

Teenager und die digitalen Medien

Von Ilka Kuhagen

Die heutigen Teenager wurden Anfang der 90er Jahre geboren und erlebten eine unglaubliche Entwicklung vom PC mit Kinderspielen über den Laptop im Grundschulalter zum digitalen Networking als Teenager. Selbstverständlich haben alle Teenager bereits ein Handy und Internet. Nur, wie gehen diese Jugendlichen mit den neuen Medien um – wie nutzen sie diese?

Das Marktforschungsunternehmen IKM führte 2007 eine internationale Studie durch, um die klassische Methoden der qualitativen Marktforschung im neuen Umfeld der Online-Befragung zu testen. In zwölf Ländern diskutierten jeweils 24 Teenager über einen Zeitraum von drei bis fünf Tagen online über die Nutzung von Handy und Internet für ihre Kommunikation.

Qualitative Online-Diskussion

Dazu trafen sich die Testpersonen, Moderator und Beobachter zu einer so genannten asynchronen Online-Diskussion in einem virtuellen Studio. Eine solche Diskussion online durchzuführen, ermöglicht die Auswahl der Teilnehmer ohne regionale Grenzen. So konnten in einer Gruppe sowohl Teenager aus dörflichem Umfeld und aus der Großstadt wie auch aus Nord- und Süddeutschland gleichzeitig diskutieren. Diese Form der asynchronen Diskussion erlaubt es den Testpersonen zu den individuell am besten geeigneten Tageszeiten an der Befragung teilzunehmen. Dies kam gerade den Teenagern mit den voll gepackten Terminkalendern zwischen Schulstress und Freizeitaktivitäten entgegen.

Die Diskussion ist für alle auf dem Bildschirm zu sehen, jedoch mit verschiedenen Oberflächen für Moderator, Testperson, Kunden und Beobachter. Die Anonymität der Teilnehmer wird durch passwortkontrollierten Zugang und Decknamen gewährleistet. Die Testperson kann nur die Fragen des Moderators und die Antworten der anderen Teilnehmer sehen. Dies ermöglicht eine Mischung von Jungen und Mädchen im pubertären Alter, was in einer normalen Gruppendiskussion nicht empfehlenswert ist.

Alle Beobachter haben während der Diskussion die Möglichkeit, dem Moderator Fragen und weiteren Klärungsbedarf anzumelden. Moderator und Beobachter sitzen dabei bequem in Ihren Büros und müssen nicht in ein Studio und von Stadt zu Stadt reisen. Als Grundlage für die Diskussion können Fotos und Videos hochgeladen und Webseiten verlinkt werden, aber auch die Teilnehmer können mit Fotos, Webcams, Videos und Websites die Diskussion bereichern.

Gerade die jüngere Generation gilt als besonders internet-affine Zielgruppe. Teenager kommunizieren intensiv über das Internet und bevorzugen diesen Kommunikationskanal. Deshalb erschien auch die Form der Online-Diskussion gerade für die Altersgruppe der 15- bis 16-jährigen geeignet.

Nutzung des Handy

Das Handy ist für die meisten Teenager ein unentbehrlicher Begleiter. Das Handy muss ein Multifunktionaltalent sein, denn als solches wird es auch eingesetzt. Die Anwendungen gehen weit über das Telefonieren hinaus. Oft war das Handy ein Geschenk und die Einheiten müssen dann selbst bezahlt werden. Das führt dazu, dass Telefongespräche über das Handy eine untergeordnete Rolle spielen. Ein Telefongespräch wird nur für wirklich wichtigen Informationsaustausch geführt, bei dem man den Partner persönlich erreichen muss. Das Handy ist wie eine lange Leine zu den Eltern – man kann jederzeit erreicht werden (mit allen Vor- und Nachteilen), aber auch kurze Hilferufe „bitte abholen“ tätigen. Zusätzlich wird es als Sicherheitsfaktor für mögliche Notrufe gesehen.

Die wichtigste Funktion ist aber das SMSen: Textnachrichten in Kurzform an Freunde. Durchschnittlich zehn Nachrichten erhält ein Teenager am Tag, manche Teenager, die entsprechende Verträge haben sind „dauerhaft am tippen“. Diese Texte dienen nicht nur der Übermittlung von Informationen über einen Treffpunkt, Uhrzeiten oder Hausaufgaben, sondern vor allem auch der Pflege von Bekanntschaften oder einfach nur der Unterhaltung. Oft wird nur ein kurzes „Gute Nacht“ oder „wie geht's“ geschickt. Mache Jugendliche führen auch kontroverse Diskussionen gerne über SMS „da es persönlicher ist“. Es hört keiner mit, wie auf dem Schulhof bei einer Unterhaltung – und man kann sich die Antwort in Ruhe überlegen. Textnachrichten bleiben gespeichert und können die Zeit an der Bushaltestelle helfen zu verkürzen, wenn man mit Freund oder Freundin alte Nachrichten durchblättert.

Für viele Teenager ist das Handy die einzige Uhr, die man immer dabei hat und auch der Wecker am Morgen. Fotografieren ist eine wichtige Funktion – witzige Schnappschüsse von Freunden werden über Bluetooth ausgetauscht und bleiben auf dem Handy gespeichert. Integrierte MP3-Player sorgen für ständige musikalische Unterhaltung, aber auch für Gespräche über

Musik und deren Austausch. Bluetooth und Infrarot sind unentbehrlich für die kostenlosen Transfers dieser Dateien.

Ohne Handy fühlen sich die Teenager einsam und abgeschnitten von der Außenwelt: „als ob ich im 18. Jahrhundert leben würde.“ Selten wird es ausgeschaltet, höchstens auf lautlos. Es besteht das Risiko, wichtige Informationen zu verpassen und bei Unternehmungen ausgeschlossen zu werden.

Entwicklung einer eigenen „digitalen“ Sprache

Die größte Herausforderung für die Moderatoren dieser Studie lag allerdings in der völlig eigenen Sprache, die sich bei dieser Zielgruppe für die Online-Kommunikation (SMS und Chat) herausgebildet hat. Hier ist ein Beispiel aus dem indischen Forum:

“CUM 2 KNW HW BIG A FAM M I OF ROCK ND G N R I LOVE ROCK ACTIVITIES WUD B I PLAY SOCCER 4 MA CLUB ..!HI PPL!!!”

Die Abkürzungen erlauben sowohl beim SMSen mehr Inhalt in eine kurze SMS zu bringen, als auch im Real-Time-Chat schnell zu diskutieren.

Nutzung des Internet

Das Internet ist für alle Jugendlichen eine Selbstverständlichkeit und wird hauptsächlich zur Kommunikation verwendet: Chatten, Instant Messaging, Skype und Networking mit Freunden, Kontakt halten, Termine vereinbaren und sich „über alles mögliche“ unterhalten. Am liebsten möglichst direkt und in Real Time, gleich nach der Schule. Online-Recherchen für Referate oder Hausaufgaben spielen dabei nur eine untergeordnete Rolle.

Für die meisten Teenager sind altersgemäß vor allem Parties und Freunde wichtig – sie haben Freunde in der realen Welt und kommunizieren mit diesen realen Freunden online.

„Der Unterschied zu einer richtigen Party ist, dass man da immer hineinge-



hen kann – Tag oder Nacht – ohne mich besonders anzuziehen und einfach über manche Dinge leichter reden kann, als wenn man sich gegenüber steht“

Die Teenager sind sich der Gefahren des Internets und des Kennenlernens von neuen Freunden über das Internet bewusst. Sie schützen sich aktiv vor Missbrauch durch die Verwendung verschiedener Identitäten und E-Mail-Adressen, je nach Freundeskreis. Es gilt die goldene Regel:

C „Gib niemals Fremden deine wahre Identität oder Adresse preis.“

Ihre Privatsphäre ist den Teenagern besonders wichtig. Die meisten haben einen eigenen unkontrollierten Zugang zum Internet und sind überzeugt, dass ihre Eltern keine Ahnung haben, was sie im Internet machen. Die Privatsphäre am PC ist wesentlich höher als am Telefon mit Festnetz oder bei Parties oder auf dem Schulhof, wo immer

auch andere das Gespräch hören können. Das Handy und das Internet ermöglichen die Kommunikation nicht nur außerhalb der üblichen Zeiten, sondern vor allem ohne Lauscher. Gerade für Gespräche, die heikle und sehr persönliche Themen berühren, ist der Chat oder Instant Messaging besonders geeignet: „Wir sagen uns Dinge, die würden wir uns sonst so nie sagen.“ Oft werden sogar Auseinandersetzungen lieber online ausdiskutiert.

- **ICQ, MSN** eignen sich zur schnellen, kostenlosen, meist eher oberflächlichen Kommunikation. Hier sieht man, wer gerade online ist, erkundigt sich nach dem Wohlergehen, verschickt Links zu lustigen Websites, Videoclips oder Musik und verabredet sich für Treffen in der realen Welt.
- **Chatrooms** bieten die Möglichkeit mit Freunden Themen zu diskutieren, die Anonymität und Privatsphäre erfordern. Jeden Tag gibt es neue Themen.
- **Loklisten:** Hier trifft man sich nach der Schule mit Freunden und lernt Freunde von Freunden kennen. Ein soziales Netzwerk entsteht.
- **E-Mails** nutzt diese Altersgruppe kaum. Höchstens als Ersatz für einen echten Brief oder um mit Leuten in Kontakt zu bleiben, die nicht IM nutzen.



Lexikon: Deutsch - Teenager-Deutsch

kein Problem	kp
no problem, null problemo	np
vielleicht	vllt
keine Ahnung	kA
einverstanden – ok	k
bis später – see you	cu
bitte – please	pls
danke – thanks	thx
bin nicht erreichbar – away from keyboard	afk
oh mein gott	omg
hab dich lieb	hdl
lustig – laughing out loudly	lol
sehr lustig – rolling on the floor laughing	rofl
wenn man etwas lustig findet	^^

Manche Jugendliche sind bis zu fünf Stunden am Tag online, durchschnittlich lag die Zeit bei zwei Stunden täglich. Teenager entwickeln sich dabei zu Multitaskingtalenten: ICQ und Chat sind häufig parallel zu Hausaufgaben oder Freizeitaktivitäten eingeloggt. Am Computer wird oft der Stress des Schulalltags abgebaut. Online-Games werden allerdings nur von wenigen, meist männlichen Jugendlichen gespielt, dann allerdings intensiv.

Second Life ist in dieser Altersgruppe völlig uninteressant. Weder haben die befragten Jugendlichen selbst jemals Second Life ausprobiert, noch kennen sie irgendwelche anderen Jugendlichen, die dort verkehren. Man hat seine Freunde in der realen, Welt in der Schule, beim Sport und in der Freizeit. Die Jugendlichen bedauern „solche, die es nötig haben, sich die Freunde in der virtuellen Welt zu suchen“. Sie sind viel zu sehr damit beschäftigt, sich in der realen Welt zu orientieren und haben für die virtuelle neue Welt keine Zeit – oder, noch nicht. ➤

Online-Kommunikation

IM	Chatroom	Social Net	E-Mail
Real time	Real time	Real time	Asynchron
Sehen, wer online ist	Sehen, wer online ist	Sehen, wer online ist	Zeitverzögerte Antwort
Freunde	Anonym	Freunde + Freunde von Freunden	Freunde
Privatsphäre	Privatsphäre	Öffentlich	Privatsphäre
Kostenlos	Kostenlos	Kostenlos	Kostenlos
Sehr oft	Manchmal	Oft	Selten
Schnell, Unterhalten, Termine machen, heikle Themen	Alles und jedes, auch heikle Themen!	Dating, neue Leute kennenlernen, Treffen/Parties organisieren	In Verbindung bleiben mit Freunden



Dipl.-Kauffrau Ilka Kuhagen, IKM, hat sich seit 1994 auf qualitative Marktforschung in multinationalen Studien spezialisiert.