

Thilo von Pape

Aneignung neuer Kommunikationstechnologien
in sozialen Netzwerken

VS RESEARCH

Thilo von Pape

Aneignung neuer Kommunikations- technologien in sozialen Netzwerken

Am Beispiel des Mobiltelefons
unter Jugendlichen

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

Die vorliegende Arbeit wurde von der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich im
Frühjahrssemester 2008 auf Antrag von Prof. Dr. Werner Wirth und Prof. Dr. Vincent Meyer
als Dissertation angenommen.

1. Auflage 2008

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2008

Lektorat: Christina M. Brian / Ingrid Walther

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist Teil der Fachverlagsgruppe
Springer Science+Business Media.

www.vs-verlag.de



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

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem
Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche
Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten
wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in Germany

ISBN 978-3-531-16133-4

Danksagung

Diese Arbeit entstand während meiner Tätigkeit als Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Ludwig-Maximilians-Universität München im Rahmen des Forschungsprojekts „Diffusion und Aneignung mobiler und interaktiver Medienangebote“. Mein erster Dank gilt Professor Dr. Werner Wirth als Initiator und Leiter des Projekts, der mich über die vier Jahre mit der richtigen Mischung aus Fürsorge und Autonomie an das selbständige wissenschaftliche Arbeiten herangeführt hat. Dass das Projekt ein Erfolg wurde – und damit auch die Dissertation – habe ich außerdem der beherzten Mitarbeit von Veronika Karnowski zu verdanken.

Weiter bedanke ich mich bei meinen Ansprechpartnern an den beiden beteiligten Schulen Gymnasium Eversten und Helene-Lange Schule in Oldenburg: Bei den Schulleitern Herrn Hoyndorff, Herrn Smidt und Herrn Steinbrink und den Koordinatorinnen der Jahrgänge Frau Dörr und Frau Böckmann dafür, dass sie mich zu dem Vorhaben ermutigt und mir bei seiner Durchführung beigestanden haben; bei den Lehrern dafür, dass sie mir Zeit in ihren Unterrichtsstunden eingeräumt haben; bei den Eltern dafür, dass sie damit einverstanden waren, und bei den Schülern selbst dafür, dass sie die langen Fragebögen geduldig und gewissenhaft beantwortet haben.

Meinen Eltern möchte ich danken für ihre moralische Unterstützung, aber auch für die ganz handwerkliche Hilfestellung bei der Vorbereitung der Feldarbeit in Oldenburg, bei der Dateneingabe und den letzten Überarbeitungen.

Schließlich danke ich von ganzem Herzen meiner Frau Stéphanie. Sie hat mir immer wieder das Leben jenseits der Dissertation ins Bewusstsein gerufen und mir gleichzeitig den für die Arbeit nötigen Freiraum gewährt. Dabei hat sie mich unermüdlich zur Arbeit angestiftet durch das Setzen unzähliger Deadlines (von denen ich keine einzige eingehalten habe).

Thilo von Pape

Inhalt

1	Einleitung	11
2	Relevanz des Themas.....	15
2.1	<i>Kommunikationswissenschaftliche Bedeutung der Entwicklung von (Medien-)Innovationen</i>	<i>15</i>
2.2	<i>Gesellschaftliche Bedeutung der Aneignung des Mobiltelefons durch Jugendliche.....</i>	<i>18</i>
2.2.1	Umfang und Dimensionen der Handynutzung durch Jugendliche	19
2.2.2	Bedeutung des Mobiltelefons für die Sozialisation von Jugendlichen	22
2.3	<i>Resümee.....</i>	<i>27</i>
3	Stand der Forschung	29
3.1	<i>Klassische Diffusionstheorie.....</i>	<i>30</i>
3.1.1	Theorie	31
3.1.2	Methoden	38
3.1.3	Befunde.....	39
3.1.4	Kritik.....	46
3.1.5	Resümee.....	52
3.2	<i>Vertiefende Ansätze.....</i>	<i>53</i>
3.2.1	Qualitative vs. quantitative Ansätze.....	54
3.2.2	Quantitative Ansätze zur Vertiefung.....	56
3.2.3	Qualitative Ansätze zur Vertiefung.....	81
3.2.4	Resümee.....	95

3.3	<i>Integrative Ansätze</i>	97
3.3.1	Integration auf der Mikroebene durch das „Mobile Phone Appropriation“-Modell	101
3.3.2	Ausgangspunkte für eine Integration auf der Mesoebene	114
4	Forschungsfragen und Hypothesen	121
5	Methode	129
5.1	<i>Datenerhebung</i>	130
5.1.1	Organisatorischer Rahmen der Panelbefragung	130
5.1.2	Aufbau der Fragebögen.....	132
5.1.3	Pretest	135
5.2	<i>Dateneingabe und -bereinigung</i>	135
5.2.1	Dateneingabe	135
5.2.2	Datenbereinigung und Rekonstruktion fehlender Netzwerkdaten	136
5.3	<i>Maße</i>	138
5.3.1	„Aneignungsskala“	139
5.3.2	Verfahren zur Analyse der sozialen Struktur von Schulklassen.....	150
5.4	<i>Beschreibung der Stichprobe</i>	162
5.4.1	Individuelle Ebene	162
5.4.2	Im Netzwerk	163
5.5	<i>Vorgehen bei der Datenanalyse</i>	165
6	Ergebnisse	175
6.1	<i>Individuelle Ausprägungen der Aneignung</i>	175
6.1.1	Entwicklung der Aneignung in der gesamten Stichprobe	176
6.1.2	Differenzierung nach soziodemographischen Merkmalen.....	180
6.1.3	Resümee.....	185
6.2	<i>Zusammenwirken der Faktoren des MPA-Modells</i>	186
6.2.1	Einfluss auf Nutzung.....	187
6.2.2	Einfluss auf Relevanz- Normen- und Restriktionsbewertung ...	192
6.2.3	Resümee.....	200

6.3	<i>Arenen des Aushandelns von Aneignung im Netzwerk</i>	204
6.3.1	Homogenität der Aneignung im Rahmen sozialer Gruppen	205
6.3.2	Homogenität im Verlauf	212
6.3.3	Resümee	214
6.4	<i>Persönlicher Einfluss beim Aushandeln von Aneignung im Netzwerk</i>	216
6.4.1	Besondere Aneignung bei Meinungsführern.....	216
6.4.2	Persönlicher Einfluss in Netzwerken	221
6.4.3	Resümee	227
7	Resümee und Ausblick	231
	Literatur	243
	Anhang	265
	<i>Abbildungsverzeichnis</i>	265
	<i>Tabellenverzeichnis</i>	266
	<i>Fragebogen (Nutzer, 1. Welle)</i>	268
	<i>Tabellen</i>	281

1 Einleitung

„If a man can write a better book, preach a better sermon or make a better mouse-trap than his neighbor, though he builds his house in the woods, the world will make a beaten path to his door.“

Ralph Waldo Emerson, 1803-1882 (nach Shapiro & Epstein, 2006)

Dieses viel zitierte Motto soll der vorliegenden Arbeit als Ausgangspunkt dienen, und zwar in dem eigentlichen Wortsinne, dass wir es mit fortschreitendem Gedankengang immer weiter hinter uns lassen. Eine überlegene Idee, so prophezeit Emerson, wird früher oder später ihre Anhänger finden und letztlich der Gesellschaft ihre eigene Prägung geben. Die Beliebtheit des Spruchs unter politischen Reformern wie auch unter Management-Gurus bis in die heutigen Tage hinein zeigt, dass die hier zum Ausdruck gebrachte Ansicht unter Praktikern noch immer Einfluss hat (M. L. King, 2000; Wellman, 1997; Reilly, 2003).

Bereits gegen Ende des 19. Jahrhunderts fasste aber – zunächst unter den Pionieren der Sozialwissenschaft – die Feststellung Fuß, dass nicht jede überlegene Neuerung sich später auch tatsächlich durchsetzt: Manche vielversprechende Idee schien schlicht zu versanden – etwa durch die Unkenntnis auf Seiten der potentiellen Übernehmer oder durch innovationsfeindliche soziale Normen. Es war der französische Soziologe Gabriel de Tarde, der dieses aus Reformersicht lästige Phänomen zu einem eigenständigen Gegenstand der Forschung erklärte: „Warum gibt es unter hundert gleichzeitig ausgedachten Innovationen – seien sie Ausdrucksformen, mythologische Ideen, Industrieverfahren oder andere – nur zehn, die sich in der Öffentlichkeit nach dem Vorbild ihrer Erzeuger verbreiten, und neunzig, die in Vergessen verbleiben? Hier liegt das Problem“ (de Tarde, 2003 [1890], S. 123).

Mit dieser Frage stieß de Tarde ein Forschungsprojekt an, das nach mehr als hundert Jahren heute noch aktuell ist und nicht aufhört, sich weiter zu entwickeln: Es geht darum, die Entwicklung neuer Ideen und Produkte jenseits der Türschwelle des Erzeugers nachzuvollziehen.

Auf der Suche nach einer Antwort haben verschiedene Disziplinen sich daran gemacht, die Verbreitung von Innovationen unter Menschen zu untersuchen. Die unterschiedlichen Heuristiken und Methoden dieser Disziplinen vereinte Everett Rogers zu einer *Diffusionstheorie* (1962; vgl. Rogers, 1983; Rogers, 2003, 1995; Rogers & Shoemaker, 1971). Als gemeinsamen theoretischen Rah-

men für diese Integration setzte er das Bild von Diffusion als einem linearen Kommunikationsprozess im Sinne des Lasswell'schen Kommunikationsmodells durch. So wurde die Diffusionstheorie zu einem wichtigen Bestandteil des kommunikationswissenschaftlichen Fachkanons.

Im Zuge dieser Forschung wurde bald eine zweite Entdeckung gemacht, die de Tarde mit seiner Frage nicht in Betracht gezogen hatte: Neben den 90 erfolglosen Innovationen und jenen zehn, die sich *nach dem Vorbild ihrer Erzeuger* verbreiten, gibt es eine große Anzahl an Innovationen, die zwar Erfolg haben, aber keineswegs im ursprünglichen Sinne des Erfinders. Sie setzen sich durch in einer unerwarteten Form, die sich erst außerhalb der Entwicklungslabors durch die Nutzer entwickelt: Ein Klebeband, das als solches versagte, erlebte eine Renaissance als PostIt (T. J. Peters & Waterman, 1982), Anrufbeantworter fanden Verwendung als Anrufilter (Frissen, 2000) und ein schlichtes System zur Vermittlung von Textbotschaften auf Mobiltelefonen wurde zum zentralen Kommunikationsmittel unter Jugendlichen (Wirth, von Pape, & Karnowski, 2007, S. 79).

Mit den Jahren wurden auch über die klassische Diffusionstheorie hinaus Ansätze zur Erforschung der weiteren Entwicklung von Innovationen hervorgebracht, die immer besser elaboriert waren: Im unmittelbaren Anschluss an die Diffusionstheorie brachte die Analyse sozialer Netzwerke¹ weitere Einsichten in die Verbreitung von Innovationen von Mensch zu Mensch. In freier Anlehnung daran half die sozialpsychologische Handlungstheorie bei der Erklärung individueller Adoptionsentscheidungen. Weitgehend losgelöst von der Diffusionstheorie brachte der „Uses-and-Gratifications“-Ansatz Konzepte, auch unterschiedliche Nutzungen von Innovationen zu beschreiben.

Diese drei Ansätze stellen hoch entwickelte Forschungszweige einer standardisierten quantitativen Forschung dar, und sie haben dementsprechend extrem valide und differenzierte Befunde vorgelegt. Die Ansätze selbst sind dabei ganz unabhängig und gegeneinander isoliert. Das von ihnen zu erklärende Phänomen dagegen ist ein Ganzes, in dem die von den verschiedenen Ansätzen beschriebenen Aspekte zusammenhängen.

Dem gegenüber stehen Ansätze der qualitativen Forschung, die das empirische Phänomen der Verbreitung und Aneignung von Innovationen in seiner Breite erforschten unter Konstellationen von Nutzern mit unterschiedlichen individuellen Merkmalen: Wie „domestizieren“ Übernehmer eine Innovation im Rahmen ihrer Implementierung? Wie handeln Familien, Jugendcliquen, Arbeits-

¹ Die geläufige Bezeichnung für den Ansatz ist „soziale Netzwerkanalyse“ als Übersetzung des englischen Begriffs „social network analysis“. Diese Bezeichnung ist allerdings irreführend, da das Adjektiv „sozial“ sich sinngemäß auf die Netzwerke bezieht und nicht auf die Analyse. Aufgrund der weiten Verbreitung der Bezeichnung wird im Folgenden dennoch auch von „sozialer Netzwerkanalyse“ gesprochen.

kollegen untereinander aus, in welchem „Rahmen“ und nach welchen „Spielregeln“ Innovationen genutzt werden? Hierzu wurden etliche Fallstudien erstellt, die jeweils ein sehr plastisches Bild abgeben. Gerade aufgrund ihrer breiten Aufstellung sind diese Ansätze allerdings nicht so weit standardisiert, dass man aus ihren Befunden ohne Weiteres allgemeine Hypothesen ableiten könnte, die empirisch zu testen wären.

Somit ist heute festzuhalten: Für die Erforschung der Frage, wie Innovationen sich nach Verlassen der Labors ihrer Erzeuger entwickeln, gibt es in der quantitativen Forschung drei gegen einander isolierte Ansätze. In der qualitativen Forschung gibt es jedoch zahlreiche Hinweise darauf, dass eine Integration dieser Ansätze unsere Kenntnisse deutlich ausweiten würde.

Ein Versuch der Integration wurde in den letzten Jahren angegangen als Teil des Forschungsprojekts „intermedia“². Im Rahmen dieses Projekts entstand auch die vorliegende Arbeit. Erste Schritte wurden getan mit der Entwicklung eines integrativen Modells der individuellen Aneignung neuer Kommunikationsdienste (Wirth, von Pape et al., 2007; Wirth, von Pape, & Karnowski, 2008), einer Operationalisierung des Modells zu einer Skala und der Verwendung dieser Skala zur Messung von Aneignungsmustern (von Pape, Karnowski, & Wirth, 2008). Einen weiteren Schritt soll die vorliegende Arbeit liefern: Sie überträgt den integrativen Ansatz von der Ebene individueller Aneignung auf die Meso-Ebene von Aneignungsprozessen in sozialen Netzwerken. Damit schafft sie eine Verbindung mit der netzwerkanalytischen Diffusionsforschung.

Wie die Aneignungsskala von Wirth et al. (2008), so konzentriert sich auch die vorliegende Arbeit auf die Innovation des Mobiltelefons. Genauer gesagt geht es um die Aneignung des Mobiltelefons durch Jugendliche. Dieser Gegenstand ist für die Forschungsfrage idealtypisch, denn die Dynamik von Diffusion und Aneignung ist hier in höchstem Maße konzentriert an der Schnittstelle einer schnelllebigen Technologie mit der dynamischen Alltagswelt Jugendlicher. Auch die gesellschaftliche Relevanz der Frage tritt hier deutlich zutage. Soziale Beobachter fragen, welchen Einfluss die Technologie auf die Entwicklung Heranwachsender hat. Die wirtschaftlichen Akteure sehen die Jugendlichen als besonders innovationsfreudige Konsumenten, deren Marktmacht beachtlich ist.

Am Beginn steht eine Einführung in den Untersuchungsgegenstand „Nutzung des Mobiltelefons durch Jugendliche“. Es folgt eine Aufarbeitung der theo-

² „intermedia“ war ein interdisziplinäres Forschungsprojekt an der LMU München unter Beteiligung von Wirtschaftsinformatik, Informatik und Kommunikationswissenschaft. Die vorliegende Studie entstand im Rahmen des Teilprojekts „Diffusion und Aneignung mobiler und interaktiver Medienangebote“ unter Leitung von Prof. Dr. Werner Wirth. Das Projekt wurde gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (für eine Übersicht der Ergebnisse des gesamten Projekts, vgl. Hess, 2007).

retischen Entwicklung von der klassischen Diffusionsforschung über die drei daran anknüpfenden Erweiterungen mit quantitativer Methodologie bis hin zu den qualitativen Ansätzen. Der dritte Teil ist der Integration dieser Ansätze gewidmet. Dabei wird als erster Schritt das integrative Aneignungsmodell von Wirth et al. vorgestellt (Wirth, von Pape et al., 2007). In einer Zusammenfassung der theoretischen Übersicht werden anschließend die Grundlagen gelegt, um Aneignung auch innerhalb sozialer Netzwerke zu verstehen und zu messen.

Schließlich werden aus den vorgestellten Ansätzen exemplarische Hypothesen abgeleitet, die durch die geplante Integration erstmals überprüft werden können.

Im methodischen und im empirischen Teil soll gezeigt werden, welche Möglichkeiten sich ergeben, anhand des entwickelten Ansatzes das konkrete Phänomen der Aneignung des Mobiltelefons unter Jugendlichen empirisch zu erforschen. Neben einer eher explorativen und deskriptiven Darstellung von Aneignungsprozessen im Netzwerk geht es hier insbesondere um ein Testen der erarbeiteten Hypothesen.

Schließlich wird anhand der Ergebnisse der Ansatz mit seinen Stärken und Einschränkungen diskutiert, und es werden weitere Entwicklungsperspektiven skizziert.

2 Relevanz des Themas

Die vorliegende Studie soll beitragen zu einem besseren Verständnis der Entwicklung von Innovationen nach dem Verlassen des Entwicklungslabors. Es geht um Innovationen im Allgemeinen und Medieninnovationen im Besonderen, ganz speziell aber um das Mobiltelefon in seiner Aneignung durch Jugendliche.

Ein pauschales gesellschaftliches Interesse an der Entwicklung von Innovationen kann vorausgesetzt werden. Was das Thema für die Kommunikationswissenschaft bedeutet und worin die Relevanz des spezifischen Forschungsobjekts „Aneignung des Mobiltelefons durch Jugendliche“ liegt, das bedarf noch einer näheren Erläuterung.

2.1 Kommunikationswissenschaftliche Bedeutung der Entwicklung von (Medien-)Innovationen

Zunächst soll erläutert werden, inwiefern die Frage der Diffusion und der weiteren Entwicklung von Innovationen allgemein für die Kommunikationswissenschaft relevant ist. Vom Allgemeinen zum Speziellen vordringend, schließt sich die Frage an, warum sich die Kommunikationswissenschaft speziell mit der Entwicklung von *Medieninnovationen* befassen sollte.

Eine sehr pragmatische Antwort auf die erste, allgemeinere Frage liefert Elihu Katz (1999, S. 145). In einem theoretischen Grundsatzartikel konstatiert er schlicht, die Kommunikationswissenschaft habe nun einmal heute die Rolle des „custodian of diffusion theory and research“ übernommen, quasi die Vormundschaft für dieses verwaiste interdisziplinäre Forschungsprojekt, das von anderen bereits lange aufgegeben ist: „Anthropology, archeology, and geography made their bids rather long ago but withdrew“ (E. Katz, 1999, S. 145).

Will man sich mit dieser mehr moralischen Argumentation nicht zufrieden geben, so findet man aber auch inhaltliche Gründe dafür, dass die Kommunikationswissenschaft sich für Diffusionstheorie zuständig fühlen sollte: Als Everett Rogers nämlich den Ansatz vereinte und ihn dem Fach zuordnete, geschah dies aus der Erwägung heraus, dass Kommunikationswissenschaft die besten Konzepte und Methoden zur Untersuchung dieses Phänomen bereitstellt (Rogers, 1962; vgl. Dearing & Singhal, 2006). So richtete er seine neue Theorie auch an Kon-

zepten der Kommunikationswissenschaft aus. Drei Gesichtspunkte dafür wurden bereits erwähnt und werden an späterer Stelle weiter ausgeführt:

- Rogers definiert Diffusion als Kommunikationsprozess: „Diffusion is the process by which an innovation is *communicated* through certain channels over time among the members of a social system“ (Rogers, 2003, S. 5 [Hervorhebung T. v. P.]).
- Als theoretischen Kern und Leitlinie zur Strukturierung des Ansatzes wählt er das S-M-C-R-E-Modell von Lasswell (1948; vgl. Schenk, 2002, S. 374).
- In eben dieser Anlehnung an ein Kommunikationsmodell, das mit der Zeit veraltet ist, liegt die Problematik der Diffusionstheorie im Umgang mit dem Phänomen qualitativer Änderungen von Innovationen durch Übernehmer. Damit liegt gerade hier aber auch die Chance, dass die Kommunikationswissenschaft mit neueren Modellen weiterhelfen kann.

Dass die Zuständigkeit der Kommunikationswissenschaft erhöht erscheint, wenn es bei dem Objekt der Diffusion um Medien geht, liegt auf der Hand. Aber auch der Verweis auf das Materialobjekt „Medieninnovationen“ kann noch nicht hinreichen: Selbst wenn das Fach sich für den Zustand von Medien in der Zukunft interessieren sollte, bleibt die Frage, warum man ein Verständnis ihrer *Entwicklung* braucht, um diesen Zustand zu beschreiben.

Bereits die frühesten unter den Medienforschern haben Aussagen gemacht zur Zukunft der Medien und daraus Schlussfolgerungen gezogen, ganz ohne den Prozess von deren Entwicklung zu berücksichtigen. Dies reicht aber nicht. Zur Erläuterung kann man zurückgreifen auf die wohl früheste Medieninnovations-Theorie. Sie findet sich bei Platon: Im Phaidros-Dialog berichtet Sokrates von einem Streitgespräch zwischen dem Pharao Thamon und dem Erfinder der Schrift, Theut, über Nutzen und Nutzungen dieser Innovation (Platon, 2004).

„Diese Kunst, o König, wird die Ägypter weiser machen und gedächtnisreicher, denn als ein Mittel für den Verstand und das Gedächtnis ist sie erfunden.‘ Jener aber habe erwidert: ‚O kunstreichster Theuth, einer weiß, was zu den Künsten gehört, ans Licht zu gebären; ein anderer zu beurteilen, wieviel Schaden und Vorteil sie denen bringen, die sie gebrauchen werden. So hast auch du jetzt als Vater der Buchstaben aus Liebe das Gegenteil dessen gesagt, was sie bewirken. Denn diese Erfindung wird der Lernenden Seelen vielmehr Vergessenheit einflößen aus Vernachlässigung des Gedächtnisses, weil sie im Vertrauen auf die Schrift sich nur von außen vermittels fremder Zeichen, nicht aber innerlich sich selbst und unmittelbar erinnern werden.““

Platons Text umfasst zwei Zeitebenen, die jeweils für bestimmte kommunikationswissenschaftliche Sichtweisen auf Medien stehen:

- Die Sichtweise von Sokrates und Phaidros stammt aus einer Zeit, da das Medium (Schrift) gut etabliert ist. Die meisten Ansätze der empirischen Nutzungs- und Wirkungsforschung befassen sich mit etablierten Medien, etwa den klassischen Massenmedien. Typische Fragen zielen hier auf den Einfluss von Fernsehen und Printmedien auf den einzelnen Nutzer (z.B. Gewaltforschung) oder auf die Gesellschaft (z.B. Agenda-Setting) (Bonfaddelli, 2004).
- Die Sichtweise von Theut und Thamos stammt aus einer Zeit, als die Schrift noch keine Verbreitung gefunden hatte. Ihre Prognosen über die Nutzungsweisen und Wirkungen der Schrift extrapolieren sie von den Eigenschaften, die sie dem Medium zuschreiben in Verbindung mit ihrem eigenen Menschenbild und vor dem Hintergrund ihrer Erfahrung mit anderen Medien. Diesem Vorgehen entsprechen historische Medientheorien, die – wie zum Beispiel Harold Innis – den Medien eine ganz eigene, wesenhafte „Tendenz“ („Bias“) zuschreiben (Innis, 1991 [1951]). Einmal etabliert, würden die Medien dann unweigerlich der Gesellschaft ihren Stempel aufdrücken.

In der Kommunikationswissenschaft hat sich aber noch eine dritte Perspektive herausgebildet, die bei Platon nicht angesprochen wird: Es ist zu fragen, nach welchen Regeln sich die Innovation vom Moment ihrer ersten Nutzung bis hin zu ihrer Verbreitung und Institutionalisierung entwickelt (Rogers, 2003; Silverstone, 2006; O. Peters & Ben Allouch, 2005; Höflich, 1998; V. Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, 2003; Valente, 2006; vgl. für eine Übersicht Karnowski, von Pape, & Wirth, 2006). Für Platon, der sich für das Wesen der Dinge interessiert – ihre ουσια – erschien eine solche Frage des Werdens wohl unbedeutend, denn sie richtet sich auf eine bloße Übergangsphase, an deren Ende sich alles im prognostizierten Sinne einpendelt. Gerade diesem Werden, diesem Übergang gilt in der heutigen Kommunikationswissenschaft aber eine wachsende Aufmerksamkeit, und zwar aus zwei Gründen:

- Der Übergang ist ein permanentes Grundphänomen: Seit dem 19. Jahrhundert haben mediale Innovationen einander in immer schnelleren Zyklen abgelöst – von der Fotografie über das Radio bis zum mobilen Internet.
- Der Anschein, dass sich am Ende einer Übergangsphase die Dinge in einem irgendwie vorgezeichneten Sinne „einpendeln“, dürfte trügen: Die Dynamik des Wandels hat vielmehr ihre eigenen Gesetze: Im Zuge ihrer Verbreitung kann eine Innovation ihren Charakter radikal ändern. Diesen Wandel selbst zu verstehen, darum geht es.

Die Nachfolger des Pharaos Thamon in der heutigen demokratischen sozialen Marktwirtschaft sind politische und ökonomische Akteure, aber auch Individuen, die über ihre eigene Mediennutzung reflektieren. Als Grundvoraussetzung für die Einschätzung möglicher Konsequenzen neuer Medien werden diese Nachfolger

zunächst nach den Entwicklungsmöglichkeiten dieser Medien fragen. Dabei werden sie sich vermutlich an die Kommunikationswissenschaft wenden. In der Politik werden immer wieder Prognosen benötigt als Grundlage für Entscheidungen, etwa für Europa der Bangemann-Report zur Informationsgesellschaft (Bangemann, 1994) oder für Frankreich der auch international wahrgenommene Nora-Minc-Report zur Informatisierung der Gesellschaft (Nora & Minc, 1979; vgl. Latzer, 1997). Aber auch die alltägliche Arbeit staatlicher Einrichtungen – etwa im Rahmen der Sozialarbeit (V. Meyer, 2004) – ist auf verlässliche Einschätzungen zur Entwicklung neuer Medien angewiesen. So kann man über die Medien gerade zum Thema „Mobiltelefon“ eine lebendige Debatte verfolgen unter Politikern wie Lehrern und Sozialarbeitern zu Themen wie „Schuldenfalle Handy“ (Mitteldeutscher Rundfunk, 2003; Schwarz, 2004), „Gewaltfilme auf dem Handy“ (Bayerischer Landtag, 2005), „Verhöhnung der Sprache durch SMS“ (Frean, 2006) und Ähnliches.

Bei den ökonomischen Akteuren ist der Entscheidungs- und Handlungsdruck noch größer. Eine Investition in ein vielversprechendes Angebot muss möglichst frühzeitig erfolgen. Das Risiko, das man dabei eingeht, ist aber erheblich. Die Gewinne von Akteuren wie „Youtube“ und „Google“ zeigen, welche Chancen bestehen. Auf der anderen Seite zeigen die Verluste bei UMTS-Lizenzen sowie die Probleme der Musikindustrie die Gefahren auf (Leyshon, French, Thrift, Crewe, & Webb, 2005; de Marez & Verleye, 2004).

Das Individuum schließlich ist als Wähler und als Konsument immer wieder vor die Entscheidung gestellt, auf die eine oder andere Vision – auf das eine oder andere Angebot – zu setzen.

Um für Anfragen von diesen Seiten gerüstet zu sein, kann sich die Kommunikationswissenschaft nicht auf das Extrapolieren von Prognosen aus Betrachtungen des Wesens von Innovationen und Nutzern beschränken. Sie muss auch die Dynamik, die in diesem Entwicklungsprozess steckt, als solche verstehen.

Hier liegt die Bedeutung dieses Ansatzes: Er ist eine Vorbedingung, um die zukünftigen Bedeutungen, Chancen und Risiken neuer Medien abschätzen zu können.

Um welche Bedeutungen, Chancen und Risiken es gehen kann, das wird anschaulich am konkreten Forschungsobjekt dieser Studie, nämlich der Aneignung des Mobiltelefons durch Jugendliche.

2.2 Gesellschaftliche Bedeutung der Aneignung des Mobiltelefons durch Jugendliche

Betrachtet man das ganz konkrete Phänomen der Ausbreitung des Mobilfunks unter Jugendlichen, so konkretisieren sich die im Vorkapitel erwähnten Frage-

stellungen. Die Bedeutung des Mobiltelefons für Jugendliche wird zunächst eingeschätzt anhand quantitativer und qualitativer Indikatoren, dann wird sie erläutert vor dem Hintergrund der Herausforderungen des Jugendalters und der heutigen Gesellschaft.

2.2.1 Umfang und Dimensionen der Handynutzung durch Jugendliche

Die Wichtigkeit des Mobiltelefons für Jugendliche lässt sich festmachen schon an rein deskriptiven Daten zum Besitz und zur Nutzung. Laut der repräsentativen Studie Jugend, Information, (Multi-)Media (JIM) 2007 (Feierabend & Rathgeb, 2007) war das Mobiltelefon im Sommer 2007 das unter den 12- bis 19jährigen in Deutschland am weitesten verbreitete elektronische Medium. Mit einer Quote von 94 Prozent Handybesitzern liegt es weit vor klassischen Unterhaltungsmedien wie dem Radio (78%) oder dem Fernseher (67%). Selbst in der jüngsten Gruppe der 12- bis 13jährigen verfügen 85 Prozent über ein eigenes Gerät. Mit ca. 20 Euro im Durchschnitt für Handydienste geben sie mehr als ein Fünftel ihres Taschengelds aus (107 Euro bei Jungen, 86 Euro bei Mädchen; Feierabend & Rathgeb, 2007, S. 68). Zwei Drittel der Jugendlichen nutzen ihr Handy täglich und über 80 Prozent mehr als einmal pro Woche (Feierabend & Rathgeb, 2007).

Die Verwendung des Mobiltelefons beschränkt sich dabei schon lange nicht mehr auf das Telefonieren und das Versenden von SMS-Kurzmitteilungen. Beinahe die Hälfte der Jugendlichen nimmt auch mehrmals pro Woche Fotos oder Filme auf, 30 Prozent verschicken von ihrem Handy aus Musik in Form von MP3-Dateien (meist über die kostenfreie Bluetooth-Technologie, teilweise auch per MMS). Ein Viertel verschickt auf diesem Weg Fotos oder Videos. Handyspiele sind für jeden siebten Jugendlichen regelmäßiger Bestandteil des Alltags, das Radiohören für jeden zehnten. Nur das Surfen im Internet und das Fernsehen können noch als marginal angesehen werden (Feierabend & Rathgeb, 2007) (vgl. Abbildung 1).

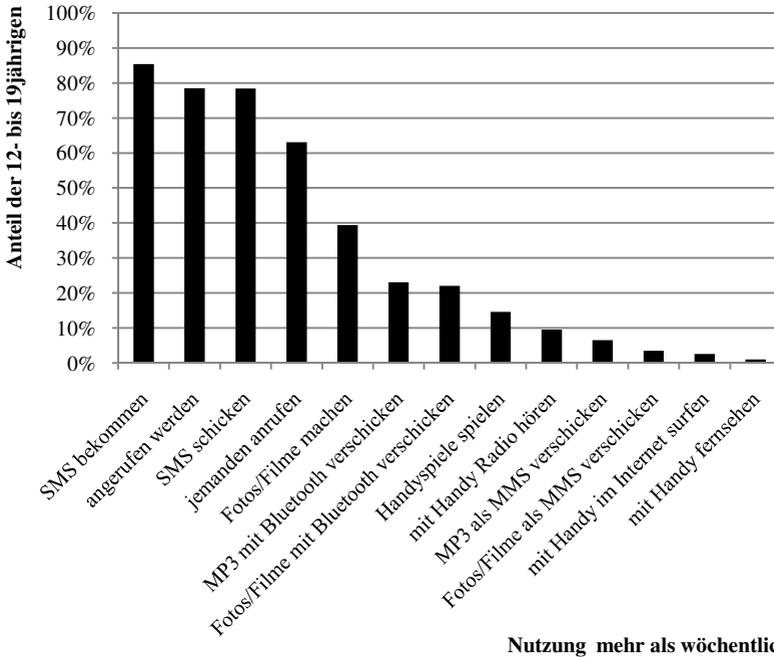


Abbildung 1: Nutzung von Handy-Funktionen durch Jugendliche 2007

Auch der Stellenwert des Handys in der Anschlusskommunikation der Jugendlichen ist beträchtlich: Im Jahr 2005 gaben 34 Prozent an, mehrmals pro Woche mit Freunden über „Handys“ mit ihren unterschiedlichen Diensten und Funktionalitäten zu reden. Damit lag das Mobiltelefon auch in der Anschlusskommunikation vor vielen klassischen Massenmedien wie Zeitschriften (30%), Zeitungen (29%), Radio (14%) und Büchern (10%). Allein dem Leitmedium Fernsehen (50%) stand es nach (Feierabend & Rathgeb, 2005)³.

Die Bedeutung zeigt sich schließlich auch in den Befunden vieler qualitativer Studien. Diese ziehen nicht Nutzungsfrequenzen als Maßstab heran, sondern sie fragen nach dem Sinn und den Funktionen, die Jugendliche der Technologie zuweisen. Schon zu einer Zeit, da die Nutzung sich fast noch auf das Telefonieren und das Versenden von Kurzmitteilungen beschränkte, beschrieb der norwegische Soziologe Richard Ling (Ling & Yttri, 2002; Ling, 2004) zwei grundle-

³ Vergleichsdaten aus den späteren Jahren liegen leider nicht vor.

gende Funktionen des Mobiltelefons für die Koordination des Alltags von Jugendlichen:

„*Micro-coordination*“ ist die ganz pragmatische Organisation des Alltagslebens: Man fühlt per SMS bei den Freunden vor, ob sie Zeit und Lust haben, etwas zu unternehmen, man verabredet sich spontan im Laufe eines Abends, man nutzt das Mobiltelefon, um bei Verabredungen vor Ort zusammenzufinden, oder man ruft die Eltern an, wenn man mit dem Auto irgendwo abgeholt werden möchte. Häufig handelt es sich dabei um eine ganz konkrete geographische und zeitliche Positionierung und Abstimmung mit den Freunden oder auch mit den Eltern (Ling & Yttri, 2002).

Gleichzeitig betreiben die Jugendlichen aber auch eine symbolische, soziale Positionierung, die sogenannte „*hyper-coordination*“. „That is, in addition to the simple coordination of where and when, the device is employed for emotional and social communication“ (Ling & Yttri, 2002, S. 140). Die Art, in der das Mobiltelefon dabei zum Einsatz kommt, ist ganz unterschiedlich. Etliche qualitative Studien belegen dies. Taylor und Harper etwa berichten von Jugendlichen, die ihren besten Freunden oder Partnern regelmäßig ritualisierte SMS-Kurzmitteilungen schicken, um ihnen ihre Wertschätzung zu bekunden (Taylor & Harper, 2003). Das gezielte Ignorieren von Kurzmitteilungen einer Schulkameradin dagegen ist ein Zeichen der Abgrenzung (von Pape, Karnowski, & Wirth, 2006a), genau wie das Nichtherausrücken der eigenen Telefonnummer (Licoppe & Heurtin, 2001). Auch für die „*hyper-coordination*“ sind neben den Freunden die Eltern wichtige Partner. Hier ist die symbolische Bedeutung allerdings ambivalent: Einerseits bedeutet das Mobiltelefon Unabhängigkeit von den Eltern, andererseits stellt es eine verlängerte Nabelschnur zu ihnen dar (O. Martin & de Singly, 2000; C. Martin, 2003). Auch die Herausbildung eines gemeinsamen Kommunikationscodes in Form einer stilisierten gemeinsamen SMS-Sprache oder eines Systems von Anklopf-Signalen, das Verbindungskosten umgeht, bedeuten gleichzeitig eine Affirmation sozialer Beziehungen und eine Abgrenzung gegenüber anderen (Androutsopoulos & Schmidt, 2002; Ling & Yttri, 2002; Weilenmann, 2001; Oksman & Rautiainen, 2003; Höflich & Gebhardt, 2003). Neue multimediale Funktionalitäten von Klingeltönen und Logos über Fotos, Videos, Spiele und die aus dem Internet bekannten „Messenger“ fürs Handy stellen weitere Ressourcen für die „*hyper-coordination*“ bereit (von Pape et al., 2006a; vgl. Koskinen, 2007). So beschreibt Rivière (2005), wie die „Kamera“-Funktion des Mobiltelefons durch die Erzeugung und Konservierung geteilter Momente neue Möglichkeiten zur Artikulation und Festigung von Freundschaft bietet, und Döring (Döring, 2002) führt aus, wie Logos und Klingeltöne genutzt werden zur Darstellung sozialer Zugehörigkeit und zur sozialen Abgrenzung.

Diese Befunde mögen erklären, warum das Mobiltelefon mit seinen verschiedenen Funktionen gerade unter Jugendlichen so beliebt ist.

Will man die Technologie nicht einfach als „Modeerscheinung“ abtun – für die Jugendliche nun einmal besonders anfällig seien –, so muss man nach einer Erklärung suchen, die zurückgreift auf die speziellen Rahmenbedingungen der Sozialisation der heutigen Jugendlichen.

2.2.2 *Bedeutung des Mobiltelefons für die Sozialisation von Jugendlichen*

Sozialisation bedeutet im weitesten Sinne die Entwicklung des Individuums zu einem gesellschaftlichen Wesen (Hurrelmann, 2006; Durkheim, 1972; Geulen & Hurrelmann, 1980; Fend, 1990; Faulstich-Wieland, 2000; Tillmann, 2006; Zimmermann, 2006). Der Terminus „Sozialisation“ hat aber von seinem Ursprung bis heute einen Bedeutungswandel erfahren. Geprägt wurde er von Durkheim (1972 [1922]) im Rahmen einer Auseinandersetzung mit der Frage, wie junge Menschen durch Erziehung zu vollwertigen Mitgliedern der Gesellschaft werden können. Hier beinhaltete der Begriff zunächst eine „Vermittlung der Gesellschaftsstruktur in das Innere des Individuums“ (Baumgart, 1997). Die heutigen westlichen Gesellschaften sind aber in wesentlich höherem Maße plural und dynamisch geprägt als Durkheims Frankreich des frühen 20. Jahrhunderts. Die von Durkheim propagierte feste, von außen geleitete Implementierung einer Gesellschaftsstruktur in das Denken und Handeln des Individuums würde heutzutage nicht mehr greifen, da nämlich der Mensch in wesentlich stärkerem Maße gleichzeitig Anteil hat an unterschiedlichen gesellschaftlichen Systemen und Teilgruppierungen (Hurrelmann, 2006; Veith, 2001; Geulen & Hurrelmann, 1980; Zimmermann, 2006). Ein Jugendlicher ist Mitglied nicht nur in Familie, Peer-Gruppe und einem Klassenverband in der Schule. Gleichzeitig ist er auch in Vereinen aktiv und ist verbunden mit globalen Ereignissen der Popkultur. Zwischen diesen unterschiedlichen Rollen wechselt er in nicht gekannter Geschwindigkeit. So hat sich ein neues Verständnis von Sozialisation herausgebildet. Hurrelmann (2006, S. 15-16) fasst es folgendermaßen zusammen:

„Sozialisation bezeichnet [...] den Prozess, in dessen Verlauf sich der mit einer biologischen Ausstattung versehene menschliche Organismus zu einer sozial handlungsfähigen Persönlichkeit bildet, die sich über den Lebenslauf hinweg in Auseinandersetzung mit den Lebensbedingungen weiterentwickelt. Sozialisation ist die lebenslange Aneignung von und Auseinandersetzung mit den natürlichen Anlagen, insbesondere den körperlichen und psychischen Grundmerkmalen, die für den Menschen die ‚innere Realität‘ bilden, und der sozialen und physikalischen Umwelt, die für den Menschen die ‚äußere Realität‘ bilden“.

Mit dem Hinweis auf die „innere Realität“ und die „äußere Realität“ verweist diese Definition auf psychologische und gesamtgesellschaftliche Herausforderungen an den Sozialisationsprozess. Auf diese wird hier noch flankierend eingegangen.

2.2.2.1 Psychologische Perspektive

Psychoanalytische Sozialisationstheorie kann vor allem Einblick geben in die Entwicklung verborgener innerer Triebe des Individuums sowie in deren Einfluss auf den Sozialisationsprozess (Oerter & Montada, 2002). Freud (1991) sieht die entscheidenden Momente dieses Prozesses in der körperlichen und geschlechtlichen Entwicklung des Kindes. Ausgehend von dieser Annahme beschreibt er stufenweise die psychosexuelle Entwicklung des Kindes bis zur Pubertät.

Im Anschluss an Freud hat sich die psychoanalytische Sozialisationsforschung zunächst auf das Kindesalter konzentriert. Eine verstärkte Hinwendung zum Jugendalter setzte erst in den 1950er Jahren ein (A. Freud, 1958; E. H. Kaplan, 1988; Perret-Catipovic & Ladame, 1998; Greenspan & Pollock, 1980; Erikson, 2003; Erikson, 1966; Mertens, 1991; Blos, 1973). Als zentrale Antriebskraft wird dabei – im Anschluss an Freuds Arbeit zum Kind – wiederum die physische Entwicklung des Jugendlichen gesehen, insbesondere seine geschlechtliche Entwicklung (K. Martin, 1996; Perret-Catipovic & Ladame, 1998).

So kann etwa die eigene Geschlechtsreife einen Anstoß geben zur Entidealisierung der Eltern, wenn nämlich der Jugendliche sich aufgrund seiner eigenen Sexualität auch die Eltern als „nur“ geschlechtliche Wesen bewusst macht. Gleichzeitig beginnt mit der Geschlechtsreife die Suche nach einem Geschlechtspartner – in der Regel im weiteren Spektrum der Gleichaltrigen –, der dann die Bedeutung der Eltern als Bezugspersonen weiter mindert (vgl. Mertens, 1991).

Die geschlechtliche Entwicklung der Pubertät läuft so hinaus auf eine Schwächung der Sozialisationsinstanz „Eltern“ zugunsten der Gleichaltrigen.

Eine unvermittelte Zurückführung bestimmter Phänomene auf die physische Entwicklung des Kindes wird von Sozialisationsforschern jenseits der Psychoanalyse häufig als Überbetonung des Körpers kritisiert (Tillmann, 2006; Geulen & Hurrelmann, 1980). Besonders attraktiv für andere Disziplinen wird die psychoanalytische Perspektive deshalb dann, wenn die physische und psychische Entwicklung im Zusammenhang gesehen wird mit der sozialen Entwicklung. Dies ist insbesondere der Fall bei der Sozialisationstheorie von Erikson (1966, 2003).

Eriksons (1966) acht „Stufen der psychosozialen Entwicklung“ umreißen einen Prozess, der sich von der Kindheit fortsetzt bis ins hohe Erwachsenenalter. Entscheidende Aufgabe für das Jugendalter ist die Herausbildung einer neuen Identität. Ganz im Sinne Freuds führt Erikson (1966, S. 106) die Notwendigkeit dieser sozialen Neupositionierung zurück auf die physische „Revolution“ im Körper des Jugendlichen, welche die Geschlechtsreife darstellt.

„Die sich herauskristallisierende Ich-Identität verknüpft also die früheren Kindheitsphasen, in denen der Körper und die Elternfiguren führend waren, mit den späteren Stadien, in denen eine Vielfalt sozialer Rollen sich darbietet und im wachsenden Maße aufdrängt“ (Erikson, 1966, S. 109).

Die Herausforderung in diesem Prozess liegt darin, dass die Identität bei dieser Vielfalt sozialer Rollen nicht in die Beliebigkeit einer „Identitätsdiffusion“ zerfällt, aber auch nicht – wie Krappmann (1969) in Fortführung Eriksons darlegt – in einer „Identitäts-Starrheit“ verharrt. Damit diese Herausforderung bewältigt werden kann, wird mit dem Jugendalter laut Erikson (2003; vgl. Lange & Schorb, 2006; Zinnecker, 2000; Baake, 2003) ein „Moratorium“ eingeräumt, also eine soziale „Auszeit“ zwischen Kindheit und Erwachsenenalter. Diese Zeit bietet den Jugendlichen einen Freiraum zur Entwicklung, der von den Ansprüchen der Erwachsenenwelt abgeschirmt ist.

Bei welchen der Herausforderungen, denen sich Jugendliche im Rahmen ihrer Sozialisation aus einer psychologischen Perspektive heraus konfrontiert sehen, könnte ihnen nun das Mobiltelefon als Werkzeug nützlich erscheinen?

Zunächst ermöglicht es durch seine Optionen zur „micro-coordination“ die ganz pragmatische Loslösung von den Eltern und eine stärkere Orientierung am sozialen Umfeld der Gleichaltrigen: Die Freunde müssen nicht mehr bei den Eltern anrufen, um sich zu verabreden. Zum anderen lassen Eltern ihre Kinder vielleicht eher allein losziehen, wenn sie als Absicherung wissen, dass sie diese im Notfall über das Mobiltelefon erreichen können. Darüber hinaus kommt das Mobiltelefon mit seinen vielen Möglichkeiten zur „hyper-coordination“ dem Bedürfnis entgegen, sich auch symbolisch unter den Gleichaltrigen zuzuordnen bzw. abzugrenzen und Beziehungen aufzubauen und zu pflegen – nicht umsonst ist das Flirten eine der beliebteren Nutzungsweisen der SMS unter Jugendlichen (Höflich, 2001).

2.2.2.2 Gesellschaftsstrukturelle Perspektive

Sozialstrukturelle Ansätze stehen im klaren Gegensatz zur Psychoanalyse dadurch, dass sie die entscheidenden Einflüsse auf Sozialisation Jugendlicher in gesellschaftsstrukturellen Entwicklungen suchen.

Der Ansatz, der in seiner Zeitdiagnose derzeit am meisten Zustimmung findet, ist der der „reflexiven Moderne“ des Soziologen Ulrich Beck (1986). Dieser greift selbst weniger auf Sozialisationstheorie zurück, andererseits ist er aber von Sozialisationstheoretikern stark rezipiert worden (Tillmann, 2006; vgl. Heitmeyer, 1995).

Ausgangspunkt ist bei Beck der Befund, dass die Moderne in eine neue Phase eingetreten ist, in der sie sich neuartigen, selbst geschaffenen Herausforderungen stellen muss (Tillmann, 2006, S. 259). Diese neue Phase bezeichnet er als „Reflexive Moderne“: Die Herausforderung der Moderne lag zunächst in der technischen und der ökonomischen Überwindung naturgegebener Mängel. Nun aber – nach weitgehendem Erfolg in der Überwindung dieser Mängel – liegt sie in der Bekämpfung der Nebenwirkungen der verwendeten technischen und ökonomischen Maßnahmen: „Es geht nicht mehr [nur] um die Nutzbarmachung der Natur, um die Herauslösung des Menschen aus traditionellen Zwängen, sondern [...] wesentlich um Folgeprobleme der technisch-ökonomischen Entwicklung selbst. Der Modernisierungsprozeß wird ‚reflexiv‘, sich selbst zum Thema und Problem“ (U. Beck, 1986, S. 26). Das klassische Beispiel, dem auch ein Teil des Erfolgs von Becks Theorie zuzuschreiben ist, ist die Atomenergie: Nicht mehr die Überwindung eines Energiemangels steht im Zentrum der Bemühungen, sondern die Nebenwirkungen unserer Methoden zur Energiegewinnung. Beck betont, dass diese Nebenwirkungen insbesondere Risiken beinhalten. Deshalb spricht er von einer „Risikogesellschaft“.

Die Konsequenzen, die sich daraus für die Sozialisation Jugendlicher ergeben, muss man als zwei Seiten einer Medaille ansehen:

Die Überwindung einschränkender Strukturen bedeutet eine *Entstrukturierung* auch im Hinblick auf den Sozialisationsprozess. Aufgrund einer gesellschaftlichen Umstrukturierung ist die Einbettung in bestimmte soziale Kontexte deutlich reduziert. So hat etwa – gemäß Becks Theorie – das Verschwinden der Industriearbeit im Zuge der Modernisierung zur Auflösung bestimmter Schicht-Unterschiede geführt, und die Erfindung der Anti-Baby-Pille hat beigetragen zum Ende der klassischen Familienstruktur. Darunter haben auch implizite und explizite Strukturen gelitten wie klassische schichtspezifische Lebensläufe und entsprechende soziale Institutionen (Vereine, Kirchen usw., aber auch die Familie).

Dies lässt sich teilweise auch empirisch belegen. Dass die Familie die primäre Sozialisationsinstanz ist, das ist – besonders in der klassischen Form (Eltern mit mehreren Kindern) – heute weitaus seltener als noch vor 30 Jahren. Dafür sind alleinerziehende Väter und Mütter weit häufiger vertreten. In den Haushalten, in denen Kinder unter 18 leben, hat das Modell „Ehepaar mit Kindern“ deutlich abgenommen, in den alten Bundesländern von 93,4 Prozent im Jahre 1974 auf 83,9 Prozent im Jahr 2000. Gleichzeitig hat hier der Anteil von ledigen und getrennt lebenden Vätern und Müttern zugenommen von 4,1 auf 14,8 Prozent. Die Tendenz hat sich in den letzten Jahren weiter fortgesetzt, so dass nach den Daten des Mikrozensus 2006 in Deutschland insgesamt ein Viertel der Haushalte mit Kindern alternative Familienformen darstellten, in den neuen Ländern sogar 42 Prozent (Radermacher, 2007).

Bei den übrigen klassischen Sozialisationsinstanzen sieht das Bild gemischt aus: Kirchen, Parteien und Gewerkschaften melden weiterhin einen Mitgliederschwund. Neue Organisationsformen etwa im Bereich neuer Sportarten erfreuen sich dagegen großer Beliebtheit. Die Gesamttendenz geht dahin, dass die tiefe, wert- und milieugebundene Integration in Vereinen nachgelassen hat zugunsten von eher spontanen, situationsabhängigen aber darum nicht weniger aktiven Teilnahmen und Engagements (Keupp et al., 2003).

Mit den beschriebenen Auflösungserscheinungen einher geht die Individualisierung:

„Individualisierung bedeutet in diesem Sinne, daß die Biographie der Menschen aus vorgegebenen Fixierungen herausgelöst, offen, entscheidungsabhängig und als Aufgabe in das individuelle Handeln jedes einzelnen gelegt wird. Die Anteile der prinzipiell entscheidungsverschlossenen Lebensmöglichkeiten nehmen ab und die Anteile der entscheidungsoffenen, selbst herzustellenden Biographie nehmen zu. Individualisierung von Lebensläufen heißt also hier [...]: sozial vorgegebene Biographie wird in selbst hergestellte und herzustellende transformiert, und zwar so, daß der einzelne selbst zum ‚Gestalter seines eigenen Lebens‘ wird und damit auch zum ‚Auslöfler der Suppe, die er sich selbst eingebrockt hat‘“ (Beck, 1983, S. 58-59).

Gerade diese Diagnose wird von Sozialisationsforschern aufgegriffen und geteilt. Nach Krappmann (1997, S. 80) ist die Gesellschaft gezeichnet durch „Auflösung traditionaler Rollen, Entnormativierung, Wertewandel, Unübersichtlichkeit, Pluralisierung, Individualisierung“.

Diese Entwicklung könnte eine Tendenz zur Vereinzelung bedeuten: Man ist dazu verurteilt, sich seine Beziehungen und normativen Orientierungen selbst zu suchen, diese gehen nicht mehr „automatisch“ einher mit der sozialen Herkunft. Andererseits stehen Möglichkeiten bereit in einer Breite, die in der Geschichte noch nie dagewesen ist. Das ist die positive Seite der Medaille.

Aus diesen Deutungen ergibt sich auch eine Erklärung für den Erfolg neuer, digitaler Medien wie Internet und Mobiltelefon: Sie bieten ungeahnte Möglichkeiten, als „Gestalter seines eigenen Lebens“ aktiv zu werden – etwa in Form von Blogs und sozialen Netzwerkangeboten im Internet, aber auch in Form mobiler Kommunikation. Die wachsende Bedeutung dieser Möglichkeiten betonen van Dijk (2005), Castells (2000) und Campbell (Campbell & Park, 2008), indem sie das Aufkommen einer „Network Society“ bzw. einer „personal communication society“ voraussagen.

Wellman (1997; vgl. Wellman et al., 2005) und Diewald (1991) beschreiben die beiden Seiten der Medaille als eine Gleichzeitigkeit eines „Verlusts von Gemeinschaft“ und einer „befreiten Gemeinschaft“: Automatisch Mitglied ist man in keiner Gemeinschaft, von allein gehört man nirgends dazu. Durch eigene Initiative aber kann man fast überall Anschluss finden.

Sollten diese Zeitdiagnosen und Prognosen auch nur teilweise richtig liegen, so wird im Zuge des gesellschaftlichen Wandels die Fähigkeit immer wichtiger, neue Medien als Ressource der eigenen Sozialisation einzusetzen.

Das spielerische „Beziehungsmanagement“ Jugendlicher per Handy wäre – im Zuge des „Moratoriums Jugend“ – eine wichtige Vorbereitung auf kommende Herausforderungen der Sozialisation im Erwachsenenalter.

2.3 Resümee

Das Anliegen der vorliegenden Arbeit wurde bereits in der Einleitung umrissen: Ganz allgemein geht es um die Dynamik der weiteren Entwicklung von Innovationen in der Zeit, nachdem sie die Entwicklungslabors verlassen haben. Im Besonderen geht es um die Entwicklung der Mobilkommunikation im Zuge der Diffusion und der Aneignung durch Jugendliche.

In diesem zweiten Kapitel wurde die Bedeutung dieser Frage in ihrer allgemeinen wie in ihrer speziellen Fassung auf zwei Ebenen erörtert:

- Zum einen wurde die Zuständigkeit des Faches „Kommunikationswissenschaft“ für diesen Problemkreis aufgezeigt. Sie ergibt sich zunächst aus der Tatsache, dass die Entwicklung neuer Kommunikationsdienste im Rahmen der Diffusionstheorie als Kommunikationsprozess betrachtet wird. Die Zuständigkeit ist noch erhöht dadurch, dass hier Medieninnovationen das Objekt der Diffusion oder Aneignung abgeben. Aus Sicht des Faches liegt ein besonderes Interesse bei der Frage nach der Entwicklung von Medieninnovationen: Bloße Analogieschlüsse, die aus allgemeinen Eigenschaften der Medien auf deren zukünftige Entwicklung und Ausbreitung schließen, reichen – auch wenn sie sich auf Erfahrungen aus der Vergangenheit stützen – allein nicht aus. Sie werden der Dynamik von Diffusions- und Aneignungs-

prozessen nicht gerecht, denn diese verlaufen keineswegs linear, sie folgen vielmehr eigenen Gesetzen.

- Zum anderen wurde die gesellschaftliche Relevanz der Frage nach der Entwicklung von Medieninnovationen diskutiert anhand des Forschungsobjekts „Mobilkommunikation unter Jugendlichen“. Quantitative und qualitative Befunde zur Nutzung der Technologie durch Jugendliche dienten als Indikator für die Relevanz aus der Perspektive der Jugendlichen selbst. Diese Befunde könnte man noch damit abtun, dass es sich schlicht um ein Modephänomen handelt, dem die Jugendlichen nun einmal erlegen sind, dem aber keine tiefere Bedeutung zukommt. Um diesem Bedenken zu begegnen wurden soziologische und psychologische Theorien der Sozialisation herangezogen. Hier wird die besondere Nutzung des Mobiltelefons durch Jugendliche aus den spezifischen Herausforderungen des Heranwachsenden erklärt. Ferner beschreiben makrogesellschaftliche Ansätze die spezifischen Voraussetzungen für das Heranwachsen in einer individualisierten, technologisch vernetzten Gesellschaft. Deren Anforderungen zur ständigen Anschlussfähigkeit und Selbstpositionierung kommt das Mobiltelefon entgegen.

Die Ausführungen zur Bedeutung des Themas dienen nicht allein einer Rechtfertigung der Themenwahl durch Aufzeigen seiner Relevanz. Sie sollen vielmehr auch Bedeutung vermitteln in dem Sinne, dass sie zeigen, welche Rolle das Mobiltelefon beim Heranwachsen heutiger Jugendlicher spielt. Die folgenden Kapitel bewegen sich auf der abstrakteren Ebene von Diffusions- und Aneignungsprozessen von Medieninnovationen insgesamt oder Innovationen ganz allgemein. Der Hintergrund zur Rolle von Jugendlichen wird bei den Forschungsfragen, Methoden und Ergebnissen aber immer wieder als zusätzliche Verständnisebene herangezogen.

3 Stand der Forschung

Die vorliegende Studie gilt einem besseren Verständnis der Entwicklung von Innovationen ab dem Zeitpunkt, zu dem sie in Nutzerhand übergehen. Auf dieses Ziel hin ist auch der folgende Überblick über den Forschungsstand ausgerichtet. Vier Phasen lassen sich in der bisherigen Forschung ausmachen:

Zu Beginn untersuchten verschiedene Disziplinen – von der Anthropologie bis hin zur Landwirtschaftssoziologie – getrennt von einander die Verbreitung von Innovationen im Rahmen ihres jeweiligen Forschungsfelds (vgl. für eine Übersicht Rogers, 2003, S. 39-101; E. Katz, Levin, & Hamilton, 1963).

Dann gründete Everett Rogers die „Diffusionstheorie“ als einheitliches Forschungsprogramm im Rahmen der Kommunikationswissenschaft (Rogers, 1962, 1983, 2003, 1995; Rogers & Shoemaker, 1971). Sein Ansatz ist bis heute der Referenzpunkt für jede sozialwissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Thema. Die besondere Herausforderung lag für Rogers zunächst in der Heterogenität der bestehenden Befunde. Er bemühte sich, diese zu allgemeinen Aussagen zu generalisieren. Dabei zeigte sich aber, dass die Diffusionstheorie auf theoretische und methodische Erweiterungen von außen angewiesen war.

In einem dritten Stadium haben diese Erweiterungen die bestehenden Konzepte, Methoden und Befunde der Diffusionstheorie weiter vorangetrieben auf der Basis quantitativer wie qualitativer Methodologie. Der Rückgriff auf den Ansatz selbst war dabei keineswegs immer sehr direkt. Als quantitative Ansätze mit standardisierten Methoden taten sich besonders hervor die sozialpsychologischen Handlungstheorien im Anschluss an die „Theory of Reasoned Action“ (V. Venkatesh et al., 2003; vgl. Fishbein, 1980), die Analyse sozialer Netzwerke (Rogers & Kincaid, 1981; Valente, 2006; vgl. Wassermann & Faust, 1994) und der „Uses-and-Gratifications“-Ansatz (O. Peters & Ben Allouch, 2005; vgl. E. Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974). Als qualitative Ansätze waren es insbesondere die „Cultural Studies“ (Silverstone & Haddon, 1996; vgl. Hall, 1980; de Certeau, 1988), die „Rahmenanalyse“ (Höflich, 2003; vgl. Goffman, 1974) sowie die sozialkonstruktivistische Techniksoziologie (Bijker, Hughes, & Pinch, 1987; Williams & Edge, 1996; Latour, 2005; DeSanctis & Poole, 1994).

Diese Initiativen bleiben aber – ähnlich den frühesten Theorien der Diffusionsforschung – weitgehend isoliert. Deshalb wurde in den letzten Jahren ein Ansatz zu ihrer Integration entwickelt. Hierin kann man die vierte Entwicklungsphase sehen. Eine erste Verbindung der Diffusionstheorie und ihrer Erwei-

terungen qualitativer wie quantitativer Ausrichtung leistete das integrative Modell zur Aneignung des Mobiltelefons („Mobile Phone Appropriation Model“ bzw. „MPA-Modell“) (Wirth, von Pape et al., 2007; Wirth et al., 2008). Dieser Ansatz beschränkt sich auf die Mikroebene individueller Nutzer. Auf dieser Ebene kann er aber manchen Aspekten der Aneignung von Innovationen nicht gerecht werden. Aneignung wird nämlich sozial ausgehandelt, und dieses Aushandeln spielt sich eher auf der Meso- oder der Makroebene ab. Andererseits liegen aber mit dem „Mobile Phone Appropriation“-Modell und der Analyse sozialer Netzwerke sämtliche Elemente bereit für eine Erforschung von Aneignungsprozessen auf der Mesoebene sozialer Netzwerke. Das ist im Weiteren zu zeigen.

Die nachfolgende Zusammenfassung zur „Vorgeschichte“ der Diffusionstheorie hält sich ganz im Rahmen von Rogers‘ Integrationsbemühungen. Im Anschluss werden die Erweiterungen dargestellt. Ein Blick auf den Stand der Integration legt dann die Voraussetzungen für den nächsten Integrations Schritt offen, der in dieser Arbeit erst noch angegangen werden soll.

3.1 Klassische Diffusionstheorie

Ein theoretischer Ausgangspunkt der Diffusionsforschung – ein Punkt, von dem aus der Ansatz selbst diffundiert wäre – ist schwerlich auszumachen (E. Katz et al., 1963). Vielmehr speist sie sich aus mehreren Traditionen, die sich seit Beginn des zwanzigsten Jahrhunderts unabhängig voneinander mit Phänomenen der Diffusion auseinandersetzen. Hier sind zu nennen: Soziologie (de Tarde, 2003 [1890]), Anthropologie (Wissler, 1914), Erziehungswissenschaft (Mort, 1957), Geographie (Hägerstrand, 1952) und Kommunikationswissenschaft (Deutschmann, 1963; vgl. für eine Übersicht Rogers, 2003, S. 39-101; E. Katz et al., 1963; von Pape, 2008). Sollte man unter diesen parallelen Vorläufern einen „primus inter pares“ benennen, so käme die Ehre wohl dem Soziologen Gabriel de Tarde zu. Er hat als erster die in der Einleitung zitierte Grundfrage der Diffusionstheorie formuliert, darüber hinaus hat er auch bereits entscheidende Elemente wie den Einfluss von Meinungsführern und den s-förmigen Verlauf der Diffusionskurve aufgewiesen (de Tarde, 1895, 2003(1890), 1902; vgl. E. Katz, 1999; Kinnunen, 1996; Rogers, 2003, S. 41-42).

Wenn aber die Arbeiten von de Tarde und anderen Pionieren heute überhaupt im Rahmen von Diffusionstheorie angeführt werden, so nur deshalb, weil deren Ideen von Everett Rogers gebündelt und weiterentwickelt wurden zu einem der einflussreichsten Zweige der kommunikationswissenschaftlichen Theorie. Vor diesem Hintergrund ist als Prämisse für die Darstellung der Diffusionstheorie davon ausgegangen worden, dass der entscheidende Beitrag für deren

Erfolg in Rogers' Konsolidierung liegt. Damit liegt auch der Schlüssel zum Verständnis dieses Ansatzes und seiner Fortführungen in der Arbeit von Rogers.

Im ersten Abschnitt werden zunächst die theoretischen Leitlinien vorgestellt, an denen sich Rogers bei der Integration des heterogenen Wissenstands zur Diffusion von Innovationen orientierte. Eine Darstellung des metatheoretischen Dachkonzepts, aus dem er den Geltungsanspruch und das methodologische Vorgehen ableitete, schließt sich an. Im zweiten Abschnitt wird dann eine Übersicht gegeben über die Methoden, die im Rahmen der Diffusionstheorie zum Einsatz kommen. Eine Zusammenstellung der empirischen Befunde und eine kritische Bewertung des Ansatzes runden diesen Teil ab.

3.1.1 Theorie

Bei seinem Vorhaben, eine einheitliche Diffusionstheorie zu entwickeln und fortzuschreiben, orientierte Rogers sich von Beginn an zwei Punkten: Einer ist das Ideal einer „Theorie mittlerer Reichweite“ als metatheoretischer Anspruch an das Integrationsprojekt. Der andere ist das Verständnis von Diffusion als kommunikativer Prozess. Damit bündelte und verschmolz Rogers die verstreuten Ansätze zu einer kommunikationswissenschaftlichen Theorie.

3.1.1.1 Diffusionstheorie als Theorie mittlerer Reichweite

Schon Rogers' Dissertation – über die Diffusion eines neuen Sprühmittels und einiger anderer landwirtschaftlicher Innovationen – umfasst vielerlei Hinweise auf Innovationen aus anderen Disziplinen wie Erziehungswissenschaft, Medizin-Soziologie und Marketing. Bei der Verteidigung seiner Schrift brachte das dem damaligen Studenten den Vorwurf ein, er habe sich zu weit von seinem eigentlichen Thema entfernt und sich verstiegen in die Höhen einer allgemeinen Theorie (vgl. Dearing & Singhal, 2006, S. 19). Später gab ihm der Erfolg gerade dieses Kapitels Recht: Als eigenständige Publikation avancierte es zur ersten Ausgabe von Rogers' späterem Standardwerk.

Nicht nur dem Vorwurf einer theoretischen Abgehobenheit sah sich Rogers ausgesetzt. Gleichzeitig wollte er sich schützen vor dem Verdacht, sein Ansatz sei zu wenig theoretisch und zu sehr „variablenfixiert“ (2006, S. 19). Entsprechende Vorhaltungen wurden in den 1960er Jahren im Anschluss an den Soziologen Herbert Blumer (1956) gegenüber weiten Teilen der Sozialwissenschaft erhoben. So wählte Rogers einen Platz in der Mitte zwischen beiden Polen: Er bekannte sich zu dem Konzept Robert K. Mertons einer „Theorie mittlerer

Reichweite“ (Merton, 1967) als Leitlinie für sein eigenes Forschungsprojekt (vgl. Dearing & Singhal, 2006).

Seinen Ansatz charakterisierte er zusammen mit Shoemaker in der zweiten Auflage von „Diffusion of Innovations“ (Rogers & Shoemaker, 1971, S. 88):

„[O]ur theoretical basis must be specific enough to be empirically testable, and our data must test theoretical hypotheses. Theory that cannot be tested is useless, and data not related to theoretic hypotheses become irrelevant“.

Soweit liegen Rogers und mit ihm die Diffusionstheorie ganz auf der Linie des kritischen Rationalismus. Dieser war gerade erst im Begriff, das Selbstverständnis der Sozialwissenschaft zu durchdringen. Die englische Fassung von Poppers „Logik der Forschung“ war 1959 erschienen (Popper, 1959). In seiner Umsetzung von Mertons Konzept verließ Rogers aber – so wird sich im Folgenden zeigen – den Boden einer kritisch-rationalistischen Theorie wieder.

Eine ständig wachsende Zahl empirischer Studien drohte seinerzeit die Diffusionsforschung zu überfordern. So erschien die Entwicklung eines theoretischen Dachkonzepts zur Integration der bestehenden empirischen Forschung für Rogers die dringlichste Aufgabe. Als Motto in der zweiten Auflage von „Diffusion of Innovations“ wählt er deshalb ein Dictum von McGrath und Altman, das diese Notwendigkeit alarmierend verdeutlicht⁴: „The rate at which empirical results have been adequately digested and integrated into theoretical formulations has not kept pace. If we continue to generate studies at even the present rate, without a major ‘leap forward’ in terms of integrative theory, we shall drown in our data“ (vgl. McGrath & Altman, 1966, S. 9; Rogers & Shoemaker, 1971, S. 346). Rogers‘ Antwort auf diesen Missstand ist sein Integrationskonzept der „Meta-Forschung“ (Rogers & Shoemaker, 1971), hergeleitet aus Mertons Leitlinie einer „Theorie Mittlerer Reichweite“. Sein Vorgehen beschreibt Rogers allgemein als „the synthesis of empirical research results into more general conclusions at a theoretical level“ (Rogers, 1983, S. 130; vgl. Rogers, 1985). Ziel dabei ist, ein Maximum an Befunden zur Verbreitung spezifischer Innovationen inhaltsanalytisch auszuwerten und daraus Aussagen zu gewinnen, die für Innovationen im Allgemeinen Gültigkeit besitzen. Um das umfangreiche Angebot und die breite Vielfalt der zu integrierenden Studien bewältigen zu können, macht Rogers zwei Zugeständnisse.

Erstens verzichtet er auf das Aufstellen komplexer Modelle. Stattdessen fasst er seine Theorie in ein Bündel bivariater Aussagen. Zur Rechtfertigung schreibt er:

⁴ Allerdings beziehen sich McGrath und Altman nicht auf Diffusionstheorie, sondern auf Kleingruppenforschung.