mit der Frage, wie und wozu Kinder und Jugendliche ihr Mobiltelefon nutzen. Neun zentrale Funktionen und Wirkungsdimensionen werden beschrieben. Anschließend widmet sich der Beitrag den Handy-Risiken, die in fünf Bereiche gegliedert sind. Schlussfolgerungen für die Praxis werden abgeleitet.

Ich ging zum Schulhof. In den Pausen ziehen alle Zwölfjährigen silberne Handys aus den Taschen, klappen sie auf, denn es sind alles aufklappbare, zeigen einander die Displays, führen Klingelgeräusche vor oder rezitieren mit der Inbrunst frisch Verliebter aus der Gebrauchsanweisung. Sie telefonieren mit den Handys nicht. Wozu auch? Zwölfjährige aus bürgerlichen Verhältnissen haben relativ wenig zu telefonieren, sie führen keine Wochenendbeziehung, sie betreiben kein Networking, sie brauchen nicht mal den ADAC-Pannendienst. Andererseits: Eine Rolex trägt man nicht, weil man auf die Uhrzeit neugierig ist. Mit Handys verhält es sich genauso. Handys sind das Präpubertierendenstatussymbol Nummer eins. (Martenstein, 2004)

Das Mobiltelefon - und insbesondere die Handy-Kurzmitteilungen - beschenken Teenagern ein reiches soziales Leben. Das Handy wird genutzt um Aktivitäten zu koordinieren und Freundesgruppen zusammenzuhalten. Es ist eine symbolische Nabelschnur zwischen Kindern und Eltern, und es hilft beim Erwachsenwerden. (Ling, 2005, S. 175, eigene Übersetzung)

1. Einleitung

Das Handy ist mehr als ein tragbares Telefon. Es ist ein *interaktives digitales Mehrzweck-Medium*, das für Kommunikation und Transaktion, für Information, Lernen und Unterhaltung genutzt werden kann. Das Mobiltelefon ist das erste Computermedium, das unter Kindern - Mädchen wie Jungen - sehr große Verbreitung gefunden hat. Bereits Grundschul Kinder verfügen über eigene mobile Endgeräte, die sie selbständig nutzen, etwa für den Austausch von Handy-Kurzmitteilungen (SMS), für Handy-Telefonate, für das Fotografieren, für das Herunterladen von Klingeltönen und Logos oder für Handy-Spiele. Mit der Weiterentwicklung der Mobilfunknetze und Endgeräte vergrößert sich das Spektrum der mobilen Dienste, Anwendungen und Inhalte bis hin zum mobilen Internet-Zugang. Die Mobilfunktechnologie hat die Medienumwelt unserer Kinder radikal verändert. Dementsprechend werden sie heute teilweise als *Handy-Kids* oder als *Generation SMS* etikettiert.

Die sozialwissenschaftliche Handymforschung hat sich der Handy-Nutzung von Kindern und Jugendlichen in den letzten Jahren sehr intensiv gewidmet und zwar vor allem aus drei Gründen:

1. Handy-Kids sind *experimentierfreudige Pionier-Nutzer*. Sie entwickeln innovative Gebrauchsweisen und Nutzungskulturen, an denen sich Zukunftstrends der mobilen Informationsgesellschaft ablesen lassen.
2. Handy-Kids sind eine *kaufkräftige Zielgruppe* für die Mobilfunkindustrie, auf ihre Bedürfnisse werden dementsprechend Produktentwicklungen und Werbestrategien ausgerichtet.
3. Handy-Kids sind eine *gefährdete Nutzergruppe*, die aufgrund ihres Lebensalters von möglichen gesundheitlichen, finanziellen, sozialen und psychologischen Risiken besonders stark betroffen ist.

Es besteht in der Forschungsliteratur - aber auch im Alltagsverständnis - weitgehend Einigkeit darüber, dass Handy-Nutzung für Kinder und Jugendliche eine Reihe von *Chancen*, aber eben auch *Risiken* in sich birgt: So fühlen sich die meisten Eltern sicherer, wenn ihr Kind per Handy unterwegs erreichbar ist und bei Bedarf Hilfe rufen kann. Andererseits sorgen sich

viele Eltern, ob ihr Kind durch ein Handy möglicherweise in die "Schuldenfalle" gerät oder mit Botschaften und Inhalten konfrontiert wird, die nicht altersgerecht sind.

Vor diesem Hintergrund *ambivalenter Wirkungen* geht es aus medienpsychologischer und medienpädagogischer Sichtweise darum, die positiven und konstruktiven Aneignungsweisen des Mobiltelefons bei Kindern und Jugendlichen zu beschreiben, zu verstehen und zu fördern und gleichzeitig negative und destruktive Gebrauchsweisen zu identifizieren und ihnen vorzubeugen. Ziel des vorliegenden Beitrags ist es, den aktuellen Forschungsstand systematisch zusammenzufassen und Schlussfolgerungen für die medienpädagogische Praxis abzuleiten.

2. Handy-Nutzung von Kindern und Jugendlichen

Um die Handy-Nutzung von Kindern und Jugendlichen zu beschreiben, werden zunächst Handy-Besitz und bevorzugte Handy-Funktionen charakterisiert. Anschließend geht es um die Handy-Kosten. Schließlich wird das Handy aus intermedialer Perspektive in das Medienensemble eingeordnet und die Handy-Nutzung in Deutschland aus internationaler Perspektive mit anderen Weltregionen verglichen.

2.1 Handy-Besitz

Kein anderes Medium hat sich so schnell verbreitet und hat eine so hohe Besitzrate bei Kindern und Jugendlichen wie das Handy: 1998 verfügten laut *JIM-Studie* nur 8% der 12- bis 19-Jährigen in Deutschland über ein *eigenes Handy* - 2005 waren es bereits 92% (91% Mädchen, 88% Jungen; siehe MPFS, 2005, S. 48). Dabei steigt der Anteil der kindlichen Handy-Besitzer mit dem Alter (siehe Tabelle 1). Ab 10 Jahren bzw. ab der 4. Schulklasse wird das eigene Handy zur Normalität. Doch auch von den 6- bis 9-Jährigen wünschen sich laut *KidsVerbraucherAnalyse KVA* immerhin 45% ein eigenes Handy (Egmont/Ehapa, 2005). Es muss jedoch in Zweifel gezogen werden, ob die meisten Kinder unter 10 Jahren mit der Komplexität des Endgerätes wirklich zurecht kommen. Für die Jüngsten gibt es deswegen besondere *Kinder-Handys* ohne Display, mit nur wenigen Tasten, vorprogrammierbaren Telefonnummern sowie Notruf- und Ortungsfunktionen - das Ganze in poppigem Design (z.B. MyMo: www.mymo-phone.de; i-caremobile: www.i-caremobile.com). *Spielzeug-Handys* gibt es in zahlreichen Varianten mit optischen und akustischen Effekten und sogar schon für die Altersgruppe 6 bis 24 Monate (z.B. Baby's Cell Phone von Tinylove: www.tinylove.com).

Altersgruppe (Jahre)	Zielgruppen-Label ¹	Handy-Besitz	Weitere Produkte
03-05	Pre-Schoolkids		Spielzeug-Handys Kinder-Handys
06-09	Schoolkids	06 % ¹	
10-13	Pre-Teens	48 % ¹	
12-13		84 % ²	
14-19	Teens	97 % ²	

Tabelle 1. Handy-Besitz nach Altersgruppen im Jahr 2005 in Deutschland
(¹ KVA-Studie: Egmont/Ehapa, 2005; ² JIM-Studie: MPFS, 2005)

Mit dem *Digital Divide* ist die Spaltung der Bevölkerung in Menschen mit und ohne Zugang zu neuen Informations- und Kommunikationstechnologien gemeint. Während im Hinblick auf Internet-Nutzung bei Jugendlichen in Deutschland Geschlecht und Bildung Zugangschancen

mitregulieren, ist das Handy ein weitgehend ubiquitäres Medium: Es gibt *keinen Gender-Gap* zum Nachteil der Mädchen - im Gegenteil: Mädchen nutzen Handys früher und intensiver als Jungen. Und es gibt auch *keine Bildungs-Benachteiligung* beim Handy-Zugang: Gerade an Haupt- und Realschulen ist das Handy teilweise populärer als an Gymnasien. Für Jungen aus dem Arbeitermilieu scheint das Handy als Statussymbol besonders wichtig zu sein (vgl. Skog, 2002, S. 267). Der symbolische Charakter des Handys kommt auch darin zum Ausdruck, dass für Kinder und Jugendliche Marke und Modell ihres Endgerätes durchaus von Bedeutung sind. Zudem werden teilweise Verzierungen vorgenommen (Aufkleber, Anhänger etc.), die die Bedeutung des technischen Artefakts als modisches Accessoire unterstreichen.

2.2 Handy-Funktionen

Nicht das Telefonieren, sondern die SMS-Kommunikation - oft als "simsen", "texten", "tickern" oder "mailen" bezeichnet - ist für Kinder und Jugendliche die allerwichtigste Funktion des Handys. 12- bis 19-Jährige versenden laut eigenen Angaben durchschnittlich vier und empfangen durchschnittlich fünf SMS pro Tag (MPFS, 2005, S. 51), somit ergibt sich ein *monatliches SMS-Aufkommen* von mehr als 250 Kurzmitteilungen im Durchschnitt. Das Telefonieren steht an zweiter Stelle, mittlerweile gefolgt durch das Fotografieren mit der in das Handy integrierten Kamera. Dahinter rangieren Handy-Spiele, Klingeltöne und weitere Funktionen (siehe Abbildung 1).

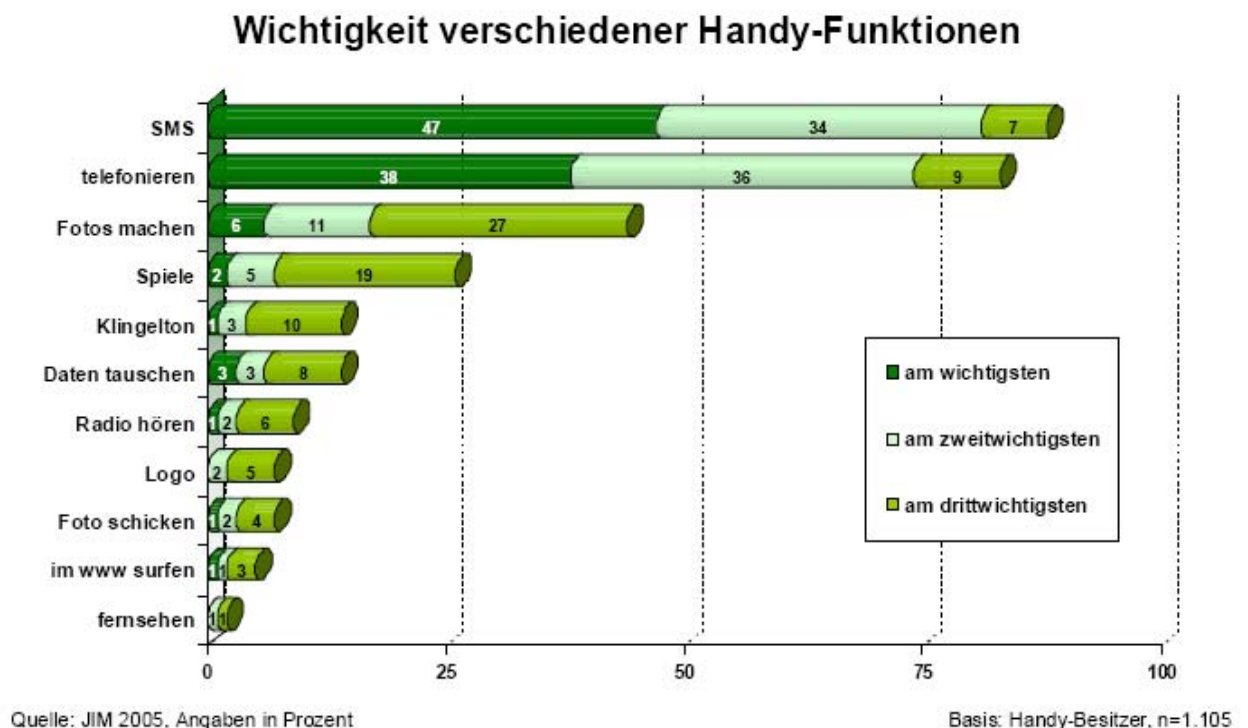


Abbildung 1. Wichtigkeit verschiedener Handy-Funktionen (MPFS, 2005, S. 51)

Es dominieren also Handy-Funktionen der *interpersonalen Kommunikation*, bei denen die Kinder und Jugendlichen selbst Botschaften erzeugen. Die Nutzung von vorgefertigtem *mobilem Content* in Form von Handy-Spielen, Klingeltönen, Logos, mobilen Websites oder Handy-TV spielt dagegen - bislang - eine geringere Rolle.

Während ein Digital Divide beim kindlichen und jugendlichen Handy-Besitz in Deutschland weitgehend ausgeschlossen werden kann, ist jedoch mit *Digital Inequalities* zu rechnen. Damit sind systematische Unterschiede in der Art der Handy-Nutzung in Verbindung mit Personenmerkmalen gemeint. Insbesondere geht es um die Frage, ob und inwiefern unterschiedliche Teilgruppen von Kindern und Jugendlichen das gesamte Spektrum der medialen Möglichkeiten des Handys für sich konstruktiv ausschöpfen und somit aktiv an der mobilen Informationsgesellschaft partizipieren können oder nur eine eingeschränkte und möglicherweise auch risikobehaftete Nutzung an den Tag legen.

2.3 Handy-Kosten

Kinder erhalten ihr erstes Handy typischerweise von den Eltern geschenkt, die selbst Handy-Nutzer sind. Rund zwei Drittel der 12- bis 19-Jährigen "Handyaner" besitzen *Prepaid-Handys*. Bei diesen sind die Kosten durch die Guthabekarte besser kontrollierbar als bei Postpaid- bzw. *Vertrags-Handys*, mit denen ohne Obergrenze Kosten erzeugt werden können, die erst am Monatsende auf der Handy-Rechnung erscheinen. Die *monatlichen Handy-Kosten* belaufen sich laut JIM-Studie im Durchschnitt auf 21 Euro, wiederum gestaffelt nach Alter: Bei den 12- bis 13-Jährigen sind es 12 Euro, bei den 16- bis 17-Jährigen 22 Euro und bei den 18- bis 19-Jährigen 29 Euro (MPFS, 2005, S. 48). Dabei beteiligen sich die Eltern in der Regel an der Finanzierung, den Rest decken die Kinder durch ihre Mittel ab (Taschengeld, Geldgeschenke, Ferienjobs). Laut KidsVerbraucherAnalyse liegen die monatlichen Handykosten bei den 6- bis 13-Jährigen sogar bei 25 Euro, von denen 12 Euro durch das Kind und 13 Euro durch die Eltern getragen werden (Egmont/Ehapa, 2005). Mit jährlich rund 300 Euro sind die durchschnittlichen Handy-Kosten bei den 6- bis 13-Jährigen in Relation zu anderen Ausgaben (Elternausgaben für Kleidung: 315 Euro, für Spielwaren: 164 Euro) ein nennenswerter Faktor.

2.4 Intermediale Perspektive

Das Handy im Alltag von Kindern und Jugendlichen ist nicht isoliert, sondern im Kontext des gesamten *Medienensembles* zu sehen. Insbesondere auch deswegen, weil im Zuge der Digitalisierung der Medien verschiedene Endgeräte, Dienste und Anwendungen zusammenwachsen (*Medienkonvergenz* und *crossmediale Angebote*). Illustriert sei dies am Beispiel *Musik*, die für Kinder und Jugendliche als Medium der Stimmungsregulation, der Peer-Gruppen-Integration und Abgrenzung von der Erwachsenenwelt eine wichtige Rolle spielt. Die Mobilfunktechnik erlaubt unter anderem folgende neue Umgangsweisen mit Musik:

- Durch das Mobiltelefon als *Multimedia-Gerät* ist Musik unterwegs jederzeit verfügbar. Im Jahr 2005 besaßen laut JIM-Studie von den 12- bis 19-Jährigen 27% ein Handy mit integriertem *Radio*, 21% (15% Mädchen, 28% Jungen) ein Handy mit integriertem *MP3-Player* (Abspielgerät für Musikdateien) und 4% ein UMTS-Handy mit *Handy-TV*, darunter Angebote aus dem Musikfernsehen (MPFS, 2005, S. 50).
- Mit auswechselbaren *Handy-Klingeltönen*, die mittlerweile nicht nur monophon oder polyphon sondern auch als Real-Tones in gewohnter Musikqualität abspielbar sind, lässt sich der eigene Musikstil bzw. ein Lieblingssong für das soziale Umfeld regelmäßig hörbar nach außen darstellen. Immerhin 17% der 12- bis 19-Jährigen Mädchen wie Jungen haben aufgrund von Fernsehwerbung bereits Handytöne oder

Logos heruntergeladen (MPFS, 2005, S. 51). Am häufigsten (27%) greifen die 14- bis 15-Jährigen auf diese Angebote zu, während dies für ältere offenbar weniger attraktiv ist (17- bis 18-Jährige: 6%). Deutliche Digital Inequalities zeigen sich bei Handyklingeltönen auch in Bezug zur Bildung: Während sich 31% der Hauptschüler von TV-Werbung zum Handyklingelton-Download motivieren ließen, waren es 21% der Realschüler und 7% der Gymnasiasten.

- Das *Musikfernsehen* hat Handy-Kurzmitteilungen als Rückkanal integriert: Jugendliche Musikfans können per SMS an TV-Gewinnspielen teilnehmen, per SMS-Voting ihre Lieblings-Videoclips wählen sowie SMS-Grüße auf den Fernsehschirm senden, die parallel zum gewählten Video-Clip in einem Laufband eingeblendet werden. Rund 8% der 12- bis 19-Jährigen Jungen und Mädchen haben bereits mindestens einmal per SMS mit einem Fernsehsender Kontakt aufgenommen (MPFS, 2005, S. 26). Damit ist die SMS als Rückkanal verbreiteter als Fax (2%), Brief (5%) oder E-Mail (7%) und wird nur durch den Anruf (12%) - sei es per Festnetz- oder Mobiltelefon - übertroffen.

2.5 Internationale Perspektive

Europa und Asien sind führend in der Entwicklung und Nutzung der Mobilkommunikation, Nordamerika holt auf und Afrika ist bislang weitgehend ausgeschlossen geblieben (Digital Divide auf internationaler Ebene siehe Abbildung 2; für mobilfunkbezogene Länder-Studien siehe Katz & Aakhus, 2002; Rao & Mendoza, 2005).

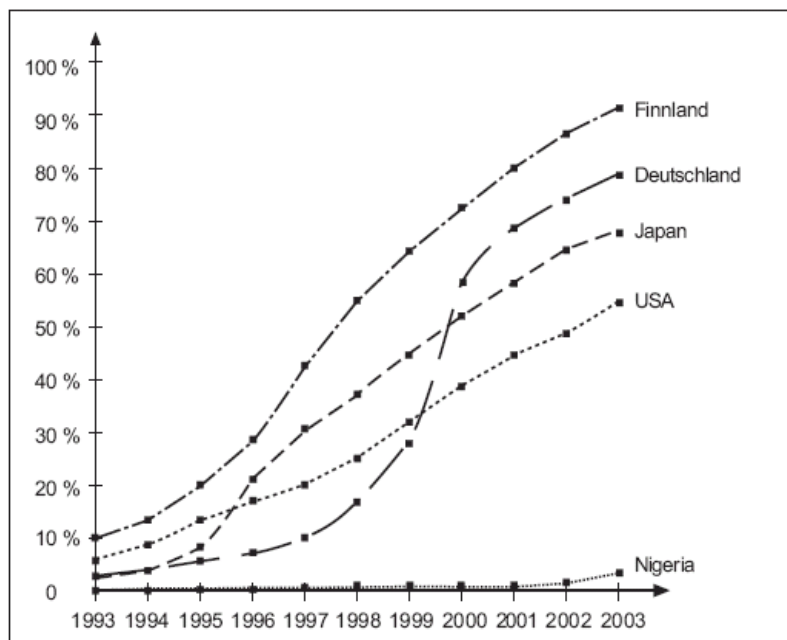


Abbildung 2. Entwicklung des Anteils der Mobilfunknutzer an der Gesamtbevölkerung ausgewählter Länder (ITU, 2004)

- In Deutschland wie insgesamt in *Europa* ist die Mobilkommunikation weit verbreitet. Das hat unter anderem technologische und historische Gründe: Der dominierende Mobilfunkstandard der 2. Generation (*GSM: Global System for Mobile Communications*) wurde in Europa entwickelt und wird seit 1992 kommerziell eingesetzt. Inzwischen

erfolgt die Umstellung auf die breitbandigen Mobilfunknetze der 3. Generation (*UMTS*: Universal Mobile Telecommunications System), wobei auch die ersten kommerziellen UMTS-Netze in Europa in Betrieb genommen wurden (2001: Isle of Man; 2002: Österreich). Seit 2004 ist UMTS in Deutschland verfügbar. Führend im Mobiltelefon-Markt ist der finnische Anbieter *Nokia*.

- Neben Europa nimmt *Asien* eine Vorreiterrolle ein. In Japan startete 1999 der von NTT DoCoMo entwickelte *i-Mode-Dienst*, der auf entsprechenden i-Mode-Handys mobiles Internet anbietet und weitere Features wie Foto- und Videokamera, Bar-Code-Reader, Lokalisierungs- und Bezahldienste integriert. Damit hat die Mobilkommunikation in Japan (japanische Bezeichnung für Mobiltelefon: *keitai*) ein viel breiteres Anwendungsspektrum als bislang in Europa. Unter anderem angesichts sehr beengter Wohnverhältnisse, die eigenen PC-Besitz sowie ungestörte Telefonate oft verhindern, stoßen mobile Online-Dienste in japanischen Metropolen auf große Nachfrage. Ebenso ist die Verbreitung in Korea sehr hoch.
- Anders als in der Onlinekommunikation hat *Nordamerika* in der Mobilkommunikation keine Führungsrolle. Die Mobilfunknetze in den USA sind teilweise inkompatibel, die Preismodelle belasten zuweilen sowohl Sender als auch Empfänger von Botschaften und erzeugen damit Kommunikationshürden (z.B. entstehen Kosten beim Empfang einer SMS). Gleichzeitig ist der Bedarf nicht so groß: Das Internet ist deutlich stärker verbreitet als in Europa, so dass Kinder und Jugendliche ihre Peers eher per Instant Messaging erreichen als per Handy-Kurzmitteilung. Zudem ist die Festnetztelefonie in den USA sehr attraktiv (kostenlose Ortsgespräche) und viele Kinder und Jugendliche verfügen über ein eigenes Festnetztelefon in ihrem Zimmer. Mit Verzögerung gewinnt aber auch in den USA und in Kanada die Mobilkommunikation bei Kindern und Jugendlichen an Bedeutung.
- In *Afrika* wiederum ist in vielen Entwicklungsländern der Besitz eines Mobiltelefons ein Luxus, den sich nur wenige leisten können. Teilweise nutzen Dorfgemeinschaften gemeinsam ein Handy und es wird auf Kommunikationsformen zurückgegriffen, die möglichst kostengünstig sind: Beim so genannten "Beeping" ruft man die Zielperson an und unterbricht die Verbindung, bevor abgenommen wird. Durch Rufnummernerkennung weiß die Zielperson somit, wer an sie gedacht hat (vgl. Donner, 2005, S. 43). Der Aufbau drahtloser Netze ist ökonomischer realisierbar als eine Verkabelung, so dass bestehende Infrastrukturprobleme Entwicklungsländern - in Afrika wie in anderen Weltregionen - durch Mobilfunktechnologie prinzipiell besser behoben werden können. Für Länder mit geringer Verbreitung von Festnetztelefonen und verkabelten Internet-Zugängen bietet der Aufbau eines Mobilfunknetzes sowohl auf sozialer Ebene als auch auf ökonomischer Ebene enorme Potenziale, von denen Kinder und Jugendliche teils indirekt, teils direkt profitieren (z.B. erweiterte Kommunikationsmöglichkeiten für Jugendliche, aber auch Verdienstmöglichkeiten z.B. durch den Verkauf von Prepaid-Karten).

3. Handy-Wirkungen bei Kindern und Jugendlichen

Wie sich der Alltag von Kindern und Jugendlichen durch Handys verändert, wird nicht allein durch die Merkmale der Technik bestimmt. Vielmehr entfalten sich Handy-Wirkungen im Wechselspiel der technischen Möglichkeiten und der individuellen Aneignungsweisen, die wiederum durch kulturelle Normen geprägt sind (z.B. Familie, Peer-Group, Schule, Religionsgemeinschaft). Kindliche und jugendliche Medienaneignung ist teilweise ein

Prozess der eigenständigen Erkundung und Erprobung und des wechselseitigen Erklärens unter Peers, teilweise aber auch ein durch Erwachsene angeleiteter Lernprozess (z.B. Diskussion mit den Eltern über Handy-Kosten und Handy-Etikette).

Es liegen eine Reihe von Studien vor, die Bedeutung und Wirkung der Mobilkommunikation anhand mündlicher und schriftlicher Befragungen von Kindern und Eltern, anhand von Beobachtungen sowie anhand von Dokumentenanalysen (z.B. protokollierte SMS-Kommunikation) untersuchen. Die wichtigsten Wirkungsdimensionen werden im Folgenden aufgeführt.

3.1 Sicherheitsfunktion

Das Handy ist zunächst ein wichtiger *Sicherheitsfaktor*. Viele Eltern statten ihre Kinder mit Handys aus, damit diese unterwegs bei Bedarf (Unfall, Panne, Angst, Krankheit etc.) Hilfe rufen können. Dies betrifft Grundschulkinder auf dem Schulweg ebenso wie die Teenager, die abends in Diskotheken unterwegs sind: Eltern und Kinder beruhigt die Erreichbarkeit (Feldhaus, 2004, S. 60; Ling, 2004, S. 100; Miyaki, 2005, S. 278). Umgekehrt nutzen Eltern das Handy, um sich bei den Kindern zu erkundigen, ob es ihnen gut geht und alles in Ordnung ist. Probleme können entstehen, wenn die Rückversicherung den Charakter übermäßiger Kontrolle einnimmt, oder wenn die erwartete Erreichbarkeit per Handy (z.B. aus technischen Gründen) plötzlich einmal nicht gegeben ist.

3.2 Organisationsfunktion

Das Handy dient Kindern und Jugendlichen zur *Organisation ihres Alltags* vom Vereinbaren von Abholdiensten mit den Eltern bis zu Kontakten mit den Peers (Feldhaus, 2004, S. 60; Ling, 2004, S. 100; siehe Tab. 2). Koordinationsanforderungen steigen beispielsweise mit der Anzahl der Freizeitaktivitäten der Kinder, die an unterschiedlichen Orten stattfinden und mit den Terminkalendern berufstätiger Eltern (und anderer Betreuungspersonen) abgestimmt werden müssen. Dank Handy ist eine flexible Koordination möglich, wobei die 160 Zeichen einer SMS-Botschaft in der Regel überhaupt nicht ausgeschöpft werden, weil knappe Mitteilungen genügen. Durch spontane SMS-Mitteilungen hat sich insbesondere auch die Organisation der Freizeit von Jugendlichen verändert: Anstelle fester Termine und Treffpunkte für die Nachmittags-, Abend- oder Wochenendgestaltung verlegt man sich zunehmend auf zeitnahe Rückkopplungen: Noch auf dem Weg zum Treffpunkt kann der Plan geändert werden, etwa wenn man im Vorfeld erfährt, dass die eigentlich angezielte Party langweilig ist und anderswo ein interessanteres Event zu erwarten ist. Spontane SMS-Verabredungen werden auch zur Koordination von Demonstrationen oder Kämpfen zwischen Straßengangs genutzt (vgl. Ling, 2005, S. 77). Nicht nur Face-to-Face-Verabredungen finden per SMS statt, sondern auch Verabredungen zu anderen Medienkontakten wie z.B. Telefonat oder Online-Chat.

Mit der Mobilkommunikation werden Orts- und Zeitbezüge nicht aufgehoben, sondern neu kombiniert und deswegen auch ausgiebig thematisiert. Nicht umsonst beginnen Mobiltelefonate (und oft auch SMS-Dialoge) sprichwörtlich mit der Frage "Wo bist du?". Denn mit der Ortsangabe lässt sich die Situation des Kommunikationspartners einschätzen, außerdem ist die Ortsangabe oft inhaltlich von Bedeutung (z.B. um unterwegs zu erledigende Besorgungen abzustimmen oder die Zeitdauer bis zum Eintreffen abzuschätzen). Problematisch wird die flexible Organisation und Terminplanung per Handy, wenn sie in

unerwünschte Unverbindlichkeit ausartet (z.B. SMS-Terminabsagen in letzter Minute). Andererseits bietet das Handy die Möglichkeit, im Falle von unvermeidlichen Verspätungen die Gegenseite zu informieren und somit Ärger zu vermeiden.

SMS-Botschaft	Zeichen
ej alter, schule is zum kotzen. was steht heut abend an?	59
Hab ich meine CD bei dir vergessen?	38
Vati vergiss mich nich abzuholen. Stehe neben der Gaststätte so gegen halb 2	79
Kannst gegen 21 Uhr hier sein, muß nur noch Duschen. Bis dann!	62
Ja. Ich kauf n Fass. Das Geld gibste mi rmorgen!	48
Bitte schicke mir mal die Telefonnummer von Rolf	48
Wir machen in der WG12 nen Filmabend nachm Lernen und Chilliesen kannst ja ma vorbeischaun frach vorher (ich nehms Handy mit) Mice	131
Hi! Wann bist du morgen fertig mit der Schule? S	48
Noe, bin schon verabredet!	26
habe computervirus,bitte keine mails von mir öffnen!sandra	58
wird noch ne stunde dauern. tut mir leid.	41
Ruf mich mal an!	16
Kauf bitte noch ein Vollkornbrot im Marktkauf!	46

Tabelle 2. Beispiele für SMS-Botschaften mit Organisationsfunktion

3.3 Beziehungsfunktion

Das Handy ist für Jugendliche die Schaltzentrale ihres *sozialen Netzwerkes* (Döring, 2005; Götzenbrucker, 2005). Es enthält im Telefonbuch die möglichen Kontaktpartner und garantiert maximale Erreichbarkeit der Peers, weil unter Kindern und Jugendlichen die Norm besteht, auf eingehende SMS-Botschaften sofort zu antworten. Die große Bedeutung der *Peer-Group* für Heranwachsende spiegelt sich in der hohen Kommunikationsfrequenz (Ling, 2004; Kasesniemi, 2002) bis hin zum nahezu durchgängigen Kontakt (perpetual communication). Obwohl sie sich den ganzen Vormittag in der Schule gesehen und gesprochen haben, setzen Schulfreundinnen sprichwörtlich auf dem Heimweg im Bus bereits ihren Austausch per SMS fort. Die Qualität dieser Kommunikation ist allerdings nicht an der Menge der übermittelten neuen Sachinformationen zu messen, vielmehr geht es wesentlich um emphatische Kommunikation, um das Ausdrücken und Teilen von Gefühlen, das Bekräftigen von Zusammengehörigkeit und Nähe, die wechselseitige Anteilnahme am profanen Alltag der anderen (vgl. Döring, 2002a).

Ein Mittel der Beziehungsbekräftigung der SMS ist auch das Versenden kleiner digitaler Geschenke wie z.B. Logos, Fotos, Gedichte oder Witze. Die ständige Vernetzung mit den Peers ist für Heranwachsende positiv besetzt, viele lassen das Handy auch über Nacht eingeschaltet. Die Beliebtheit im Freundeskreis wird durch Menge und Inhalt der SMS-Botschaften sichtbar dokumentiert. Insider-Witze und SMS-Sprachspiele stärken den Gruppenzusammenhalt. Da sich die Kommunizierenden gut kennen, haben sie genügend Hintergrundwissen, um die kurzen, oft betont spielerisch und informell gehaltenen Handy-Mitteilungen zu entschlüsseln (siehe Tabelle 2). In erster Linie wird die SMS in *bestehenden Freundschaften und Freundesgruppen* genutzt und führt zu häufigeren Kontakten in Situationen, in denen man sich früher nicht erreichen konnte. Wer sich allein fühlt, kann per Handy spontan sein Netzwerk aktivieren. Darüber hinaus wird in Face-to-Face-Situationen das Handy zum Gegenstand gemeinsamer Gespräche und Aktivitäten (z.B. wechselseitiges Begutachten der Handys, gemeinsames Fotografieren, gemeinsames Verfassen von Botschaften). Es gibt keinerlei Hinweise darauf, dass die Mobilkommunikation die Face-to-Face-Kommunikation verdrängt, vielmehr ergänzt und verändert sie diese.

SMS-Botschaft	Zeichen
Hi engel, was machst du? Du fehlst mir so sehr! Ich hoff dem Bauch geht's besser. Schmusekuss!	96
Auch net schlecht! Ich bin gerade in Heppenheim bei krasse Freundin weischt da!	79
Hi Schatz! Vorstellungsgespräch war echt super die firma war perfekt: 500 Euro 1. Lehrjahr. Ich liebe dich	106
Nachträglich noch alles Gute zum Geburtstag. Wünsch Dir alles Gute	66
Halllooo du noch leben? Ich warten auf anruf sehnsüchtig!! Du mich schon vergessen? So ich jetzt lernen muss.Hoffen du hören lässt dich.Liebe groß zu dich	154
Gute Nacht mein Schatz! Schlaf gut und träum süß! Ich liebe dich über alles	75
Morgen schatzi hoff du hast gut geschlafen muss jetzt zum Zahnarzt, aba der trennungsschmerz ist schlimmer	106
Hi Süser! Du fehlst mir auch so sehr Die Zahnschmerzen gehen auch vorbei Bin immer bei dir und liebe dich Bussi	111
Party war klasse!!! haben bis um 5 gefeiert musste um 8 aber schon wieder aufstehen und aufräumen *müde sei*	107
Volker ist wahrscheinlich solo und bläst Trübsal. Andy könnt ich in den Arsch treten und am Di muß ich was fürn Wagner fertig haben :-) Streß ohne Ende.	152
Du ARSCHLOCH kannst mich auch mal kreuzweise! Was bildest Du Dir überhaupt ein??? So laß ich mich von Dir nicht behandeln!	122
Tut mir leid wegen gestern. Sei bitte nicht mehr böse. Ich liebe Dich, Dein Schmusebär!	87
Mensch, du lebst auch noch?! War gerade an der ostsee, übelst geil und leider viel zu kurz!	91

Tabelle 3. Beispiele für SMS-Botschaften mit Beziehungsfunktion

Neben den Peers ist der *feste Freund bzw. die feste Freundin* die wichtigste SMS-Kontaktperson für Jugendliche. Die schriftliche Kommunikation erleichtert im Sinne einer Enthemmung den offenen, emotionalen und auch erotischen Austausch. Jugendliche, die sich einsam fühlen, schüchtern oder sozial ängstlich sind, geben an, dass sie sich per SMS ehrlicher äußern können und ihr wahres Selbst stärker offenbaren (Reid & Reid, 2005). Als Medium der romantischen Kommunikation verdrängt die SMS nicht den Liebesbrief - der ohnehin nur sehr selten verfasst wird - sondern vervielfältigt die schriftlichen Liebesbeteuerungen. Die meistgenutzte Abkürzung in deutschsprachigen SMS-Botschaften ist HDL (hab dich lieb) mit entsprechenden Varianten (HDGDL: hab dich ganz doll lieb; vgl. Döring, 2002b). Häufig hilft die SMS auch bei der Kontakthanbahnung: Nach dem Face-to-Face-Kennenlernen z.B. auf einer Party ist die Fortsetzung des Kontaktes per SMS niederschwelliger und weniger angstbesetzt als der Anruf. Der schriftliche Austausch mag es begünstigen, dass Mädchen selbstbestimmter auftreten und Jungen mehr Gefühle offenbaren. Die große emotionale Bedeutung von SMS-Botschaften und Handy-Fotos als Dokumente zwischenmenschlicher Beziehungen spiegelt sich auch darin wieder, dass Jugendliche ausgewählte Nachrichten teilweise abschreiben oder im Handy archivieren und immer wieder anschauen (Kasesniemi, 2003, S. 179ff.).

Der Handy-Kontakt zu den *Eltern* dient primär der Koordination. Beziehungspflege per Handy gewinnt aber an Bedeutung, wenn es um getrennt lebende Eltern geht. Auch zu Großeltern und anderen Verwandten wird teilweise per SMS Kontakt gehalten. Gerade weil man sich mit einer SMS kurz fassen darf, ohne kurz angebunden zu wirken und weil Tippfehler toleriert werden, greifen auch Kinder und Jugendliche mit bildungsfernem Hintergrund (die kaum Briefe schreiben würden) auf die SMS als schriftliches Kommunikationsmedium zurück. Ein weiterer Faktor ist die Veränderung der Face-to-Face-Familienkommunikation, wenn das Handy und seine Nutzung Gegenstand von Gesprächen oder gemeinsamen Aktivitäten werden. So mag es teilweise vorkommen, dass Kinder

gegenüber ihren Eltern eine Expertenrolle einnehmen und ihnen Merkmale der Mobilkommunikation erklären.

In dem Maße, in dem emotional wichtige Beziehungen zu Peers, Liebespartnern und Verwandten von den Heranwachsenden auch durch Mobilkommunikation gestaltet werden, spiegelt sich die Beziehungs- und Netzwerkqualität wiederum in der medialen Kommunikation wieder. So werden Eifersuchtsprobleme in einer Liebesbeziehung oder übermäßige Kontrollansprüche durch Eltern oft zu konflikthafter Mobilkommunikation führen, ohne dass das Medium für die Kommunikationsstörung verantwortlich wäre - vielmehr macht sie diese nur sichtbar. Die wichtigsten Handy-Kommunikationspartner stammen aus dem nächsten sozialen Umfeld, eher seltener wird das Handy für das Kennenlernen neuer Leute genutzt, etwa über mobile Chat-Dienste oder Dating-Börsen. Die Möglichkeit, via Handy das eigene soziale Netzwerk praktisch immer parat zu haben, könnte sogar die Bereitschaft reduzieren, sich auf fremde Menschen einzulassen.

3.4 Identitätsfunktion

In der Pubertät werden Identitätsfragen besonders virulent. Das Mobiltelefon als persönliches Mehrzweckgerät eignet sich als Medium der Identitätskonstruktion, indem es genutzt wird, um bestimmte Attribute nach außen zu demonstrieren sowie für sich selbst zu manifestieren. Für Kinder um 10 Jahre ist das Handy ein wichtiges Gesprächsthema und Symbol des Übergangs in die *Pubertätsphase und damit zum Erwachsenwerden*. Selbst ein Handy mit leerer Guthabekarte wird von den Jüngsten gern genutzt: Man kann sich gegenseitig Klingeltöne vorspielen oder Handy-Spiele nutzen. Im symbolischen Umgang mit dem Handy spiegelt sich auch die Auseinandersetzung mit *Geschlechtsidentität*; so etwa wenn Jungen sich das Endgerät geschlechtsrollenkonform stärker als technisches Artefakt aneignen und Mädchen eher als modisches Accessoire. Auch in der Verzierung des Handys mit Logos und Aufklebern zeigen sich klassische Geschlechtsunterschiede, in dem Jungen eher zu technischen und sexuellen Motiven tendieren, Mädchen eher zu Tieren und romantischen Symbolen (Döring, 2002). Selbstdarstellung mit dem Handy betrifft auch die öffentlich beobachtbare Nutzung, etwa wenn Jungen sich in der Schule demonstrativ mit Vor- und Nachnamen am Handy melden und somit aus Sicht der Mitschüler die Rolle von Geschäftsleuten spielen (Kasesniemi, 2003, S. 146). Schließlich ist über die Darstellung von Musikgeschmack mittels Handyklingeltönen die soziale Identifikation mit bestimmten sozialen Gruppen und *Jugendkulturen* markiert. Sogar die Wahl der *Handy-Rufnummer* kann symbolischen Gehalt haben, etwa wenn ein Junge Wert darauf legt, dass die Zahlenkombination "007" in der Nummer vorkommt.

Neben kommerziell vermarkteten Identitätssymbolen wie Klingeltönen, bietet das Handy auch Möglichkeiten der *kreativen Betätigung* und Selbstdarstellung, etwa durch mobile Weblogs (kurz: *Moblogs*). Dabei handelt es sich um Internet-Journale, in denen Jugendliche ihren Alltag mittels Fotos und Kommentaren dem Internet-Publikum präsentieren (Döring & Gundolf, 2005).

Als Requisite der Identitätskonstruktion eignet sich das Handy nicht nur, weil es ständig mitgeführt und hardware- wie softwareseitig personalisiert werden kann, sondern auch, weil es einen eigenen - von der Kontrolle der Eltern weitgehend abgekoppelten - Handlungsraum eröffnet. Rund 50% der kindlichen und jugendlichen Handy-Nutzung findet zu Hause statt und nicht unterwegs (Döring, 2005), was die Bedeutung des Handy als persönliches Medium unterstreicht. Es ermöglicht beispielsweise eine diskrete Kontaktpflege. Dieser Zugewinn an

Autonomie mag beispielsweise für weibliche Jugendliche aus konservativen Elternhäusern emanzipatorisch wirken. Zur Identitätsfindung in der Jugendphase gehört neben der Ablösung vom Elternhaus auch das Austesten von Grenzen. Das Handy kann dabei für deviantes und auch kriminelles Verhalten genutzt werden - von der Beleidigung von Klassenkameraden via SMS über Drogenhandel per Handytelefonat, Verteilen von pornografischen Fotos oder Videos bis zum Handy-Diebstahl oder -Raub (Ling, 2005).

3.5 Unterhaltungsfunktion

In Wartezeiten oder bei langweilig empfundenen Aktivitäten greifen Kinder und Jugendliche gern zum Handy, um sich die Zeit zu vertreiben. So dient ein Teil der SMS-Kommunikation mit Freunden neben der Beziehungspflege schlicht dem Zeitvertreib und der Ablenkung, z.B. während des Schulunterrichts oder in öffentlichen Verkehrsmitteln. Zudem sind Handy-Spiele zur Unterhaltung sehr gefragt, wobei es sich überwiegend um Offline-Spiele unterschiedlicher Spielgattungen (z.B. Sportspiele, Quizspiele, Actionspiele etc.) handelt. Mehrpersonen-Online-Spiele sind auf dem Vormarsch. Dem konstruktiven Zeitvertreib mit lustigen, spannenden, interessanten mobilen Medieninhalten stehen zwei Probleme gegenüber: Zum einen der mögliche Zugriff auf nicht altersgerechten Content, zum anderen ein ständiges Multi-Tasking, dass die Konzentration auf andere wichtige Aktivitäten (z.B. Schulunterricht) reduziert.

3.6 Informationsfunktion

Prinzipiell lassen sich über das Handy - insbesondere über leistungsfähige Smartphones - auch diverse Informationsangebote beziehen und Lernprogramme nutzen: Nachrichtendienste per SMS oder MMS (Multimedia Messaging) stehen ebenso zur Verfügung wie mobile Informationsportale, Handy-Zugriff auf Internet-Suchmaschinen, Lexika und Fachbücher als E-Books und Mathematik- oder Sprach-Lernsoftware für das Handy. Die Nutzung dieser und weiterer Dienste durch Kinder und Jugendliche ist bislang gering ausgeprägt und wenig untersucht, wird aber in Zukunft an Bedeutung gewinnen - insbesondere wenn Bildungseinrichtungen die Informations- und Lernpotenziale des Handys in *M-Learning*-Konzepten aktiv einbeziehen. So kann durch Mobilfunktechnologie beispielsweise das reale Umfeld zu einem Lernfeld aufgewertet werden (z.B. indem an historischen Gebäuden im Stadtzentrum oder an Exponaten in Museen Funksender angebracht werden, die Hintergrundinformationen, Quiz-Fragen usw. an Passanten übermitteln).

3.7 Transaktionsfunktion

Im Zuge der kostenpflichtigen Nutzung von Klingeltönen, Logos, SMS-Premium-Diensten etc. nehmen Handy-Kids die Rolle von Mobile Consumers ein. Damit ist für viele Kinder eine nicht unbeträchtliche Faszination und Aufwertung der eigenen Person verbunden. Andererseits muss der hohe Kommerzialisierungsgrad der Mobilkommunikation - im Unterschied zu der vergleichsweise kostengünstigeren Onlinekommunikation - verstanden und die Kundenrolle reflektiert werden.

3.8 Empowermentfunktion

Kinder und Jugendliche können bei Fragen und Problemen diverse *Beratungsstellen* wie Pro Familia, die Internet-Seelsorge oder das Schweizer Sorgentelefon für Kinder mittlerweile auch per SMS erreichen, ebenso werden handybasierte *Interventionsprogramme* für gesundheitlich belastete Jugendliche (z.B. Essstörungen) entwickelt und erprobt (siehe Döring & Eichenberg, 2006). *Gehörlose Jugendliche* berichteten, dass sie per SMS nun erstmals hörende Verwandte und Freunde selbstständig aus der Ferne kontaktieren können (Bakken, 2005). Dies sind nur wenige Beispiele für die Potenziale der Mobilkommunikation zur gezielten Unterstützung marginalisierter und benachteiligter Kinder und Jugendliche.

3.9 Sozialisationsfunktion

Der Gebrauch des Mobiltelefons in sozialen Settings wie Elternhaus (Feldhaus, 2004), Schule (Campbell, in press; Katz, 2005) oder Freundesgruppe (Ling, 2004) unterliegt *sozialen Normen und Regeln*, an deren Aushandlung Kinder und Jugendliche beteiligt sind. Sie lernen, wann und wo die Nutzung des Mobiltelefons angemessen ist oder nicht, wie schnell man auf SMS-Botschaften antworten soll, wie mit den Handykosten umzugehen ist usw. Das Handy im sozialen Umfeld hat somit auch eine Sozialisationsfunktion. Nicht zuletzt erwerben Kinder und Jugendliche im praktischen Umgang mit dem Mobiltelefon *Medienkompetenz*, wobei diese jedoch in Abhängigkeit von der Art der Handynutzung variiert.

4. Risiken der Handy-Nutzung für Kinder und Jugendliche

Gruppen von Jugendlichen greifen willkürlich ahnungslose Passanten an und nehmen die Gewaltszenen mit dem Kamera-Handy auf, um das Video nachher als Trophäe Freunden zu präsentieren oder ins Internet zu stellen. Dieses zuerst in England beobachtete Phänomen wurde seit 2004 in den Medien als "*Happy Slapping*" bekannt. Alarmiert reagiert die Öffentlichkeit auch auf Berichte über Schüler-Handys, auf denen sich *Porno-Videos* befinden, die unter Freunden herumgezeigt und getauscht werden. Handy-Schulden, Handy-Strahlung, Handy-Diebstahl, Sprachverfall und Kommunikationsdefizite sind weitere Beispiele für Risiken der Mobilkommunikation, die in den Massenmedien häufiger thematisiert werden.

Auch in der sozialwissenschaftlichen Fachliteratur werden ausgewählte Negativaspekte der kindlichen bzw. jugendlichen Handy-Nutzung vereinzelt empirisch analysiert (z.B. Einstellungen der Eltern zu möglichen Problemen: Feldhaus, 2004; Miyaki, 2005; Aussagen von Jugendlichen zu deviantem Verhalten mit dem Handy: Ling, 2004; öffentlich diskutierte Handy-Risiken: Lasen, 2005). Verbraucherschutzzentralen und Landesstellen für Jugendschutz haben Materialien vorgelegt, die für ausgewählte Handy-Risiken sensibilisieren, so z.B. die CD "*Achtung Taschengeldgangster: Tipps für Kids gegen Handyabzocke und Dialertricks*" von der Verbraucherzentrale Thüringen (www.vzth.de) oder die Broschüre "*Zauberstab der Pädagogik - das Handy*" von der Landesstelle Kinder- und Jugendschutz Sachsen-Anhalt (Böker, 2004).

Was bislang weitgehend fehlt ist eine systematische Aufstellung und Strukturierung aller relevanten Handyrisiken sowie ihrer objektiven und subjektiven Verbreitung und ihrer Konsequenzen. Im Folgenden werden einige Problemdimensionen aufgezeigt.

4.1 Finanzielle Risiken

Um Mobilfunkkunde zu werden, muss man die Volljährigkeit erreicht haben. Wenn Kinder Handys nutzen, dann zeichnen immer Erwachsene dafür verantwortlich, in der Regel sind es die Eltern. Kinder können übermäßige Kosten im Zuge der Mobilkommunikation erzeugen, wenn sie sich über die Preise bestimmter Premium-Dienste (z.B. Klingelton-Abonnement) nicht bewusst sind und wenn sie die Gesamtausgaben nicht im Blick haben. Schließlich funktioniert "Handy-Abzocke" auch über betrügerische Angebote, etwa wenn vermeintlich private Flirt-SMS versendet werden, die zum Rückruf auf einer kostenpflichtigen Nummer animieren sollen:

Eine Flirt-Nachricht wurde für Dich hinterlegt. Zum Abhoeren rufe bitte 01908/10073 an und gib folgende Chiffre-Nr. ein: 6345478

Die Handy-Kosten trägt formal der Erwachsene, der die Prepaid-Karte angemeldet oder den Handy-Vertrag abgeschlossen hat. Laut JIM-Studie(MPFS, 2005, S. 49) haben 3% der 12- bis 19-Jährigen, die die Handykosten mittragen, regelmäßig und 7% ab und zu Probleme bei der Bezahlung ihrer Handy-Rechnung. Eine massenhafte Verschuldung ist nicht zu konstatieren.

4.2 Gesundheitliche Risiken

Im Mobilfunk gehen sowohl von den Basisstationen (Sendemasten) als auch von den Mobilstationen (Handys) elektronmagnetische Felder aus. Es ist beim jetzigen Forschungsstand unklar, inwiefern sie gesundheitsschädigend (z.B. krebserregend) wirken können. Generell wird eine mögliche Gefährdung bei Kindern aber höher eingeschätzt. Gegenmaßnahmen bestehen darin, ein möglichst strahlungsarmes Endgerät zu wählen, nur unter günstigen Bedingungen zu Telefonieren (je abgeschirmter der Raum, umso höher die Strahlungsstärke) und Kopfhörer zu nutzen. Gesundheitsrisiken werden aber auch mit einer Veränderung der Lebensweise in Verbindung gebracht (z.B. Schlafdefizite durch nächtliches SMS-Schreiben) oder erhöhte Unfallgefahr im Straßenverkehr (z.B. durch Handy-Nutzung als Radfahrer oder Fußgänger).

4.3 Kriminelle Risiken

Kinder und Jugendliche können Opfer krimineller Aktivitäten mit dem Handy sein. Dies betrifft z.B. Handy-Diebstahl oder -Raub, Handy-Viren, Kontaktaufnahme durch sexuell motivierte Erwachsene (z.B. über mobile Chat-Dienste), voyeuristische Handy-Fotos (z.B. in Umkleidekabinen), Bedrohung und Belästigung bis hin zum Stalking oder auch Hacking (z.B. Herunterladen des Telefonbuchs durch Dritte über die Bluetooth-Schnittstelle). Umgekehrt sind Kinder und Jugendliche teilweise auch als Täter involviert, etwa wenn sie Klassenkameraden per SMS bedrohen oder per Handy Drogenhandel betreiben.

4.4 Problematische Medieninhalte

Entwicklungsbeeinträchtigende oder jugendgefährdende Inhalte könnten in Form von Handy-Spielen, Handy-Logos, Handy-Hintergrundbildern, mobilen Pornografie- und Glücksspielangeboten, Handy-Werbung etc. distribuiert werden. Die Netzbetreiber beschäftigen eigene Jugendschutzbeauftragte und bieten technische Schutzmaßnahmen an. So können Eltern die Handys ihrer Kinder für 0190er-Nummern sperren lassen, der Zugriff auf Handy-Portale mit Adult-Content kann durch PINs reguliert werden. Doch über Handy-Kabel, Bluetooth- oder Infrarot-Verbindung können problematische Inhalte auch vom PC auf das Handy übertragen und dann direkt zwischen Handys ausgetauscht werden.

4.5 Normverletzende Handynutzung

Die jeweils relevanten Normen für angemessenes Verhalten sind kontextabhängig. Typische Problemfelder sind z.B. Handyklingeln und Handytelefonate an unpassenden öffentlichen oder teilöffentlichen Orten (z.B. Schulunterricht, Kirche, Kino, Theater), heimliche Handy-Flirts und Nebenbeziehungen in der festen Partnerschaft oder Betrug bei Klassenarbeiten mittels Handy. Kinder und Jugendliche können sich dabei nicht nur selbst normverletzend verhalten, sondern auch von Normverletzungen anderer betroffen sein (z.B. wenn Freunde oder Eltern das eigene Handy durchforsten und private Botschaften lesen).

4.6 Handy-Abhängigkeit

An einer amerikanischen Universität wurden 102 Studierende gebeten, zu Testzwecken zwei Tage lang auf ihr Handy zu verzichten. 82 ließen sich auf das Experiment ein, aber nur 12 hielten bis zum Ende durch. Für die anderen war es schier unmöglich, auch nur 48 Stunden auf ihr Mobiltelefon zu verzichten (Katz, 2005, S. 98). Doch dies ist weniger als ein Symptom pathologischer Handy-Sucht zu verstehen. Vielmehr ist das Handy - vor allem über seine Organisations- und Beziehungsfunktionen - so stark in den Alltag integriert, dass Handy-Abstinenz zu erheblichen Nachteilen führt. Im Einzelfall kann aber eine dysfunktionale Vielnutzung vorliegen.

5. Schlussfolgerungen

Um einen konstruktiven Umgang von Kindern und Jugendlichen mit dem Handy zu fördern und einem destruktiven Umgang vorzubeugen sind drei Typen von Interventionsmaßnahmen möglich und notwendig (vgl. Böker, 2004):

1. *Gesetzlicher Kinder- und Jugendschutz:* Die bestehenden Gesetze müssen auf den Mobilfunkbereich übertragen und dort wirkungsvoll umgesetzt werden.
2. *Erzieherischer Kinder- und Jugendschutz:* Kinder und Jugendliche sollten bei dem Erwerb von Handy-Kompetenz unterstützt werden. Dies setzt weitere Forschungsaktivitäten voraus: Zunächst müssen etablierte Modelle der Medienkompetenz mit ihren Einzeldimensionen auf das Handy übertragen und medien- sowie altersspezifisch konkretisiert werden. Dann sind Instrumente zur Messung der Handy-Kompetenz zu entwickeln. Und schließlich brauchen wir medienpädagogische Konzepte, um einzelne

Bereiche der Handy-Kompetenz zu fördern. Entsprechende Überlegungen und Aktivitäten finden bislang nur partikulär statt.

3. *Struktureller Kinder- und Jugendschutz*: Eine Reihe von Problemen und Risiken, die im Zusammenhang mit Handy-Nutzung sichtbar werden, haben ihre Wurzeln nicht in der Medientechnologie, sondern in den allgemeinen Lebensbedingungen von Heranwachsenden, die es zu verstehen und zu verbessern gilt.

Literatur

- Bakken, F. (2005). SMS Use Among Deaf Teens and Young Adults in Norway. In R. Harper, L. Palen & A. Taylor (Eds.), *The Inside Text. Social, Cultural and Design Perspectives on SMS* (pp. 161-174). Dordrecht, NL: Springer.
- Böker, A. (2004). Zauberstab der Pädagogik - das Handy. Informationen zum Thema Handy für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in pädagogischen Arbeitsfeldern sowie Eltern. <http://www.jissa.de/jugendschutz/content/ergebnisse/handyheft.pdf>
- Campbell, S.W. (in press). Perceptions of Mobile Phones in College Classrooms: Ringing, Cheating, and Classroom Policies. *Communication Education*. http://www.umich.edu/~swcamp/Mobile_phones_in_classrooms_draftforweb.doc
- Donner, J. (2005). The social and economic implications of mobile telephony in Rwanda: An ownership/access typology. In P. Glotz, S. Bertschi & C. Locke (Eds.), *Thumb Culture. The Meaning of Mobile Phones for Society* (pp. 37-52). Bielefeld: transcript.
- Döring, N. & Eichenberg, C. (2005). "M-Therapie": Klinisch-psychologische Interventionen mit Mobilmedien. *Psychotherapie und Sozialwissenschaft*.
- Döring, N. & Gundolf, A. (2005). Your Life in Snapshots. Mobile Weblogs (Moblogs). In P. Glotz, S. Bertschi & C. Locke (Eds.), *Thumb Culture. The Meaning of Mobile Phones for Society* (pp. 211-224). Bielefeld: Transcript.
- Döring, N. (2002). Klingeltöne und Logos auf dem Handy: Wie neue Medien der Uni-Kommunikation genutzt werden. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 50 (3), 325-349.
- Döring, N. (2002a). "1x Brot, Wurst, 5Sack Äpfel I.L.D." - Kommunikative Funktionen von Kurzmitteilungen (SMS). *Zeitschrift für Medienpsychologie* 14 (3), 118-128.
- Döring, N. (2002b). "Kurzm. wird gesendet" - Abkürzungen und Akronyme in der SMS-Kommunikation. *Muttersprache. Vierteljahresschrift für Deutsche Sprache* 112 (2), 97-114.
- Döring, N. (2005). Pädagogische Aspekte der Mobilkommunikation. In J. Höflich & J. Gebhardt (Hrsg.), *Mobile Kommunikation - Perspektiven und Forschungsfelder*. (S. 89-100). Berlin: Peter Lang Verlag. ISBN: 3-631-51542-1
- Döring, N. (2005). Handy und SMS im Alltag. Ergebnisse einer Befragungsstudie. *Medien + Erziehung Merz. Zeitschrift für Medienpädagogik*, 49 (3), 29-34. ISSN: 01764918.
- Egmont, Ehapa Verlag (2005). KidsVerbraucherAnalyse 2005. Markt-/Mediauntersuchung zur Zielgruppe 6 bis 13 Jahre. http://www.ehapamedia.de/pdf_download/Praesentation_KidsVA05.pdf
- Feldhaus, M. (2004). Mobile Kommunikation im Familiensystem. Zu den Chancen und Risiken mobiler Kommunikation für das familiäre Zusammenleben. Würzburg: Ergon.
- Götzenbrucker, G. (2005). Jugend im Netz? Effekte mobiler Kommunikation im Alltag Jugendlicher. Eine qualitative Studie im Ballungsraum Wien. *kommunikation@gesellschaft*, Jg. 6, 3. http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B3_2005_Goetzenbrucker.pdf
- Kasesniemi, E.-L. (2003). *Mobile Messages. Young People and a New Communication Culture*. Tampere, FI: Tampere University Press.
- Katz, J. E. (2005). Mobile phones in educational settings. In K. Nyiri (Ed.), *A sense of place: The global and the local in mobile communication* (pp. 305-317). Vienna: Passagen Verlag.

- Katz, J.E. & Aakhus, M. (Eds.) (2002). *Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Lasen, A. (2005). History Repeating? A Comparison of the Launch and Uses of Fixed and Mobile Phones. In L. Hamill & A. Lasen (Eds.), *Mobile World. Past, Present and Future* (pp. 29-60). New York, NY: Springer.
- Ling, R. (2004). *The mobile connection. The cell phone's impact on society*. San Francisco, CA: Morgan Kaufmann.
- Ling, R. (2005). Mobile Communications vis-à-vis Teen Emancipation, Peer Group Integration and Deviance. In R. Harper, L. Palen & A. Taylor (Eds.), *The Inside Text. Social, Cultural and Design Perspectives on SMS* (pp. 175-192). Dordrecht, NL: Springer.
- Martenstein, H. (2004). Scharfes Handy. *Die Zeit*, 15.01.2004, Nr.4/2004. www.diezeit.de
- Miyaki, Y. (2005). Keitai Use among Japanese Elementary and Junior High School Students. In M. Ito, D. Okabe & M. Matsuda (Eds.), *Personal, Portable, Pedestrian* (pp. 277-299). Cambridge, MA: MIT Press.
- MPFS (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest) (2005). *JIM 2005. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland*. Stuttgart. <http://www.mpfs.de/studien/jim/JIM-Studie2005.pdf>
- Rao, M. & Mendoza, L. (2005). *Asia Unplugged. The Wireless and Mobile Media Boom in the Asia-Pacific*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Reid, D. & Reid, F. (2005). Textmates and Text Circles: Insights into the Social Ecology of SMS Text Messaging. In L. Hamill & A. Lasen (Eds.), *Mobile World. Past, Present and Future* (pp. 105-118). New York, NY: Springer.
- Skog, B. (2002). Mobiles and the Norwegian Teen: Identity, Gender and Class. In J.E. Katz & M. Aakhus (Eds.), *Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance* (pp. 255-273). Cambridge, UK: Cambridge University Press.