Peter Glotz,
Stefan Bertschi, Chris Locke (Hg.)

Daumenkultur

Das Mobiltelefon in der Gesellschaft

[transcript] Kultur- und Medientheorie

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Daumenkultur
Das Mobiltelefon in der Gesellschaft

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Im Gedenken an Professor Peter Glotz
(1939-2005)

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Peter Glotz, Stefan Bertschi, Chris Locke (Hg.)

Daumenkultur
Das Mobiltelefon in der Gesellschaft

Aus dem Englischen von Henning Thies

[transcript]

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
http://dnb.ddb.de abrufbar.

© 2006 transcript Verlag, Bielefeld

**This work is licensed under a Creative Commons
Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 3.0 License.**

Die englische Ausgabe des Bandes erschien 2005 unter dem Titel
Thumb Culture: The Meaning of Mobile Phones for Society bei transcript

Umschlaggestaltung und Innenlayout:
Kordula Röckenhaus, Bielefeld
Projektmanagement: Gero Wierichs, Bielefeld
Satz: Andreas Hüllinghorst, Bielefeld
Druck: Majuskel Medienproduktion GmbH, Wetzlar
ISBN 3-89942-473-5

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei
gebleichtem Zellstoff.

Besuchen Sie uns im Internet:
http://www.transcript-verlag.de

Bitte fordern Sie unser Gesamtverzeichnis
und andere Broschüren an unter:
info@transcript-verlag.de

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Inhalt

Peter Glotz
Vorwort
9

Peter Glotz, Stefan Bertschi und Chris Locke
Einleitung
11

Erster Teil: Kulturelle Identitäten

Hans Geser
Untergräbt das Handy die soziale Ordnung?
Die Mobiltelefonie aus soziologischer Sicht
25

Jonathan Donner
Die sozialen und wirtschaftlichen Implikationen
der Mobiltelefonie in Ruanda:
Eine Typologie unter dem Gesichtspunkt
Telefonbesitz und Telefonzugang
41

Larissa Hjorth
Postalische Präsenz:
Eine geschlechtsspezifische Fallstudie zur
Personalisierung von Mobiltelefonen in Melbourne
61

Genevieve Bell
Das Daumenzeitalter:
Eine kulturelle Deutung der Handytechnologien aus Asien
79

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Leslie Haddon
Kommunikationsprobleme
105

Richard Harper
Vom Teenagerleben zur viktorianischen Moral und zurück:
Der technologische Wandel und das Leben der Teenager
117

Zweiter Teil: Mobile Persönlichkeiten

Jane Vincent
Emotionale Bindungen im Zeichen des Mobiltelefons
135

Joachim R. Höflich
Das Mobiltelefon im Spannungsfeld zwischen
privater und öffentlicher Kommunikation:
Ergebnisse einer internationalen explorativen Studie
143

Michael Hulme und Anna Truch
Die Rolle des Zwischen-Raums bei der Bewahrung
der persönlichen und sozialen Identität
159

Leopoldina Fortunati
Das Mobiltelefon als technologisches Artefakt
171

Kristóf Nyíri
Das Mobiltelefon als Rückkehr zu nichtentfremdeter Kommunikation
185

James E. Katz
Mobile Kommunikation und die Transformation des Alltagslebens:
Die nächste Phase in der Mobiltelefon-Forschung
197

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Dritter Teil: Aus der Sicht der Telefonbranche

Raimund Schmolze
Die Auseinandersetzung mit zukünftigen, sich ändernden Kundenbedürfnissen
215

Peter Gross und Stefan Bertschi
Die mobile Multioptionsgesellschaft: Eine Frage der Aufladungstechnik?
221

Lara Srivastava
Handymanie, mobile Sitten
233

Nicola Döring und Axel Gundolf
Dein Leben in Schnappschüssen: Mobile Weblogs (Moblogs)
247

Laura Watts
Zukunftsdesign: Geschichten aus der Handybranche
265

Paul Golding
Die Zukunft der Mobiltelefonie im Zeitalter der dritten Handygeneration (UMTS)
277

Nick Foggin
Mobiltelefon-Mythen und mobile Datenübertragung
297

Zusammenfassung und Ausblick: Der Delphi Report

Peter Glotz und Stefan Bertschi
Menschen, Mobiltelefone und Gesellschaft: Abschließende Erkenntnisse aus einer internationalen Expertenbefragung
311

Autorinnen und Autoren
343

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Vorwort

Als ich, damals noch Direktor am Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement der Universität St. Gallen, an René Obermann, den Vorstandsvorsitzenden von T-Mobile International, wegen der Finanzierung der vorliegenden Studie herantrat, fand ich sofort offene Ohren. Meine These war, dass das Mobiltelefon, dieses manchmal unscheinbare, manchmal grelle, manchmal ausschließlich zu Geschäftszwecken, manchmal ausschließlich zum persönlichen Netzwerkaufbau, gelegentlich aber auch vielfältig und raffiniert genutzte Stück Hardware, die Kultur des Zusammenlebens der Menschen ändert: Das Handy (wie das Mobiltelefon in Deutschland umgangssprachlich genannt wird) ist ein Artefakt, wie ein römisches Viadukt oder die ungeheuren Wasserbehälter, mit denen Missionare der indischen Kultur auf Ceylon die Ebenen fruchtbar gemacht haben. »Nur ist das Mobiltelefon international«, sagte ich. »Aber es wird in unterschiedlichen Kulturen unterschiedlich genutzt«, bekam ich zur Antwort. Und dann benutzte René Obermann den aus Japan stammenden Begriff der »Daumenkultur« (*Thumb Culture*), der jetzt zum Titel dieses Bandes geworden ist.

Unsere Forschungsarbeit durchlief verschiedene Stadien: Desk-Research, ein internationaler Experten-Workshop in London, eine Delphi-Umfrage und die herausgeberische Arbeit am vorliegenden Buch. Wir identifizierten eine Scientific Community von Kommunikationsforschern, Soziologen, Philosophen und Psychologen, die sich in den USA, Großbritannien, Deutschland, Italien, der Schweiz, Ungarn und anderswo mit den neuen kulturellen Mustern auseinandersetzten, die der Mobilfunk geschaffen hat. In unserer Einleitung zum vorliegenden Band stellen wir die verschiedenen Perspektiven dar. Sie haben das Leben von Milliarden von Menschen verändert, durch den Megatrend der Beschleunigung, durch die Individualisierung kommunikativer Netzwerke, durch die Veränderung der Sprache beim Absetzen von Kurzmitteilungen (SMS) – man denke an die terroristischen Anschläge von New York, Madrid und London –, durch die Individualisierung und Fetischisierung des Objektes Mobiltelefon und den Prozess der mobilen Kommunikation selbst. Noch vor zwei Jahrzehnten, als Pioniere (zum Beispiel der 2003 verstorbene Kommunikationsforscher Axel Zerdick aus Berlin oder Ithiel de Sola Poole vom MIT) das Telefon

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

als Kommunikationsmittel zu erforschen begannen, hielten viele dieses Instrument (damals noch das Festnetz) für einen reinen Übermittlungskanal für Zweckkommunikation. Telefonkommunikation schien uninteressant, weil sie die »Öffentlichkeit« und die »öffentliche Meinung« (was immer das sei) nicht zu beeinflussen schien. Mit dem Telefon machte man – von Wahl- und Produktwerbung abgesehen –, keine Propaganda. Heute hat die internationale Kommunikationsforschung die Methoden entwickelt, zu zeigen, dass Telefon und Internet sozusagen hinterrücks die Kommunikationsgewohnheiten der Menschen umstülpen. Paul Lazarsfelds klassischer Begriff des »persönlichen Einflusses« (*personal influence*) bekommt dadurch ein neues Profil. Ein wichtiger Teil der Kommunikation verlagert sich auf »neue Medien« und umgeht die Massenkommunikation, die vor ein paar Jahrzehnten der eigentliche Gegenstand der Kommunikationswissenschaft sein sollte. Wissenschaftsgeschichtlich ist das eine Entwicklung, die man nur ironisch kommentieren kann.

T-Mobile hat sich mit dem Aufgreifen unseres Forschungsvorschlags als mutig erwiesen, weil grundstürzende technische Entwicklungen um den Mobilfunk insbesondere in Europa sowohl positive als auch negative Utopien, Fortschrittseuphorie wie Kulturkritik auslösen. Weltweit tätige Unternehmen neigen öfter mal zu der Philosophie: schweigen und genießen, anders gesagt: nicht problematisieren, sondern verkaufen. Das ist eher falsch. Die gesellschaftlichen Diskussionen holen die Ökonomie oft genug ein; große Unternehmen sollten nach gedanklicher Führung (*thought leadership*) streben. Damit können sie ihren wirtschaftlichen Erfolg, der natürlich durch intelligente Geschäftsmodelle und Marketing entsteht, langfristig absichern.

Mein Dank gilt Stefan Bertschi, dem Projektleiter dieser Studie, Chris Locke, dem Mitherausgeber des vorliegenden Bandes und Beat Schmid, dem Geschäftsführenden Direktor des Instituts für Medien- und Kommunikationsmanagement (MCM) an der Universität St. Gallen, der seine schützenden Hände über uns gehalten hat, wo das notwendig war. Er gilt natürlich insbesondere T-Mobile International, die sich als kluger und zurückhaltender Sponsor erwies.

August 2005
Peter Glotz

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Einleitung

Peter Glotz, Stefan Bertschi und Chris Locke

Das Mobiltelefon (Handy) ist aus unserem Alltag kaum noch wegzudenken – nicht nur in den entwickelten Ländern, wo der Sättigungsgrad mit Handys den Schluss nahe legt, dass es mehr Mobiltelefone als Einwohner gibt, sondern auch im Rest der Welt. Handyhersteller wenden sich inzwischen vom gesättigten europäischen Markt ab und konzentrieren ihre Aufmerksamkeit auf Länder wie China – das sich rühmt, die weltweit größte Teilnehmerzahl am Mobiltelefonverkehr zu haben – und zunehmend auch auf die Entwicklungsländer, in denen die Mobilfunktechnologie das vorangehende Stadium des flächendeckenden Aufbaus eines stabilen Telefon-Festnetzes vielfach überspringt. Mit dieser Allgegenwart geht ein Wandel in der Rolle des Mobiltelefons als soziales Artefakt einher.

Bekanntlich ermöglicht das Mobiltelefon eine einfache soziale Kommunikation, doch wird seine Funktion in der sozialen Interaktion und im Alltagsleben zunehmend komplexer. Es ermöglicht soziale Interaktionen, soziale Hierarchien, soziale Kommunikation. Es wird indes auch zum Fetisch, der das Gefühl individueller Identität stärkt. Die Handytechnologie zieht Veränderungen nach sich, etwa in der Art und Weise, wie wir beruflich und geschäftlich agieren. Das Handy ist ein Gerät, das unseren Umgang mit Raum und Zeit verändert, ein Gerät zur Übermittlung kurzer Textbotschaften, aber auch ein Supercomputer in unserer Hand, der in der Lage ist, mehr Computeraufgaben zu übernehmen als eine Apollo-Rakete. Das Handy ist, kurz gesagt, ein Sprachübermittlungsgerät, dessen weitergehende Möglichkeiten von der übergroßen Mehrheit der Nutzer überhaupt nicht genutzt werden. Es ist all dies, und noch mehr.

Ganz besonders wird das Handy aber wohl mit *persönlicher Präsenz* in Verbindung gebracht. Mit dem Festnetztelefon rufen wir einen Ort an, mit dem Mobiltelefon eine Person. Immer stärker rechnen wir damit, dass die Person am anderen Ende der Leitung umgehend erreichbar ist, und sind frustriert, wenn der Anruf nicht entgegengenommen wird oder wenn wir auf den computergestützten Anrufbeantworter umgeleitet werden (Voicemail) – eine typische Frustration, die in den

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Beiträgen dieses Bandes noch eingehender untersucht wird. Auf tragische Weise haben wir in jüngster Vergangenheit erleben müssen, wie stark Mobiltelefone mit der Gegenwart einer Person verbunden sind – durch den Schock ihrer plötzlichen Assoziation mit Abwesenheit und Tod. Bei scheußlichen Terroranschlägen haben Handys in jüngster Zeit eine ganze Reihe wichtiger Funktionen übernommen. Dabei wurde auf krasse Weise deutlich, wie eng diese Telefone mit unserer sozialen und kulturellen Existenz verwoben sind. Am schlimmsten war die Verwendung von Handys als Bombenzünder bei den Anschlägen in Madrid im Jahre 2004. Anschließend führten die Handy-Verbindungsdaten allerdings auch auf die Spur der Bombenleger. Bei den Londoner Bombenanschlägen von 2005 dienten im ganzen Durcheinander nach den Explosionen Handys dazu, sich von der Unversehrtheit geliebter Menschen zu überzeugen – zu überprüfen, ob sie noch unter uns weilten –, und zwar in einer solchen Verbindungsdichte, dass die Netze kurz vor dem Zusammenbruch standen. In den Tagen nach den Bombenanschlägen waren Mobiltelefone als Beweismittel gefragt, als zunächst die Nachrichtensender und dann auch die London Metropolitan Police um private Mobiltelefonfotos und Videobeweise für das schreckliche Geschehen baten. Der Bitte wurde in einem solchen Ausmaß entsprochen, dass die Bilderflut sintflutartige Ausmaße annahm. Einige der schockierendsten und am häufigsten gezeigten Bilder von den Bombenanschlägen waren die grobkörnigen, unterbelichteten Aufnahmen, die Passagiere unmittelbar nach dem Ereignis mit ihren Handys gemacht hatten. Welch zentrale Rolle das Mobiltelefon in unser aller Leben spielt, wird auf geradezu perverse Weise dadurch unterstrichen, dass wir im Katastrophenfall sofort zu unseren kleinen Handys in den Taschen greifen, um uns mit unseren Angehörigen in der Welt da draußen in Verbindung zu setzen – zugleich aber auch, um die Ereignisse, an denen wir gerade teilhaben, festzuhalten. So ergibt sich eine doppelte Interpretation unserer Gegenwärtigkeit in der Welt: »*Ich* bin's« und »Ich bin *hier*«.

Mit der Veränderung von Rolle und Funktion des Mobiltelefons in der Gesellschaft – sie nahm, als die Teilnehmerzahlen während der 1990er Jahre in Europa und Asien sprunghaft, fast explosionsartig anstiegen, an Komplexität rasch zu – ging eine ebenso rasche Entwicklung der einschlägigen Forschung zu den sozialen und kulturellen Auswirkungen der Mobiltelefonie einher. Es ist diese explosionsartige Ausweitung der Forschung, aus akademischer wie aus industrieller Sicht, mit der sich der vorliegende Band auseinandersetzt. Bisweilen stand und steht die sozialwissenschaftliche Forschung zur Mobiltelefonie im Schatten der parallelen Forschungen zum Internet. Im letzten Jahrzehnt haben wir gleichzeitig zwei technologische Revolutionen im Bereich der Kommunikation erlebt, und wir steuern nun mit großer Geschwindigkeit auf die Konvergenz dieser beiden Entwicklungen zu.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Entsprechend sind im neuen Jahrhundert ein stetiges Anwachsen und eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Forschung zum Mobiltelefon zu verzeichnen. Führend waren dabei die in diesem Band vertretenen Autoren; in ihren Arbeiten wurden klare Grundlagen für unser Verständnis der zentralen Rolle gelegt, die das Handy im Alltagsleben der Menschen spielt.

Das alles überragende Thema im vorliegenden Band ist die Untersuchung der Auswirkungen des Mobiltelefons auf das Leben seiner Benutzer und auf die Gesellschaft als Ganzes. Es soll gezeigt werden, welche Bedeutung das alles hat. Der Titel des Buches, *Daumenkultur*, akzentuiert die gegenwärtige Art der manuellen Interaktion mit dem Gerät: Der Benutzer wählt Nummern, tippt Textbotschaften, nimmt Fotos auf oder navigiert ein mobiles Internetportal, wie i-mode in Japan: »Junge Japaner bedienen ihre Handys so virtuos – wobei sie die Tastatur oder einen Joystick in Knopfform mit dem Daumen traktieren –, dass manche Leute bereits von einer neuen ›Daumenkultur‹ sprechen« (vgl. Joyce 2000). Der Daumen eines japanischen Schulmädchens »bewegte sich auf der Handytastatur mit derselben Blitzgeschwindigkeit, wie Midori ein Violinkonzert spielt. ›Wir nennen das Daumenkultur‹, sagte Yumiko Hayashi, meine Übersetzerin. ›Es ist manchmal wirklich beängstigend, in der U-Bahn zu beobachten, wie all diese Leute auf Handys mit ihren Daumen sprechen‹« (vgl. Friedman 2000). Was man in Japan bereits um das Jahr 2000 beobachten konnte, zeigte sich bald auch in westlichen Ländern. Es ist diese Daumenkultur, die die Bedeutung von Mobiltelefonen für die Gesellschaft definiert.

Wir beginnen diesen Band mit einer Sektion, die übergeordnete Erörterungen zur Rolle des Mobiltelefons bietet. *Hans Geser* eröffnet diesen ersten Teil mit einer Untersuchung der potenziell subversiven und regressiven Auswirkungen der Mobiltelefonie – der Rück(ver)bindung des Individuums an eine kleinere, engere soziale Welt, die mit ihrer Konzentration auf kleine, individuell geprägte soziale Netzwerke möglicherweise solipsistisch ist und darüber die größere, sie umgebende, institutionell gebundene Gesellschaft aus dem Blick verliert. Laut Geser fungiert das Mobiltelefon zum einen als Ermächtigungstechnologie, welche die Kommunikationsmacht in die Hände des Individuums legt, zum anderen verlagert und verändert seine Mobilität die Kommunikation innerhalb der Gesellschaft – weg von den stabilen, formal institutionalisierten Kommunikationskanälen hin zu dezentralisierten, individualisierten Netzwerken. Diese Befreiung von der institutionalisierten Tyrannei von Ort und Zeit, die Geser als eine radikale Kraft identifiziert, weist, so sein Argument, in eine geradezu »anti-evolutionäre« Richtung, woraus sich eine Art gesellschaftliche Rückentwicklung von der homogenisierten Kultur der Vielen zu einer heterogenen Kultur des Individuums ergibt.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Die durch das Handy ermöglichte Orts- und Zeitungebundenheit wird von *Jonathan Donner* in seinem Beitrag weiter ausgeführt, in dem es darum geht, wie das Mobiltelefon in Entwicklungsländern zum sozialen Wandel beiträgt. Donners Kapitel ist der erste von drei Beiträgen im vorliegenden Band, die sich unter regionalem Gesichtspunkt in sozialen und ethnographischen Studien mit den weltweit von der Mobiltelefonie hervorgerufenen Veränderungen befassen. Donner untersucht Handybenutzer in Ruanda, für die ihr Mobiltelefon ein teurer Wertgegenstand ist. Hauptsächlich von kleinen Geschäftsleuten, Männern wie Frauen, benutzt, hat das Handy die Macht, deren Geschäftshorizont zu erweitern, deren Arbeitsplatz und Arbeitszeiten zu öffnen und flexibler zu gestalten. Dadurch können die Betreffenden ihre Arbeit in einem zuvor undenkbaren Maße effizient organisieren. In einem von Donner dokumentierten Fall ist eine kleine Restaurantbetreiberin in der Lage, mit Hilfe ihres Handys jene simple »Just in time«-Lagerhaltung und Auslieferungstechnik zu entwickeln, für die – wenngleich in wesentlich größerem Maßstab – Großfirmen Millionen in IT-Systeme und Beraterhonorare investieren müssen. An beiden Enden dieser Skala sind die Auswirkungen der Technologie im Grunde genommen einfach, für die kleine Restaurantbesitzerin in Ruanda ebenso wie für multinationale Großkonzerne. Die Technologie bietet die Freiheit, sich in Raum und Zeit frei zu bewegen und trotzdem mit dem Geschäft verbunden zu bleiben, geschäftliche Entscheidungen unverzüglich zu treffen und die Firma nach den auf der Mikroebene ständig sich wandelnden Anforderungen zu führen.

Von der Geschäftsführung individueller Firmen zur sozialen Aushandlung persönlicher Individualität – in ihrer Untersuchung zur Personalisierung des Mobiltelefons in einer australischen Bezugsgruppe sieht *Larissa Hjorth* das Versenden von Text- (SMS) und Bild-Botschaften (MMS) als zentral für die Aufrechterhaltung persönlicher Sozialkontakte an. Im Zentrum dieser Aktivitäten steht das Handy selbst, als Gerät zum Versand von Botschaften ebenso wie als Artefakt, das durch Personalisierung, durch die persönliche Auswahl von Gestaltungselementen, eine Botschaft über den betreffenden Nutzer vermittelt. Durch die Auswahl von Bildschirmschonern, Klingeltönen und Schutzhüllen für das eigene Handy können die Nutzer, wie Hjorth in ihrer Studie dokumentiert, ihre eigene Persönlichkeit zur Schau stellen (wobei es sich um eine Fetischisierung des Objekts handelt, wie in Leopoldina Fortunatis Beitrag zum vorliegenden Band ausführlicher gezeigt wird). Hjorth sieht in dieser Personalisierung einen performativen Akt im Sinne von Judith Butlers Definition. Es zeigt sich, dass Geschlechtsrollen und Identität nicht angeboren sind, sondern im Alltag permanent eingeübt, geprobt und ausgedrückt werden. Im Fall des Mobiltelefons erscheint die Personalisierung als Extension dieses performativen Ausagierens von Geschlecht und Identität. Das Handy wird

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

zum Träger der praktizierten Identität des Individuums, es vermittelt über die gewählten Schutzhüllen, Klingeltöne etc. diese Identität auch im unmittelbaren sozialen Umfeld des Nutzers.

Genevieve Bell entwickelt in ihrem Beitrag die Thematik des Identitätsmanagements weiter. Im Überblick über verschiedene asiatische Gesellschaften untersucht sie, wie das Handy dort verwendet wird, um individuelle Identitäten und soziale Rollen innerhalb von Familien und festgefügten sozialen Gruppen aufrechtzuerhalten. So kann zum Beispiel den rigiden Hierarchien in solchen Kulturen leichter Genüge getan werden, wenn der Name des Anrufers für den Handynutzer auf dem Display zu ersehen ist, bevor der Anruf entgegengenommen wird. Unter anderem zeigt Bell, wie eine koreanische Nutzerin fünf verschiedene Klingeltöne für fünf verschiedene soziale Gruppen einsetzt. Auf diese Weise wird sie in die Lage versetzt, vor Entgegennahme des Anrufs sich auf die richtige Grußetikette vorzubereiten, um keinesfalls einen ihrer Anrufer zu verletzen. Hier liegt eine interessante Entwicklung bei der Verwendung von Klingeltönen vor – weg vom Klingelton, der den individuellen Handybesitzer identifiziert, hin zum Klingelton, der die soziale Gruppenzugehörigkeit des Anrufers signalisiert. Hier zeigt sich, auf welch komplexe Weise in verschiedenen Kulturen rund um den Globus ähnliche technologische Entwicklungen für recht unterschiedliche soziale Zwecke genutzt werden können. Bell erörtert ferner, wie das Handy spezifisch eingesetzt wird, um soziale Interaktionen zwischen Familienmitgliedern auszuhandeln, wobei nicht nur die Hierarchien aufrechterhalten werden, sondern auch ein Gefühl von Sicherheit vermittelt wird. Man kauft den Kindern Mobiltelefone, um jederzeit mit ihnen kommunizieren zu können, aber auch als eine Art *fort/da*-Spiel der Eltern mit ihren Kindern. Dann fungiert das Handy gleichsam als Nabelschnur zwischen Eltern und Kindern, mit deren Hilfe sich die Eltern stets vom Wohlergehen und der Sicherheit ihrer Kinder überzeugen können.

Die beiden nächsten Beiträge widmen sich detaillierter engen familiären Interaktionen. *Leslie Haddon* fügt seinen zahlreichen Forschungsbeiträgen zum Gebrauch des Telefons einen weiteren hinzu, in dem er untersucht, welche spezifischen Probleme sich als Spannungsherde zwischen Gruppen von Nutzern erweisen. Haddon zeigt, wie sich eine gestörte Kommunikation zwischen den Generationen auf den Gebrauch des Mobiltelefons übertragen kann. Diese Kommunikationsprobleme stammen, so Haddon, aus der Festnetztelefonie und werden durch Handys noch verschärft. Speziell erörtert Haddon die Frage, wie die Frustration, die wir oft im Umgang mit Voicemail und Anrufbeantwortern verspüren, sich bei Mobiltelefonen noch verstärkt, wo die Chance, dass der oder die Angerufene tatsächlich gerade nicht erreichbar ist, deutlich geringer ist.

Vertraute Konfliktthemen wie Rechnungen und Geld spielen auch

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

im Zusammenhang mit Mobiltelefonen eine große Rolle, und die Verhandlung der Handykosten zwischen Familienmitgliedern, speziell Eltern und Kindern, ist das Thema des Beitrags von *Richard Harper* zum vorliegenden Band. Dabei sieht Harper die Verhandlungen über Handykosten nicht in erster Linie als etwas für die Mobiltelefonie Spezifisches an, sondern als Einzelfall eines generelleren Streitthemas zwischen Eltern und Kindern – als Teil der elterlichen Bemühungen, den Nachwuchs auf eine größere soziale Welt als die Familie vorzubereiten. Fast schon komisch wirkt das von Harper herangezogene Beispiel eines Vaters, der sich darüber ärgert, dass seine Kinder seine Würste aus dem Kühlschrank gestohlen haben. Nicht die Tatsache, dass die Würste von anderen verzehrt wurden, ärgert den Vater – er würde seinen Kindern Nahrung niemals verweigern –, sondern der Diebstahl zeigt dem Vater an, dass sich die Kinder über die ökonomischen Folgen ihres Handelns keinerlei Gedanken machen. Harper sieht derartige Auseinandersetzungen zwischen Eltern und Kindern – über fehlende Würstchen, aber auch über die hohen Handyrechnungen – als symbolisch an. Letztlich soll ja nicht der Konsum der Kinder eingeschränkt werden, sondern sie sollen sich der ökonomischen und sozialen Folgen ihres Handelns bewusster werden. Darum wird das Streitthema von den Eltern angesprochen. Wenn Eltern in den Familien mit ihren Kindern über Telefonrechnungen verhandeln, ist dies somit eine von vielen Eltern gewählte Methode, ihre Kinder auf eine Zeit vorzubereiten, in der sie eigenverantwortlich für die ökonomischen Folgen ihres Tuns einzustehen haben. Das Betreiben des Handys wird in diesem Kontext zu einer Aktivität, die Anlass zu moralischen und ethischen Diskussionen mit den eigenen Kindern liefert.

Im zweiten Teil des Bandes verlagert sich der Schwerpunkt der Untersuchungen vom Überblickshaften zu detaillierterer Konzentration auf kleine soziale Gruppen und das Individuum. Zunächst ist der Blickwinkel eher philosophisch als soziologisch. Beim Familienfokus in Haddons und Harpers Beiträgen knüpft *Jane Vincent* mit ihrer Betrachtung des emotionalen Spektrums an, das mit der Verwendung des Handys bei der Pflege der Beziehungen zu Familienmitgliedern und Freunden verbunden ist. Neben positiven emotionalen Assoziationen, die die Nutzer mit ihren Handys verbinden, registriert Vincent auch Panik- und Angstgefühle, die darauf verweisen, dass unsere zunehmende Abhängigkeit vom Mobiltelefon bei der Pflege sozialer Kontakte auch ihren Preis hat, wenn das Handy einmal nicht zur Verfügung steht. Die emotionale Verbindung zum Mobiltelefon ist eine Folge der Investitionen in unsere Handys, argumentiert Vincent. Zum einen werden die Geräte personalisiert – ein Aspekt, der bereits im ersten Teil Gegenstand der Betrachtung war –, zum anderen werden sie zu Repositorien unserer Erinnerungen und sozialen Verbindungen, in Ge-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

stalt von Telefonnummern, Fotos und Botschaften, die im Handy gespeichert sind. Das Telefon wird zur Ikone von »mir, meinem Handy und meiner Identität« (siehe den Beitrag von Hulme und Truch im vorliegenden Band), also zu einem Gegenstand, der unser soziales und emotionales Leben verkörpert, nicht nur erleichtert oder ermöglicht. Jane Vincent spricht auch das wachsende Problem an, welches darin liegt, dass das eigentlich private Gefühlsleben mit Hilfe eines Gerätes gepflegt wird, das eigentlich zum Gebrauch in einem öffentlichen Umfeld gedacht ist.

Diesen Gesichtspunkt greift *Joachim Höflich* in seinem Beitrag auf, in dem es um ein besseres Verständnis der Dynamik zwischen dem privaten persönlichen Raum und dem sozialen Raum der Öffentlichkeit geht. Höflich sieht im Handy eine »indiskrete« Technologie, die das Persönliche auf eine Art und Weise in die Öffentlichkeit trägt, die einen wachsenden kulturellen Trend in allen Kommunikationsmedien widerspiegelt – etwa den zunehmenden Trend zum Eindringen in die Intimsphäre mit aufdringlichem Reality-TV à la *Big Brother*. Höflich führt den Konflikt, der in der öffentlich-privaten Doppelrolle des Mobiltelefons beschlossen liegt, weiter aus. Die per Handy gepflegten sozialen Netzwerke sind meistens höchst privater Natur – nicht umsonst gibt es kein Telefonbuch für Handynummern –, und doch werden Gespräche in diesem privaten Kreis oft in sehr öffentlichen Räumen geführt. Höflich wählt in seinem Beitrag eine gesamteuropäische Perspektive – mit detaillierten Forschungsergebnissen, die zeigen, wo es zwischen manchmal unmittelbar benachbarten Ländern deutliche kulturelle Unterschiede hinsichtlich der Frage gibt, was beim Benutzen des Mobiltelefons in der Öffentlichkeit als zulässig gilt und was nicht. Was dabei deutlich wird, ist, dass Grundauffassungen zum Verhältnis von Privatsphäre und öffentlichem Raum beim Handygebrauch sich nicht leicht von einem Land auf das andere übertragen lassen: Ein in nordischen Ländern akzeptiertes Verhalten wird in stärker mediterran geprägten Ländern abgelehnt, und umgekehrt. Eindeutig trägt das Mobiltelefon zu einer Neudefinition des Gespürs für den persönlichen und den öffentlichen Raum bei, wobei auch möglicherweise tiefer verwurzelte nationale Verhaltensweisen kultureller wie sozialer Art zum Ausdruck kommen.

Diese Konzepte des sozialen Raums spielen auch im Beitrag von *Michael Hulme* und *Anna Truch* eine wichtige Rolle, in dem ein neues Feld zwischen den etablierten Bereichen Haus, Arbeit und soziales Leben konzeptionell entwickelt wird: der Zwischen-Raum (Interspace). Hulme und Truch argumentieren, dass, was einst nur als reiner Durchgangsraum existierte, nun im Zeichen der Mobilität des Telefons zum sozialen Raum sui generis wird. Von spontanen Kommentaren ihrer Probanden ausgehend definieren die beiden Autoren diesen Zwischen-Raum als zunehmend bedeutsam. Hier wie auch sonst kommen

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

die Beiträger unseres Bandes immer wieder auf die Art und Weise zurück, wie das Mobiltelefon die Grenzen von Raum und Zeit im sozialen Bereich ausweitet. Hulme und Truch zeigen, wie diese Grenzverschiebung ein ganzes Territorium neu eröffnet, das zum Verhandlungsort wird und immer dann existiert, wenn das individuelle Subjekt zwischen formeller definierten Räumen hin und her pendelt. Sich in diesem Punkt mit Hans Geser im ersten Beitrag des vorliegenden Bandes berührend, definieren die Autoren Interspace als Übergangsraum zwischen etablierten, stärker formalisierten Feldern, in dem diese sich überlappen. Das Individuum jongliert mit Rollen aus einem Spektrum verschiedener sozialer Felder, wobei es einen subjektiven Habitus generiert (um mit Bourdieu zu sprechen) und mit Hilfe des Handys viele soziale Identitäten managt. Die zur Bewältigung dieses neuen sozialen Raumes benötigten Strategien sind komplex, doch finden sich schon in den vorangegangenen Beiträgen Belege dafür, wie dieselbe Technologie, die diesen Raum erst ermöglicht hat, auch die Hilfsmittel bereitstellt, ihn zu bewältigen. (Man denke etwa an Genevieve Bells Koreanerin, die unterschiedliche Klingeltöne verwendet, um ihre vielfältigen sozialen Identitäten zu managen.) Das Mobiltelefon erweitert die multiplen sozialen Identitäten der Benutzer, bietet jedoch auch Lösungsmöglichkeiten zu deren Bewältigung.

Leopoldina Fortunati gehört seit Jahren zu den führenden akademischen Forschern, die sich mit der Frage beschäftigten, wie das Handy zu persönlichen Verhaltensänderungen beiträgt. In ihrem Artikel für den vorliegenden Band konzentriert sie sich speziell auf die Frage, wie wir uns persönlich so eng zu unserem Handy in Beziehung setzen, dass es zum fetischisierten technologischen Artefakt wird. Im Hinblick auf das Design von Handys (ein Bereich, auf den auch Laura Watts in ihrem Beitrag zu sprechen kommt) erörtert Fortunati, wie das Mobiltelefon dank unserer Investition komplexer emotionaler Gefühle zum Fetisch wird (schon Jane Vincent hatte diesen Punkt in ihrem Beitrag berührt). Anders als andere Technologien ist das Handy, wie Fortunati zeigt, für die Fetischisierung besonders gut geeignet: Sinneswahrnehmungen, modische Gestaltung und synästhetische Eigenschaften, die wir ihm nach unseren Vorstellungen verleihen können, machen das Handy so sehr zum Fetisch, dass es bisweilen als technologisches Artefakt kaum mehr wahrgenommen und »zu einem eher modischen und verführerischen Objekt wird, das irgendwo zwischen Accessoire und Schmuck anzusiedeln ist«.

Anschließend verknüpft *Kristóf Nyíri* einige Fäden aus Beiträgen des ersten und zweiten Teils zu einem neuen Ganzen, indem er die These vertritt, die mobile Kommunikation sei eigentlich eher ein Rückschritt, eine Rückkehr zu einer stärker unmittelbaren, nichtentfremdeten Form der Kommunikation, die sich in erster Linie auf das Visuelle und Mündliche verlässt, in diesem Fall auf MMS-Botschaften und Te-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

lefonanrufe. Auch hier findet sich ein Echo zu Hans Gesers Beitrag, wenn Nyíri argumentiert, dass das Handy wieder ein Gefühl für die persönliche, mikrosoziale Gemeinschaft vermittle, die in direktem Gegensatz zur stärker formalisierten und strukturierten Organisation steht, welche im modernistischen Denken vorherrschte. Wir befinden uns also in einem »neu-alten Zeitalter«, in dem das Mobiltelefon »verspricht, im Leben der postmodernen Gesellschaft einige der Eigenschaften wieder zu beleben, durch die sich früher genuine lokale Gemeinschaften auszeichneten«.

Wir beschließen den zweiten, ganz auf die akademische Diskussion konzentrierten Teil des Bandes mit einem Beitrag, in dem *James Katz* gegenwärtige Forschungstrends zusammenfasst und auf sich abzeichnende Trends eingeht. Katz gehört seit etlichen Jahren zu den führenden Forschern im Gebiet der sozialen Auswirkungen der Mobiltelefonie. So fügt es sich gut, dass er diesen Abschnitt des Buches mit Voraussagen zu neuen Forschungstrends und -zielen abrundet.

Der dritte Teil des Bandes bietet eine Vielfalt von Ansichten aus der und über die Handybranche. Im Zeichen zunehmender Marktsättigung fällt es Anbietern immer schwerer, sich am Markt zu differenzieren. Zwei Beiträge sind speziell diesem Aspekt gewidmet. Zunächst erörtert *Raimund Schmolze* die vielen Probleme, mit denen sich Mobilfunkbetreiber beim Versuch konfrontiert sehen, jene Produkte zu entwickeln und zu vermarkten, die sich eine in divergente Interessengruppen zerfallende, segmentierte Kundschaft wünscht. Die Netzbetreiber mussten und müssen ihre Strategien genauso schnell entwickeln, wie sich die Branche selbst entwickelt. In den letzten Jahren entfernen sie sich immer weiter vom Kerngeschäft, der eigentlichen Mobiltelefonie, zugunsten einer immer bunteren und umfassenderen Produktpalette, vom Vertrieb modischer Artikel bis zur Attitüde von Multimediafirmen. Die Kompetenzvielfalt, die benötigt wird, um all diese heterogenen Aufgaben zu bewältigen, beansprucht die Anbieter bis an ihre Grenzen. Aus Sicht der Branche erörtert Schmolze, welche Herausforderungen sich jetzt und in Zukunft für die Mobilfunkbetreiber daraus ergeben. Aus der Sicht der Verbraucher erörtern *Peter Gross* und *Stefan Bertschi*, wie Kunden sich in einer solchen Multioptionsgesellschaft zurechtfinden. Wie soll ein Konsument, verwirrt von so vielen Auswahlmöglichkeiten – nicht nur beim gewünschten Serviceumfang und bei der Bereitstellung der Dienste, sondern auch bei der Kodierung dieser Produkte mit Signalen, die Identitäten und kulturelle Verhaltensweisen suggerieren –, wie soll sich der Verbraucher einen Weg durch dieses Dickicht der Optionen bahnen?

Aus der Sicht eines der führenden Branchenverbände – der International Telecommunication Union (ITU) – untersucht *Lara Srivastava* die mit dem exponentiellen Wachstum der Mobiltelefonie verbundene

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Manie. Sie zeigt, dass sich in verschiedenen Kulturen auf der ganzen Welt neue mobile Sitten herausgebildet haben. Srivastavas Sicht der Handykultur ermöglicht die akademische Analyse neuerer Entwicklungen in der Mobiltelefonbranche, wie sie zum Beispiel von *Nicola Döring* und *Axel Gundolf* in ihrem Beitrag über die Entwicklung von so genannten »Moblogs« vorgelegt wird, mobilen Internet-Tagebüchern (Weblogs). An der Schnittstelle von Mobiltelefon- und Internet-Technologie angesiedelt, bieten Moblogs den Nutzern die Möglichkeit, ihr Leben zu archivieren, und zwar mit Hilfe digitaler Fotos, die mit dem Handy aufgenommen werden und über das Internet angeschaut werden können. Nokia nennt sein Produkt, das diese Möglichkeiten bietet, »Lifeblog«, und es ist diese unzensierte Veröffentlichung alltäglichen Lebens, um die es Döring und Gundolf in ihrem Beitrag geht. Dabei reicht das Spektrum von banalen Aspekten wie einem Nutzer, der jeden Tag sein Erwachen festhält, bis zum persönlich und global historisch bedeutsamen Moblog eines US-Soldaten im Irak. Bei Moblogs zeigt sich nebenbei auch, wie organisch einige Produktentwicklungen in der Handywelt ablaufen: Die frühe Moblog-Software kam nämlich weder von Netzbetreibern noch von Handy- oder Softwarefirmen, sondern aus der freien Programmierszene, die im Umfeld des Internets gedeiht. Genau diese Art organischer, spontaner Produktentwicklung ergibt sich als Nebenprodukt in jenen vernetzten Gemeinschaften (Communities), die vielen kommerziellen Firmen als Vorbild dienen und die sie – oft ohne Erfolg – nachahmen. *Laura Watts* gibt uns in ihrem (teilweise fiktionalisierten) ethnographischen Beitrag einen Einblick, wie Derartiges in der Handy-Designbranche versucht wird.

Wir beschließen den dritten Teil des Bandes mit zwei überraschend stark voneinander abweichenden Beiträgen von Spitzenvertretern der Branche zur Zukunft der Mobiltelefonie. *Paul Golding* verweist auf eine technologisch bestimmte Zukunft, in der die Konvergenz und gesteigerte Leistungsfähigkeit von Handy-Hardware und -Software in Verbindung mit fortgesetzter Miniaturisierung der Komponenten dazu führen werde, dass man sich im Alltag noch mehr als heute schon auf das Mobiltelefon verlassen werde. Dabei werde die Technologie als Artefakt immer mehr in den Hintergrund treten – wie es bereits Leopoldina Fortunati in ihrem Beitrag andeutete. *Nick Foggin* dagegen ist mit seinen Prognosen vorsichtiger. Seine These lautet, dass die schon existierenden Produkte im Bereich der Datenanwendungen wertvolle Ressourcen der Anbieter gebunden hätten: Weder seien damit in ausreichendem Maße Einnahmen erzielt worden noch befriedigten sie jene vermeintlichen Kundenbedürfnisse, derentwegen sie überhaupt entwickelt wurden. Foggin kommt zu dem Schluss, es sei an der Zeit (wie auch schon von Jane Vincent in ihrem Beitrag vorgeschlagen) zu akzeptieren, dass die besondere Stärke von Mobiltelefonen die positive

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Unterstützung der Kommunikation von Person zu Person sei. Ein Handy sei eben kein Allzweck-Supercomputer im Taschenformat.

Am Schluss des vorliegenden Bandes findet sich dann jenes Projekt, dem das Buch seine Entstehung verdankt und das auch die eintägige Konferenz im London Science Museum im Jahre 2004 initiierte, auf der viele der Buchkapitel als Vorträge präsentiert wurden. *Peter Glotz* und *Stefan Bertschi* führten bei einer Gruppe von Akademikern und Branchenexperten eine Delphi-Studie durch – eine umfassende Meinungsumfrage zu Aspekten der sozialen und kulturellen Entwicklung im Zusammenhang mit dem Mobiltelefon. Zwar werden auch hier Schlussfolgerungen gezogen, aber die von den Experten zum Ausdruck gebrachten Meinungen sind klar geteilt. So schwer sich die zukünftigen Entwicklungen der Handybranche und der akademischen Forschung auch vorhersagen lassen, der fast schon tyrannische Zugriff des Mobiltelefons auf unser aller Leben ist so nachhaltig, dass nicht damit zu rechnen ist, dass er sich lockern oder gar ganz verschwinden könnte.

Bevor der Leser sich nun selbst mit dem Füllhorn der Bedeutungen des Mobiltelefons für die Gesellschaft beschäftigen kann, bleibt den Herausgebern nur noch, all jenen zu danken, die dazu beigetragen haben, dass dieser Band erscheinen konnte. Es sind zu viele, als dass sie hier namentlich aufgeführt werden könnten. Gemeint sind die Autorinnen und Autoren des Bandes ebenso wie alle anderen, die wissen, dass wir ihnen für ihre Unterstützung sehr dankbar sind. Das Forschungsprojekt »Thumb Culture« wurde in Zusammenarbeit mit T-Mobile International durchgeführt und finanziert. Ohne die Initiative von T-Mobile International gäbe es diesen Band nicht. Mit dem transcript Verlag in Bielefeld haben wir erfreulicherweise den genau passenden Verlag für unseren Band gefunden. Karin Werner und Gero Wierichs machten es zu einem Vergnügen, unserer Vision die vorliegende Form zu geben. Schließlich gilt unser Dank Henning Thies, der den Band hervorragend in die deutsche Sprache übertragen hat. Jetzt hoffen wir, dass der Leser bei der Lektüre des Bandes ebenso viel Freude und wertvolle Einsichten gewinnt, wie wir sie bei der Vorbereitung dieses Buches erlebten.

Literatur

Friedman, Thomas L. (2000), »Brave New World«, *The New York Times*, 22. September.

Joyce, Colin (2000), »Japanese Give Thumbs-up to Silent Mobiles«, *The Daily Telegraph*, 7. August.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Erster Teil:
Kulturelle Identitäten

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Untergräbt das Handy die soziale Ordnung?
Die Mobiltelefonie aus soziologischer Sicht

Hans Geser

Einleitung

Seit seiner Erfindung im Jahre 1876 haben sich nur sehr wenige Soziologen für das Telefon interessiert, weil es so exklusiv mit der untersten Ebene des sozialen Lebens verbunden ist: der bilateralen Interaktion. Das Internet erregt wesentlich mehr Interesse, weil eine viel universalere Technologie dahintersteht und weil es multilaterale Beziehungen jeglicher Art unterstützen kann; hier ergeben sich virtuelle Gruppen, Gemeinschaften und Organisationen sowie gesellschaftsübergreifende Netzwerke im lokalen, regionalen und globalen Maßstab.

Im begrenzten vorliegenden Theorieangebot stößt man auf extrem widersprüchliche Positionen. Einerseits gilt das Telefon als Organisationsmedium, das die Echtzeit-Integration von hochkomplexen Organisationen ermöglicht wie auch zigtausend Koordinationsprozesse in Städten, die in direkter persönlicher Interaktion nicht zu leisten wären. Müsste das Telefon ersetzt werden, so müssten die Menschen fortwährend die Rolle von mobilen Boten übernehmen (vgl. etwa Lasen 2002: 20, 26; Townsend 2000).

Andererseits hält der deutsche Soziologe Hans Paul Bahrdt das Telefon für ein »Medium der Desorganisation«, das Anarchie schafft, indem es jedem Einzelnen ermöglicht, jeden anderen ohne Beachtung formalisierter Kommunikationswege direkt zu erreichen (vgl. Bahrdt 1958). Solche Störeffekte sind bei Modellbürokratien, die nur vertikale, aber keine diagonalen Kommunikationswege vorsehen, besonders markant. Offenkundig ist das Telefon »regressiv«, zumindest in dem Sinne, dass es die älteste Art des verbalen Austauschs unterstützt: die mündliche Kommunikation. Es reduziert die Verwendung von Briefen und anderen schriftlichen Dokumenten (die zukünftigen Historikern dazu dienen könnten, unsere Gegenwart zu rekonstruieren). Allerdings können auf diese Weise auch Analphabeten raumübergreifend miteinander kommunizieren.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Die These des vorliegenden Beitrags lautet, dass die »regressive« und »subversive« Wirkung der Festnetztelefonie durch Mobiltelefone noch erheblich verstärkt und ausgeweitet wird, weil Handys informelle mikrosoziale Netzwerke in die Lage versetzen, jenseits aller institutionellen Kontrolle noch viel effizienter miteinander zu kommunizieren.

Als der Verfasser nach mehrjähriger Abwesenheit im Sommer 2004 wieder einmal in Paris weilte, fiel ihm schlagartig auf, dass in den Bistros nur noch wenige Gäste Zeitung lasen, dafür aber viele über ihre Handys Telefongespräche führten. Daraus ergibt sich die Frage, ob das Mobiltelefon allgemein über die Fähigkeit verfügt, die Freizeitressourcen der Individuen in den Bereich der persönlichen Interaktion zu dirigieren, ob es vielleicht sogar diese Wirkung hat. Dadurch schirmen sich die Betreffenden von potenziellen neuen Bekanntschaften in ihrer Umgebung allerdings ebenso ab wie von Botschaften, die aus der weiteren Welt kommen.

Vier regressive Auswirkungen auf soziale und gesamtgesellschaftliche Strukturen

Beim Blick in die faszinierende Geschichte der Kommunikationsmedien fällt auf, wie viel mehr Beachtung Entwicklung und Durchsetzung von Medien, in denen sich einer an viele wendet, gefunden haben – Medien mit der Fähigkeit, zentralisierten und formalisierten Organisationen zu Macht zu verhelfen, Medien wie Druckerpresse, Radio und Fernsehen. All diesen asymmetrischen Einwegmedien, in denen sich einer an viele wendet, ist gemein, dass sie in die Privatsphäre von Individuen eindringen – mit Propaganda, Werbung und anderen Botschaften, die den Interessen von Unternehmen, Regierungen, politischen Parteien oder anderen Kollektiven dienen, die normalerweise nicht Bestandteil des Alltagslebens sind. Auch das Festnetztelefon unterstützt als stationäres Gerät überindividuelle Institutionen, indem es lokal gebundene Büros miteinander verbindet und Individuen zwingt, für die Nutzung solcher institutionell bereitgestellten Vermittlungsinstanzen an einem bestimmten Ort zu sein, um miteinander kommunizieren zu können.

Demgegenüber haben die heutigen Digitaltechnologien diverse Neuerungen mit sich gebracht, die zumindest teilweise die Fähigkeit haben, diesen langfristigen Trend zu verlangsamen oder gar umzukehren. So versetzt etwa das Internet durch Bereitstellung identischer technischer Kapazitäten für jedermann Individuen in die Lage, umfassend bilateral oder multilateral mit anderen zu interagieren, nach Informationen zu suchen und die eigene Meinung weltweit zu veröffentlichen – und all das mit einem Minimum an Kosten und Mühen, ohne räumliche Restriktionen.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Auf ähnliche Weise ermächtigt und erweitert das Mobiltelefon die Sphäre der mikrosozialen Interaktion, indem es Individuen die Freiheit gibt, einander stets und umstandslos erreichen zu können, also ohne den Zwang, sich an institutionelle Normen anzupassen, welche die Anwesenheit an einem bestimmten Ort (sowie eine Beziehung zu anderen am selben Ort Anwesenden) erfordern. Damit ist der Grund für einen langfristigen Gegentrend gelegt, der zu einer massiven Bedeutungsverlagerung führen kann – weg von den überindividuellen Kollektiven (etwa Bürokratien), die auf stabilen Verortungen und überpersönlichen formalen Regeln basieren, und hin zu dezentralisierten Netzwerken, die auf fortlaufender interindividueller Interaktion basieren.

Bei der eigenen Beobachtung der Handy-Nutzungsmuster von Kindern und Freunden sowie beim Studium der immer noch spärlichen empirischen Forschungsergebnisse zum selben Thema drängt sich dem Autor zunehmend der Eindruck auf, dass außer dem Effekt, dass den Massenmedien auf diese Weise Aufmerksamkeit entzogen wird, noch verschiedene andere Aspekte zu berücksichtigen sind, bei denen das Mobiltelefon als »antievolutionäres Mittel« fungiert, indem es den Rückschritt zu einfacheren »vormodernen« Mustern sozialen Lebens fördert.

Auf wenigstens vier verschiedene Weisen scheint das Mobiltelefon langfristige Trends der gesellschaftlichen Entwicklung zu unterminieren oder gar umzukehren – Trends, die man zumindest seit Beginn der industriellen Revolution und seit dem Aufstieg größerer Bürokratien für unumkehrbar hielt. Auf diese Weise werden etablierte makrosoziologische Theorien falsifiziert, die man bislang als Modelle für die Entwicklung moderner Gesellschaften benutzt hatte:

1. Das Handy verstärkt die Allgegenwart primärer, partikularistischer sozialer Bindungen.
2. Es reduziert die Notwendigkeit von Terminplanung und zeitlicher Koordination.
3. Es unterminiert die Kontrolle institutioneller Grenzen und ersetzt ortsgebundene durch personengebundene Kommunikationssysteme.
4. Es unterstützt anachronistische total vereinnahmende Rollen.

Die neue Allgegenwart primärer sozialer Bindungen

Trotz seiner technischen Fähigkeit, *alle* Individuen unmittelbar füreinander erreichbar zu machen, hat das Festnetztelefon natürlich auch zur Stärkung von Bindungen zwischen Menschen, die sich bereits gut kannten, beigetragen, etwa in der Nachbarschaft oder in der Gemeinde. Dagegen war sein Beitrag zur umfassenden sozialen Kontaktpflege

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

und zum Aufbau von Netzwerken eher bescheiden (vgl. Lasen 2002: 25).

Wenn man sich in den engeren Bereich vertrauter, berechenbarer und selbstbestimmter sozialer Beziehungen zu nahen Verwandten und engen Freunden zurückziehen und sich vom weiteren Umfeld effektiv abschirmen will, sind Mobiltelefone dafür noch besser geeignet als Festnetztelefone (vgl. Fortunati 2000; Portes 1998) – nicht zuletzt, weil im Unterschied zu Festnetz-Telefonnummern, die normalerweise in Telefonbüchern veröffentlicht werden, Handynummern nur einem engen Kreis selbstgewählter Freunde und Bekannter mitgeteilt werden. So sind Anrufe von unberechenbaren neuen Anrufern (zum Beispiel Versicherungsagenten, Meinungsumfragen etc.) nicht zu befürchten (vgl. Ling 2000).

Mobiltelefone können also Tendenzen zur Abschottung fördern, eher noch als den Wunsch, sich neuen Bekannten gegenüber zu öffnen. Dies wird zum Beispiel durch die empirische Feststellung belegt, dass in Finnland der Besitz von Mobiltelefonen unter den Angehörigen von Zwei- und Dreipersonenhaushalten am stärksten verbreitet ist, nicht unter Alleinstehenden (vgl. Puro 2002: 20). In Italien ist die Handynutzung am stärksten unter jenen verbreitet, die enge Kontakte zu ihrer Verwandtschaft pflegen (vgl. Fortunati 2002: 56). Auf ähnliche Weise hat man bei den Koreanern festgestellt, dass sie ihr Handy wesentlich mehr zur Festigung bereits bestehender als zur Anknüpfung neuer sozialer Bindungen einsetzen (vgl. Park 2003). Schließlich zeigt auch noch eine japanische Studie, dass eine der wichtigsten Funktionen von Internet-Handys darin besteht, mit in der Nähe befindlichen Freunden in Kontakt zu treten (vgl. Miyata et al. 2003).[1]

Wie Fox anschaulich beschreibt, kann das Handy höchst wirksam dazu beitragen, jene fließenden, ungezwungenen Formen informeller Kommunikation wieder einzuführen, die für das traditionelle Gemeinschaftsleben so typisch waren. Auf diese Weise wirkt es dem durch die traditionellen Massenmedien verursachten Verlust sozialer Integration in die Gemeinschaft entgegen, aber auch der Entpersönlichung des modernen Großstadtlebens (vgl. Fox 2001).

»[...] Dies ist für mich das Wesentliche an Mobiltelefonen: Sie ermöglichen jene Art (virtueller) Kommunikation und Interaktion, die für die Vormoderne charakteristisch ist: Leute, die niemals weit wegfahren, die in Kleinstädten und Dörfern nahe beieinander leben, wo jeder weiß, wo jeder andere sich gerade aufhält, etc. Weil diese Art Kommuni-

1. Die breite Relevanz solcher »regressiven« Verwendungsformen wird durch die Resultate einer gesamteuropäischen EURESCOM-Studie aus dem Jahr 1999 treffend illustriert, in der fast 85 Prozent der jüngeren Nutzer (Altersgruppe 14-24 Jahre) der Meinung waren, dass »ein Mobiltelefon einem hilft, ständigen Kontakt zur Familie und zu Freunden zu halten« (Ling 2004: 60).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

kation jedoch virtuell abläuft, ist sie nicht länger wie in vormoderner Zeit an irgendeinen bestimmten Ort gebunden« (Roos 2001).

So lässt sich einerseits das Eindringen von Fremden reduzieren, während andererseits etablierte Freundeskreise durch eine höhere interne Kommunikationsdichte ihre Freundschaft vertiefen können, wobei auf Raum und Zeit keine Rücksicht zu nehmen ist (vgl. Ling 2000).

Angesichts der Fähigkeit von Mobiltelefonen, primäre soziale Beziehungen auch über eine Distanz aufrechtzuerhalten, passt die Verwendung von Handys auch zu regressiven psychologischen Tendenzen, etwa dem Bedürfnis, die traumatische Erfahrung fremder Umgebungen dadurch zu mildern, dass man in engem Kontakt zu den Lieben daheim bleibt. So kann das Handy sozusagen als »Schnuller für Erwachsene« fungieren, der jederzeit und überall Gefühle der Einsamkeit und Verwundbarkeit lindern kann. In vergleichbarer Metaphorik wird das Handy als »Nabelschnur« gesehen, das soziale Emanzipationsprozesse allmählicher und weniger traumatisch gestalten kann, weil Eltern und Kinder weiterhin über einen permanenten Kommunikationskanal verfügen, wenn sie räumlich getrennt sind (vgl. Palen/Salzman/Youngs 2001; Ling 2004: 48).

Angesichts der konstanten Verfügbarkeit externer Kommunikationspartner (als Quelle für Meinungen und Ratschläge) können Individuen leicht ihre Fähigkeit verlernen, sich auf die eigene Urteilskraft, das eigene Gedächtnis und die eigenen Gedanken zu verlassen. Dies stellt dann einen Rückschritt zu einem Zustand kindlicher Abhängigkeit von einem beständigen engen Kreis »signifikanter Anderer« dar – selbst in Fällen, wo diese Anderen vielleicht zigtausend Kilometer entfernt sind (vgl. Plant 2001: 62). Als Folge sind Individuen dann vielleicht weniger geneigt, gewisse »Sozialkompetenzen« zu entwickeln: sich etwa auf unvorhergesehene Begegnungen flexibel einzustellen, sich an Gesprächen über nicht vorhersehbare Themen zu beteiligen, sich schnell einen Eindruck und ein Urteil über neue Bekanntschaften zu bilden oder schnell zu lernen, wie man sich in neue »kollokale« Versammlungen und Gruppen am selben Ort einfügt (vgl. Fortunati 2000).

Während das ortsfeste Telefon die Verbreitung universaler sprachlicher Ausdrücke (wie »Hallo«, »Pronto« etc.) gefördert hat, scheint das Mobiltelefon die Balkanisierung der Sprache in zahlreiche partikularistische Subkulturen zu unterstützen, die durch einen sehr informellen Ausdrucksstil geprägt sind (vgl. Ling 2004: 145ff.). Angesichts einer solchen Ermächtigung zum informellen Sprachgebrauch könnten die Schulen auf zunehmende Schwierigkeiten stoßen, wenn sie einen formellen Schreibstil von Individuen verlangen, die permanent einen völlig anderen Jargon benutzen, wenn sie ihre SMS schreiben (oder wenn sie im Internet miteinander »chatten«).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Die sinkende Bedeutung von Terminplanung und zeitlicher Koordination

Stetige Lagerfeuerstellen, vor mehr als einer halben Jahrmillion angelegt, belegen die Fähigkeit der Hominiden, sich zu einem Treffen am selben Ort zu einer bestimmten Stunde (oder an einem bestimmten Tag) zu verabreden. Seither sind die Entwicklungsfortschritte menschlicher Gesellschaften eng mit einer zunehmenden Fähigkeit verbunden, Zeitpläne zum Zweck sozialer Koordination zu verwenden.

Seit dem frühen 13. Jahrhundert sind in zunehmendem Maße künstliche Uhren an die Stelle natürlicher Zeitindikatoren (zum Beispiel der Stellung von Sonne, Mond und Sternen) getreten: So kann die zeitliche Koordination noch präziser und unabhängiger vom geographischen Standort erfolgen (vgl. Landes 1983; Ling 2004: 64). Seit dem 17. Jahrhundert verwenden Philosophen die Uhr als Paradigma für die modellhafte Darstellung eines Universums, in dem alles Geschehen strikt vorausbestimmt ist, und seit dem 18. Jahrhundert »ist die Uhr, nicht die Dampfmaschine, die Schlüsselmaschine unseres industriellen Zeitalters« (Mumford 1963: 14). Das Leben zeitgenössischer Individuen wird zunehmend von Zeitvorgaben bestimmt, die ihnen von formellen Institutionen diktiert werden: durch die Fahrpläne von Zügen und Bussen, durch die Öffnungszeiten der Läden, durch die Stundenpläne der Schulen, durch das rigide tägliche, wöchentliche und jährliche Muster von Arbeitszeit und Freizeit.

Unter konventionellen technologischen Bedingungen war das Vorausplanen unvermeidlich, weil die Menschen zu späteren Zeitpunkten keine Möglichkeit mehr hatten, miteinander zu kommunizieren (zumal wenn sie bereits unterwegs waren). Unter diesem Gesichtspunkt ist es selbstverständlich, dass Handys die Notwendigkeit, alles zeitlich vorauszuplanen, reduzieren, denn man kann ja jederzeit kurzfristig neue Arrangements treffen, selbst noch unmittelbar vor der ursprünglich verabredeten Zeit. Darum kann sich eine neue, fließendere Kultur der informellen sozialen Interaktion herausbilden – eine Kultur, die weniger auf vorangehenden Absprachen basiert, dafür mehr auf laufender Ad-hoc-Koordination, je nach kurzfristigen Änderungen der Umstände, Gelegenheiten, subjektiven Vorzüge und Launen (vgl. Ling/Yttri 1999; Ling 2004: 69ff.).

»Das alte Zeitschema von Minuten, Stunden, Tagen und Wochen wird zerschlagen und einem ständigen Strom von Verhandlungen, Neukonfigurationen und zeitlichen Neuansetzungen unterworfen. Man kann jederzeit unterbrochen werden, darf aber selbst auch Freunde und Kollegen unterbrechen. Individuen, die diesen Telefon-Raum bewohnen, können niemals wirklich loslassen, weil das Handy ihre primäre Verbindung zum zeitlich und räumlich fragmentierten Netzwerk von Freunden und Kollegen ist, das sie sich selbst zurechtkonstruiert haben« (Townsend 2000).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Solche sozialen Umfelder sind »Echtzeit-Systeme«, in denen alles, was geschieht, durch aktuelle Situationen der Gegenwart bedingt wird, während die Bedeutung der Vergangenheit (in Form von Regeln und Terminplänen) und der Zukunft (in Gestalt von Aktivitäts- und Terminplanungen) abnimmt (vgl. Townsend 2000; Plant 2001: 64). Transnationale empirische Untersuchungen haben gezeigt, dass solche Beiträge zur Koordination alltäglicher Aktivitäten allgemein als einer der größten Vorteile der neuen Technologie gelten. Richard Ling hält sie für »die wichtigste soziale Folge« der Mobiltelefonie (vgl. Ling 2004: 58f.)

Der extrem hohe Verbreitungsgrad von Handys in Italien scheint mit dem spontanen, desorganisierten Lebensstil zusammenzuhängen, der bei der Bevölkerung dieses Landes schon immer vorherrschte (vgl. Fortunati 2002: 55). In dem Maße, wie diese Deregulierung des Lebens zunimmt, ergibt sich eine wachsende Diskrepanz zwischen der Sphäre informeller interpersoneller Beziehungen und dem Bereich der formellen Organisationen und Institutionen (in denen Terminpläne weiterhin rigoros aufrechterhalten werden). Folglich kommt es an der Schnittstelle dieser beiden diskrepanten Welten vermehrt zu Spannungen: etwa wenn die Fahrpläne der öffentlichen Verkehrsmittel die Spontaneität innerstädtischer Mobilität einengen, oder wenn Schulen und Arbeitgeber auf wachsende Schwierigkeiten bei der Durchsetzung des Pünktlichkeitsgebots bei Kindern und Jugendlichen stoßen, die es einfach nicht mehr gewohnt sind, ihren Alltag nach einem Zeitplan zu strukturieren (vgl. Ling 2004: 77f.).[2]

Die Deregulierung der Kontrolle institutioneller Grenzen und der Wandel von ortsgebundenen zu personengebundenen Sozialsystemen

Nach Ansicht von Spencer, Parsons, Luhmann und vielen anderen renommierten Theoretikern ist das wichtigste Definitionsmerkmal einer modernen Gesellschaft deren herausragender Differenzierungsgrad nach funktionalen statt ethnischen Kriterien oder solchen der Schichtzugehörigkeit. Anders gesagt, das Netz der sozialen Wirklichkeit wird durch Komplementärbeziehungen zwischen weitgehend autonomen institutionellen Ordnungen und anderen funktionalen Subsystemen geknüpft, wobei jedes dieser Systeme seine eigenen distinktiven Ansichten, Werte und Normen kultiviert. Bei näherem Hinsehen zeigt sich zudem, dass eine solche Autonomie ganz wesentlich auf räumli-

2. Auf ähnliche Weise ergibt sich auch eine wachsende Diskrepanz zwischen Kleingruppen (zumal Paaren), bei denen die Ad-hoc-Koordination mit Hilfe des Handys bestens funktionieren kann, und größeren Gruppen, die sich weiterhin stärker auf die konventionelle Vorausplanung mit Terminplänen verlassen müssen (vgl. Ling 2004: 77).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

cher Trennung basiert. Indem bestimmte Sozialsysteme aus ihrer allgemeinen sozialen Umgebung herausgelöst wurden, konnten die Voraussetzungen für ihre Unterwerfung unter systematische (zum Beispiel technologische oder organisatorische) Entwicklungs- und Spezialisierungsprozesse geschaffen werden.

Moderne Wirtschaftssysteme sind daher in industriellen Organisationen verankert, welche die Arbeitsprozesse aus ihrer traditionellen Einbettung in Familienhaushalten oder anderen institutionellen Umgebungen herausgelöst haben. Die moderne Medizin etwa wäre undenkbar ohne Krankenhäuser, in denen Patienten zum Zweck der systematischen Diagnose und Behandlung räumlich konzentriert werden (vgl. Foucault 1963).

Obwohl Festnetztelefone eigentlich eher für Ferngespräche gedacht waren, erleichterten sie paradoxerweise die räumlich verdichtete Ansammlung von Menschen, zum Beispiel durch die Unterstützung der Kommunikation in Großfirmen (vgl. Townsend 2000). Auf ähnliche Weise hatte das ortsfeste Telefon auch eine stabilisierende Wirkung auf ortsgebundene soziale Ordnungen, weil es Kommunikationsverbindungen eher zwischen stationären überindividuellen Systemen (zum Beispiel Büros oder Haushalten) als zwischen individuellen Mitgliedern schuf. So gehört das Telefon im Grunde immer noch zur historischen Epoche der »Ortsnetze«. So wie die Menschen irgendwo hingehen mussten, um jemanden zu treffen, mussten sie auch irgendwo anrufen, um mit einer spezifischen Person zu kommunizieren (vgl. Wellman 2001).

Dagegen unterminieren Mobiltelefone diese traditionellen Ordnungen, indem sie zwischen einzelnen Individuen direkte Verbindungen schaffen, unabhängig von sozialer Rolle und Standort. Handys schwächen tendenziell die Kontrolle aller formellen Institutionen über das Verhalten ihrer Mitglieder, weil sie allen Mitgliedern die Möglichkeit geben, die formellen Verpflichtungen ihrer Rollen zu reduzieren oder zu unterbrechen, indem sie überall und jederzeit ein alternatives Rollenverhalten und absolut private Interaktionen einschieben können: etwa im Büro, in der Schulstunde oder beim Militärdienst, beim Autofahren oder am Steuerknüppel eines Flugzeugs. Darum wird auf Schulen Druck ausgeübt, ihren Schülern den Gebrauch von Mobiltelefonen zu erlauben, weil deren Eltern darauf bedacht sind, jederzeit bei Bedarf mit ihren Kindern in Kontakt treten zu können (vgl. Mathews 2001).

Unter diese neuen Bedingungen ist eine zentralisierte institutionelle Kontrolle von Systemgrenzen immer schwerer zu gewährleisten, weil sie sich nicht länger als simples Korrelat von physischen Mauern oder räumlichen Entfernungen erreichen lässt, sondern durch ständige Kontrollen aktiv aufrechterhalten werden muss (zum Beispiel durch das Verbot für Angestellte, Handys für private Zwecke zu benutzen).

Handys unterminieren den Grundgedanken, dass physische und

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

kommunikative Isolierung eng miteinander verbunden sind, denn Maßnahmen auf der »Hardware«-Ebene der physischen Verortung und des physischen Transports reichen nicht mehr aus, um den erstrebten Paralleleffekt auf der höheren »Software«-Ebene der interpersonellen Kommunikation zu erreichen. Handys führen ein Element der Entropie in alle sozialen Gruppen und Institutionen ein, die an Orten oder in Gebieten verankert sind, weil sie diese Gruppen und Institutionen mit kommunikativen Beziehungen durchziehen, die auf höchst heterogene und unvorhersehbare Weisen die Systemgrenzen überschreiten (vgl. Agre 2001).

Häuser, Kirchen und Schulgebäude werden natürlich weiterhin die Einheit von Familien, Gemeinden oder Schulen als Organisationen und Institutionen symbolisieren. Sie könnten jedoch zu »leeren Hülsen« ohne viel gestaltenden Einfluss auf das werden, was dort auf der Ebene der sozialen Kommunikation und Kooperation »wirklich geschieht«.

Unterstützung für das Überdauern (oder Wiederaufleben) von anachronistischen total vereinnahmenden Rollen

Mobiltelefone können dazu beitragen, diffuse Universalrollen beizubehalten, die verlangen, dass ein Individuum fast ständig erreichbar ist – weil eine derart umfassende Verfügbarkeit selbst dann erreicht werden kann, wenn Leute sehr mobil und mit anderen Aktivitäten beschäftigt sind. Auf diese Weise können Mütter Handys als »Nabelschnur« zu ihren Kindern benützen, um den ganzen Tag Kontakt mit ihnen halten zu können, auch wenn sie selbst bei der Arbeit oder unterwegs sind. So könnte das Handy paradoxerweise dazu beitragen, dass traditionelle Formen der Arbeitsteilung zwischen den Geschlechtern perpetuiert statt abgeschafft werden, weil Mütter als traditionelle Betreuungspersonen auch dann weiterhin verfügbar bleiben, wenn sie arbeiten (vgl. Ling 2004: 63). Die Ehemänner erfolgreicher »Fernmütter« könnten sich noch stärker legitimiert fühlen, sich den Familienpflichten zu entziehen.[3] Auf ähnliche Weise können auch traditionelle Hausärzte bei Bedarf für ihre Patienten jederzeit erreichbar sein, selbst wenn sie gerade an einer Dinnerparty teilnehmen und sich privat irgendwo anders aufhalten. Männliche Geschäftsleute, insbesondere Firmeninhaber, können auf diese Weise auch ihre traditionelle patriarchalische Führungsrolle beibehalten, die verlangt, dass sie rund um die Uhr erreichbar sind. Dies kann allerdings organisatorische Differenzierungspro-

3. Folglich kann das Handy Frauen auch in die Lage versetzen, ihre traditionelle Rolle als »Sozialverwalterin«, als Familienmanagerin und -koordinatorin weiter zu spielen, die ihnen als denjenigen zufiel, die daheim normalerweise ans Festnetztelefon gingen (vgl. Ling 2004: 63).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

zesse behindern, weil solche Geschäftsleute ständig selbst »einsatzbereit« sind, anstatt Verantwortung an Untergebene zu delegieren.

Generell kann das Mobiltelefon der altmodischen Idee, Individuen »gehörten« bestimmten Gruppen, Gemeinschaften oder Organisationen exklusiv, Vorschub leisten – der Idee vom bedingungslosen, zeitlich unbegrenzten Engagement. Eigentlich kollidiert diese Idee total mit allen neueren gesellschaftlichen Entwicklungen, die eine sichere Basis für individuelle Autonomie geschaffen haben: für die Fähigkeit jedes Einzelnen, eine gesicherte Privatsphäre aufrechtzuerhalten und sein oder ihr Engagement auf verschiedene getrennte Rollen zu verteilen.

Empirische Studien zeigen, dass die Bedürfnisse, Sicherheit und Verlässlichkeit zu verbessern, zu den hervorstechendsten Motiven für die Anschaffung und Benutzung eines Handys gehören (vgl. Ling 2004: 35ff.). Das impliziert, dass die meisten Benutzer bereit sind, den mit solchen Gewinnen an sozialer Einbindung und persönlichem Schutz unweigerlich verbundenen Verlust an persönlicher Freiheit hinzunehmen. Die Freiheiten, die dadurch gewonnen werden, dass man jederzeit und überall Verbindung mit jedem aufnehmen kann, werden wenigstens zum Teil dadurch wettgemacht, dass man zunehmend verpflichtet ist, Anrufe entgegenzunehmen und mit Freunden und Verwandten »in Verbindung« zu bleiben, die einfach erwarten, dass man sie anruft (vgl. Bachen 2001). Zusätzlich ist ein ganzes Spektrum neuer Normen im wechselseitigen Austausch zu beachten: Man muss prompt mit einer äquivalenten Botschaft antworten, die nicht standardisiert sein (zum Beispiel aus einem abgestandenen Witz bestehen) darf, sondern ad hoc für die spezifische Gelegenheit abgefasst werden muss (vgl. Ling 2004: 153). In der Tat besteht

> »eine vorrangige Folge der mobilen Kommunikation darin, dass sie uns mehr Verantwortung auflädt, sowohl für unsere eigenen Handlungen als auch für die anderer, für die wir Verantwortung übernommen haben. Im Endeffekt unterliegen wir einer stärkeren sozialen Kontrolle« (Katz 1999: 17).

Im Gegensatz zu vielen älteren Negativvisionen von einer aufkommenden »Überwachungsgesellschaft« (vgl. Marx 1988) ist es weniger wahrscheinlich, dass irgendeine Art von »Big Brother« unseren Aufenthaltsort aufspüren will als unser eigener »kleiner« Bruder, unsere Schwester, unsere Eltern oder Kinder. Anders gesagt, die Orwell-Visionen von »totalitärer Kontrolle«, die sich aus der unbegrenzten Macht von Staat und Medien ergebe, sind zurückgetreten zugunsten einer Art »neo-kommunitärer« Kontrolle, die sich aus einem dichteren horizontalen Zusammenhalt informeller Gruppierungen ergibt, ermöglicht und erleichtert durch die Allgegenwart mobiler digitaler Kommunikation.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Vorläufige Schlussfolgerungen

Wer in der mobilen Kommunikation einen Veränderungsfaktor der zeitgenössischen Gesellschaft sieht, stimmt damit auch Georg Simmels Ansicht zu, dass selbst die größten Gesellschaftsstrukturen und -institutionen von unten her determiniert werden. Das heißt, solche Veränderungen ergeben sich aus zahlreichen winzigen interindividuellen Wechselwirkungen, die nicht umfassend geplant und kontrolliert werden können. Während die *konventionellen Massenmedien (und das Festnetztelefon)* in erster Linie zentralisierte, formalisierte Organisationen, Haushalte und andere überindividuelle Systeme stützen, vergrößern *Mobiltelefone* die Reichweite und Kapazität dezentralisierter, informeller Systeme, die auf interindividuellen Wechselwirkungen basieren. Auf diese Weise entschleunigen Mobiltelefone langfristige Entwicklungstrends der menschlichen Gesellschaft oder kehren sie gar um, nämlich die Trends zu stabilen, entpersonalisierten, formalisierten, komplexen und berechenbaren überindividuellen Institutionen.

Erstens tendiert das Handy dazu, die Durchgängigkeit der intimsten persönlichen Beziehungen im individuellen Leben zu vergrößern. Überall und jederzeit können wir mit Hilfe des Handys fremde Kontakte an öffentlichen Orten vermeiden, Zeiten der Einsamkeit überbrücken und eigenverantwortliche Entscheidungen vermeiden, indem wir mit unseren Lieben daheim Kontakt aufnehmen. Dies verstärkt das Ausmaß, in dem das soziale Leben mit der einfachsten Beziehungsform ausgefüllt ist: bilateraler Interaktion. Das Handy bietet einen einfachen Ausweg aus öffentlichen Begegnungen mit Fremden und aus komplexeren multilateralen Situationen. Dadurch werden die Möglichkeiten, anspruchsvollere »Sozialkompetenzen« zu erwerben, begrenzt.

Zweitens sind ein Rückgang zeitplangebundener und eine Wiederkehr spontaner, unvorhersehbarer Muster des sozialen Lebens wahrscheinlich. Langfristige Entwicklungstrends hin zu mehr Planungs-, Termin- und Pünktlichkeitsdisziplin kommen zum Stillstand und treten zugunsten einer spontanen Ad-hoc-Koordination je nach Laune und Umständen zurück. Das soziale Leben wird dadurch unberechenbarer, und komplexere Formen sozialer Kooperation sind vielleicht schwerer zu schaffen und aufrechtzuerhalten.

Drittens unterminiert mobile Kommunikation generell die traditionellen Mechanismen, welche die Trennung zwischen verschiedenen sozialen Systemen gesichert haben. Stattdessen wird nun jedem Einzelnen die Last auferlegt, die Grenzen zwischen verschiedenen sozialen Beziehungen, Gruppierungen, Organisationen oder Institutionen zu regulieren.

Viertens unterstützt mobile Kommunikation die Aufrechterhaltung hochgradig vereinnahmender sozialer Rollen, die Individuen vollkommen an spezielle Gruppen, Gemeinschaften oder Berufsfunktionen

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

binden. Dies vermindert ihre Fähigkeit, ein separates Privatleben zu führen oder sich in anderer Form zu engagieren.

Bei allen vier genannten Aspekten ergibt sich eine Art »Disintermediation«, eine Ausgliederung von Vermittlungsinstanzen – in dem Sinne, dass die Vermittlungsleistung überindividueller Institutionen nicht länger benötigt wird, um informelle Interaktionen zu realisieren und zu koordinieren, weil diese nun durch direkte interpersonelle Kommunikation eingeleitet und aufrechterhalten werden können. Dies lässt sich höchst anschaulich illustrieren durch die abnehmende Relevanz der objektiven Zeit als Medium der interaktiven Koordination:

»In gewissem Sinne gestatten uns Mobiltelefone, den ›Mittelsmann‹ auszuschalten. Statt uns auf ein Sekundärsystem zu verlassen – das nicht unbedingt synchronisiert sein muss –, gestattet uns die Mobiltelefonie die direkte Interaktion« (Ling 2004: 70).

Ein weiterer Disintermediationseffekt ist zu erkennen, wenn Jugendliche sich nicht mehr an öffentlichen Orten treffen müssen, um sich zu gemeinsamen Unternehmungen zu verabreden, weil solche Entscheidungen jetzt leicht per Handy direkt von zu Hause getroffen werden können. Auch dies ermutigt ein gesellschaftliches Leben, das sich ausschließlich in Privaträumen abspielt – wodurch die Relevanz öffentlicher Örtlichkeiten und Ereignisse insgesamt reduziert wird (vgl. Ling 2004: 102).

Dies würde, um in Habermas' berühmter Terminologie zu sprechen, implizieren, dass die anerkannte »Kolonisierung der Lebenswelt« durch formalisierte Systeme einem gegenläufigen Trend wiche, bei dem sich die Lebenswelt zunehmend der systemischen Institutionen bemächtigt. Letzteres zeigt sich zum Beispiel daran, dass man Schüler nicht mehr daran hindern kann, während des Unterrichts mit ihren Handys SMS-Botschaften zu lesen und zu schreiben, oder dass selbst Gottesdienste heutzutage vom Handyklingeln unterbrochen werden.

Indem das Mobiltelefon höchst informelle, spontane Formen der sozialen Kooperation erleichtert, fördert es kollektiv agierende Netzwerke, die auf der untersten Ebene sozialer Organisation operieren. Dazu gehören Akteure, die undurchsichtig und unkalkulierbar bleiben, weil sie sich nicht im Bereich einer expliziten formalen Organisation manifestieren. Die problematische Kehrseite dieser Entwicklungen zeigt sich anschaulich im Fall heimlich operierender Terroristengruppen, die Handys zur Fernzündung von Bomben benutzen, oder im Fall der höchst chaotischen Antiglobalisierungsbewegungen, die ohne Führung und explizite Planung agieren, weil sie mit Hilfe mobiler Kommunikation ihre kollektiven Aktionen ständig neu spezifizieren (vgl. Klein 2000).

Angesichts seiner Affinitäten zu informellen nichtinstitutionellen

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Sozialsphären kann das Mobiltelefon für eher marginale Bevölkerungsgruppen (wie Kinder, Jugendliche, Migranten, Arbeitslose oder Rentner) sehr nützlich sein, die nicht in Arbeitsprozesse oder andere ortsfeste Institutionen eingegliedert sind.

In unseren eigenen Gesellschaften scheint die schrankenlose öffentliche Handybenutzung eher zur Unterschichtkultur zu passen als zum Ambiente der Mittelschicht oder Oberklasse. Untersuchungen zeigen, dass die Aufdringlichkeit von Handyanrufen in proletarischen Restaurants eher toleriert wird als in gehobeneren Speisesälen (vgl. Mars/Nicod 1984; Ling 1997). Im Weltmaßstab gesehen ist das Handy wohl dort besonders populär, wo die Bevölkerungen gewohnt sind, in einer subinstitutionellen Welt sozialer Informalität zu leben, also bei Leuten, die von den Maßstäben westlicher Formalbürokratien und von der Tyrannei terminlicher Regelungen und Festlegungen immer relativ unberührt geblieben sind.

Die »digitale Kluft« zwischen höherschichtigen und unterschichtigen Handy-Nutzergruppen verläuft somit ganz anders als jene bei PCs und beim World Wide Web (vgl. Ling 2004: 15). In Zukunft könnte das Handy angesichts seiner Affinität zur Unterschichtkultur durchaus zum »negativen Statussymbol« werden; seine explizite *Nichtbenutzung* oder seine *demonstrative Abwesenheit* könnte zunehmend zu einem Merkmal positiver sozialer Distinktion werden.

Literatur

Agre, Philip E. (2001), »Changing Places: Contexts of Awareness in Computing«, in: *Human-Computer Interaction*, 16 (2-3), S. 177-192, http://dlis.gseis.ucla.edu/people/pagre/hci.html (14. Juli 2005).

Bachen, Christina (2001), »The Family in the Networked Society: A Summary of Research on the American Family«, Santa Clara University, CA: Center for Science, Technology and Society, http://sts.scu.edu/nexus/Issue1-1/Bachen_TheNetworkedFamily.asp (14. Juli 2005).

Bahrdt, Hans Paul (1958), *Industriebürokratie*, Stuttgart: Enke.

Fortunati, Leopoldina (2000), »The Mobile Phone: New Social Categories and Relations«, Vortrag auf dem Seminar »Sosiale Konsekvenser av Mobiltelefoni«, Oslo, 16 Juni.

Fortunati, Leopoldina (2002), »Italy: Stereotypes, True and False«, in: James E. Katz/Mark A. Aakhus (Hg.), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge: Cambridge University Press, S. 42-62.

Foucault, Michel (1963), *La naissance de la clinique*, Paris: Edition Page.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Fox, Kate (2001), »Evolution, Alienation and Gossip: The Role of Mobile Telecommunications in the 21st Century«, Oxford: Social Issues Research Center, http://www.sirc.org/publik/gossip.shtml (14. Juli 2005).

Katz, James E. (1999), *Connections: Social and Cultural Studies of the Telephone in American Life*, New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.

Klein, Naomi (2000), »The Vision Thing«, *The Nation*, 10. Juli, http://www.commondreams.org/views/062300-103.htm (14. Juli 2005).

Landes, David S. (1983), *Revolution in Time: Clocks and the Making of the Modern World*, Cambridge, MA: Belknap Press.

Lasen, Amparo (2002), *The Social Shaping of Fixed and Mobile Networks: A Historical Comparison*, Digital World Research Centre, University of Surrey, http://www.surrey.ac.uk/dwrc/Publications/HistComp.pdf (14. Juli 2005).

Ling, Richard S. (1997), »›One Can Talk about Common Manners!‹: The Use of Mobile Telephones in Inappropriate Situations«, in: Leslie Haddon (Hg.), *Communications on the Move: The Experience of Mobile Telephony in the 1990s*, COST248 Report, Farsta: Telia, S. 73-96.

Ling, Richard S. (2000), »Direct and Mediated Interaction in the Maintenance of Social Relationships«, in: Andy Sloane/Felix van Rijn (Hg.), *Home Informatics and Telematics: Information, Technology and Society*, Boston: Kluwer, S. 61-86.

Ling, Richard S. (2004), *The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society*, San Francisco: Morgan Kaufmann.

Ling, Richard S./Yttri, Brigitte (1999), *»Nobody Sits at Home and Waits for the Telephone to Ring«: Micro- and Hyper-Coordination through the Use of the Mobile Telephone*, Telenor Forskning og Utvikling, FoU Rapport 30.

Mars, Gerald/Nicod, Michael (1984), *The World of Waiters*, London: George Allen & Unwin.

Marx, Gary (1988), *Undercover: Surveillance in America*, Berkeley, CA: University of California Press.

Mathews, Joe (2001), »Cell Phones on Campus Advocated«, *Los Angeles Times*, 30. September.

Miyata, Kakuko et al. (2003), »The Mobile-izing Japanese: Connecting to the Internet by PC and Webphone in Yamanashi«, Vortrag auf der Konferenz »Front Stage/Back Stage and the Renegotiation of the Social Sphere«, Grimstad, Norwegen, 22.-24. Juni.

Mumford, Lewis (1963), *Technics and Civilization*, San Diego: Harvest Books.

Palen, Leysia/Salzman, Marilyn/Youngs, Ed (2001), »Going Wireless: Behavior and Practice of New Mobile Phone Users«, Boulder, CO, http://www.cs.colorado.edu/~palen/Papers/cscwPalen.pdf (14. Juli 2005).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Park, Woong Ki (2003), »Mobile Phone Addiction: A Case Study of Korean College Students«, Vortrag auf der Konferenz »Front Stage/ Back Stage and the Renegotiation of the Social Sphere«, Grimstad, Norwegen, 22.-24. Juni.

Plant, Sadie (2001), *On the Mobile: The Effects of Mobile Telephones on Social and Individual Life*, Untersuchung im Auftrag von Motorola, http://www.motorola.com/mot/doc/o/234_MotDoc.pdf (14. Juli 2005).

Portes, Alejandro (1998), »Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology«, in: *Annual Review of Sociology* 24, S. 1-24.

Puro, Jukka-Pekka (2002), »Finland: A Mobile Culture«, in: James E. Katz/Mark A. Aakhus (Hg.), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge: Cambridge University Press, S. 19-29.

Roos, Jeja Pekka (2001), »Post Modernity and Mobile Communications«, Vortrag auf der Konferenz der ESA, Helsinki, August, http: //www.valt.helsinki.fi/staff/jproos/mobilezation.htm
(14. Juli 2005).

Townsend, Anthony M. (2000), »Life in the Real-Time City: Mobile Telephones and Urban Metabolism«, in: *Journal of Urban Technology* 7 (2), S. 85-104, http://urban.blogs.com/research/JUT-LifeRealTime.pdf (14. Juli 2005).

Wellman, Barry (2001), »Physical Place and Cyber Place: The Rise of Personalized Networking«, in: *International Journal of Urban and Regional Research* 25 (2), S. 227-252, http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/individualism/ijurr3a1.htm (14. Juli 2005).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Die sozialen und wirtschaftlichen Implikationen der Mobiltelefonie in Ruanda: Eine Typologie unter dem Gesichtspunkt Telefonbesitz und Telefonzugang

Jonathan Donner

Einleitung

Im vorliegenden Beitrag sollen die sozialen und wirtschaftlichen Implikationen der schnellen Übernahme der Mobiltelefonie im südlich der Sahara gelegenen Teil Afrikas untersucht werden, unter besonderer Berücksichtigung Ruandas. Dabei sollen die Erfahrungen von drei Bevölkerungsgruppen miteinander verglichen werden: jener Menschen, die ein Telefon besitzen; jener, die sich auf öffentliche Telefone verlassen; und jener, die überhaupt keinen Zugang zu einem Telefon haben. Einige universale Muster im Gebrauch von Mobiltelefonen sind zwar offenkundig, doch soll auf diese Weise auch beleuchtet werden, welche unterschiedlichen Implikationen die Übernahme der Mobiltelefonie in einem Umfeld hat, in dem die Festnetztelefonie nur sehr begrenzt verfügbar ist.

Ein übergreifendes Thema bezüglich der Telekommunikation in Afrika ist die hartnäckige Unterversorgung mit Telefonen jeglicher Art. Nach Schätzungen der International Telecommunication Union (vgl. ITU 2004a) waren 2003 in ganz Europa 96,3 Prozent der Bevölkerung Besitzer eines Telefonanschlusses, wobei Festnetz- und Mobiltelefone zusammengerechnet wurden. In Amerika (Nord- *und* Südamerika) waren es 66,6 Prozent, in Afrika dagegen nur 8,7 Prozent. Die afrikanischen Telefonkunden sind in den Städten konzentriert sowie in den relativ recht wohlhabenden Nationen des Kontinents, speziell in Südafrika und Botswana.

Trotz dieser geringen Verbindungsdichte ist ein zweites Thema die schnelle Zunahme der Handynutzer in der Region. Afrika ist der am schnellsten wachsende Mobiltelefonmarkt der Welt (vgl. ITU 2004b).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

2003 waren 67 Prozent der gesamten Telefonverbindungen in Afrika Mobilfunkverbindungen; die Vergleichszahlen für Nord- und Südamerika bzw. Europa lauten 50 und 58 Prozent (vgl. ITU 2004b). Das Telefonfestnetz in Afrika wächst weiter, aber nur langsam. Derweil errichten Mobilfunkanbieter von Senegal bis Somalia Basisstationen und erweitern ihre Kundschaft so schnell wie sie können.

Diesem doppelten Thema der allgemeinen Telefonknappheit bei gleichzeitig rasanter Zunahme der Handynutzer verdankt das vorliegende Kapitel seinen typologischen Ansatz. »Private Telefonbesitzer«, »Benutzer öffentlicher Telefone« und »Personen ohne Telefonzugang« – diese Kategorien werden in Afrika noch lange von entscheidender Bedeutung sein. Die schnelle Verbreitung der Mobiltelefonie verändert jedoch die Zusammensetzung dieser Gruppen: Neue *Nur-Handy*-Besitzer steigen in die Reihen der Telefonbesitzer auf, einst exklusive Domäne der allerreichsten Haushalte. Inzwischen erweitern Bezahl-Mobiltelefonstationen die Reichweite öffentlicher und gemeinschaftlicher Erreichbarkeit, sodass auch jene jetzt häufiger telefonieren können, die sich allein kein eigenes Telefon oder keinen Telefonzugang leisten könnten.

Ruanda litt 1994 unter einem verheerenden Bürgerkrieg und dem damit einhergehenden Völkermord. Inzwischen ist in dem Land wieder relative Stabilität eingekehrt, doch Armut bleibt für viele die Alltagsrealität. Zwar ist Kigali eine kleine Stadt mit pulsierendem Leben, aber die meisten von Ruandas 8 Millionen Einwohnern leben auf dem Land und verdienen ihren Lebensunterhalt mit Landwirtschaft (vgl. CIA 2004). Somit sind die Erfahrungen mit städtischen und ländlichen Telekommunikationsmöglichkeiten in Ruanda exemplarisch für die ganze Region. Ruandas Mobilfunkanbieter MTN Rwanda Cell bot Dienste nach dem internationalen Mobilfunkstand GSM (Global System for Mobile Communications) erstmals 1998 an. 2003 nutzten in Ruanda bereits 1,6 Prozent der Bevölkerung Mobilfunkdienste, während nur 0,28 Prozent Zugang zu einem Festnetzanschluss hatten (vgl. ITU 2004b). Handy-Telekommunikation ist inzwischen in allen größeren Städten und Handelszentren Ruandas möglich; Teile der landwirtschaftlichen Regionen haben allerdings noch keinen Empfang.

Der folgende kurze Überblick fasst die Ergebnisse einer Reihe von Untersuchungen zusammen, die in Ruanda durchgeführt wurden; einbezogen werden ferner neuere Studien und Initiativen aus anderen Teilen Afrikas südlich der Sahara. Die Teilnehmer an den Untersuchungen in Ruanda sind Kleinstunternehmer – Inhaber kleiner Geschäfte mit meistens weniger als fünf Angestellten, wie sie in städtischen Wirtschaftsräumen in Entwicklungsländern von zentraler Bedeutung sind (vgl. Mead/Leidholm 1998; Santos 1979). Die Ausgangsstudie wurde mit Q-Methodik durchgeführt, als eine Art Übung zur Prioritätensetzung: 31 Kleinstunternehmer äußerten ihre Meinungen

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

und Erwartungen zum Handygebrauch (vgl. Donner 2003). Eine breiter angelegte Überblicksstudie in Kigali konzentrierte sich auf die Listen der zuletzt auf den Handys der Benutzer gespeicherten Rufnummern, um zu untersuchen, »mit wem die Kleinstunternehmer telefonieren und warum« (vgl. Donner 2004a und Donner 2005a). Zuletzt führten wir dann noch Interviews mit offenem Ausgang zu Themen wie geschäftsspezifischer Handynutzung und dem Einsatz des Handys zur sozialen Koordination durch (vgl. Donner 2005b).

Private Telefonbesitzer

Wir beginnen mit der weiterhin kleinsten der drei Gruppen in unserer Typologie: jenen Individuen oder Haushalten, die ein eigenes Telefon besitzen. Als die Nutzung von Mobiltelefonen noch nicht so verbreitet war, ließ sich die Mitgliedschaft in dieser Gruppe leicht erkennen; nur die wohlhabendsten Haushalte in Ruanda hatten genügend Einkommen, Bankkonten, Kredit, Status, Nähe zu den entscheidenden Kreisen und/oder politischen Einfluss, um ein Festnetztelefon installiert zu bekommen (vgl. Panos 2004). Heute gibt es zwei Wege zum eigenen Telefon: Kauf einer Festnetz-Telefonverbindung (weiterhin für die Reichsten reserviert) und Kauf eines Handys (eine Möglichkeit, die einem weiteren Spektrum der ruandischen Gesellschaft offen steht).

Mobil- und Festnetz-Telefonbesitzer

Viele Haushalte, die das Glück hatten, über einen Festnetzanschluss zu verfügen, waren auch unter den Ersten, die Mobiltelefone erwarben. Haushalte mit Festnetzanschluss stellen immer noch einen weit überproportionalen Anteil der Handybesitzer in Ruanda, weil inzwischen so gut wie jeder wohlhabende Ruander über ein Mobiltelefon verfügt. In vielerlei Hinsicht ähnelt die Kurve der Mobiltelefonverbreitung derjenigen in Europa und den Vereinigten Staaten, denn diese Technologie wurde zuerst von den Eliten der Wirtschaft, der freien Berufe und der Regierung genutzt, bevor sie ihren Weg in weitere Kreise der Haushalte und Privatpersonen fand (vgl. Katz 1999). Diese wohlhabenden Haushalte in Ruanda hießen das Handy auf gleiche Weise willkommen wie entsprechende Kreise in Europa: als zusätzliche *mobile* Telefonleitung, die die Festnetztelefonie daheim und am Arbeitsplatz ergänzen und erweitern konnte. Wie anderswo auch mischen sich bei den Kaufentscheidungen dieser Gruppe instrumentale und intrinsische Aspekte. Handys sind zweifellos bequem, aber sie symbolisieren auch Wohlstand und sind eine Quelle für Zufriedenheit und Sicherheit (vgl. Donner 2003).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Bei denen, die beides besitzen, sind Handys nicht nur Ergänzungen zum Festnetztelefon. Beide Telefonverbindungen konkurrieren auch um dieselben Anrufe (vgl. Hamilton 2003). Weil die Tarife für Auslandsgespräche bei MTN Rwanda Cell durchgängig unter denen des Festnetzanbieters RwandaTel lagen und liegen, erwerben manche Haushalte eigens ein Handy, um bei Auslandsgesprächen zu sparen. Diese Tarifkonkurrenz wird langfristig allen Telekommunikationskonsumenten im Lande zugute kommen, weil die Preise so unter Druck geraten. Manche Nutzer »kappen ihre Telefonschnur« gleich ganz. Wir interviewten einige frühere Besitzer eines Festnetzanschlusses; manche hatten ihren Festnetzanschluss ganz gekündigt, andere hatten sich anlässlich eines Umzugs entschlossen, keinen neuen Festnetzanschluss mehr zu beantragen.

Neue Nur-Handybesitzer

Heutzutage gibt es eine zweite, größere Gruppe von Telefonbesitzern in Ruanda – jene, die zum ersten Mal in ihrem Leben zu dem Schluss kommen, dass sie sich ein Telefon leisten können, und sich folglich auch eine Telefonverbindung zulegen (vgl. Gamos 2003). Die Angehörigen dieser Gruppe hatten gar keine »Telefonschnur zu kappen«, weil sie von vornherein nur ein Handy benutzen. Sie fördern in den Entwicklungsländern einen Handyboom, der weit über die Haushalte der Reichsten hinausreicht, und sie machen weltweit einen immer größeren Anteil der Handynutzer aus. Für diese Nutzer bieten Mobiltelefone die Vorteile elementarer Verbundenheit, die bei jedem Telefon relevant sind (vgl. Pool 1977), und zusätzlich noch die Mobilität, Sicherheit und Status- bzw. Zurschaustellungsvorteile, die in besonderem Maße handytypisch sind.

Komplementäre Attribute der Mobiltelefonie fördern diese immer stärkere Verbreitung. Auf der Ebene der Infrastruktur, also der Telefonnetze, kann die Hinzufügung einer Basisstation für den Mobilfunkverkehr in einer städtischen Nachbarschaft oder einem ländlichen Dorf die Verfügbarkeit von Telekommunikationsdiensten buchstäblich über Nacht verändern, überdies zu günstigeren Kosten für jeden Haushalt mit potenziellem Anschluss. Auf der Ebene von Preisgestaltung und Service gibt es mehr als genug billige und gebrauchte Handys. Von zentraler Bedeutung für die Ausweitung der Handynutzung in Afrika war jedoch die Einführung vorausbezahlter Handykarten (vgl. Minges 1999; Oestmann 2003), denn viele potenzielle Handybesitzer haben kein Bankkonto, verfügen nicht über Kredit oder auch nur einen zuverlässigen Postdienst – alles Voraussetzungen für die reguläre Führung von Handy-Vertragskonten. Demgegenüber gestatten vorausbezahlte Handykarten den Benutzern, ihre Konten immer dann aufzuladen,

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

wenn sie etwas Kleingeld zur Hand haben, und ihre Handyausgaben sorgfältig zu überwachen. Die übergroße Mehrheit der Mobilfunknutzer in Ruanda verlässt sich auf vorausbezahlte Karten. Im Folgenden werden die wirtschaftlichen und sozialen Vorteile des Telefonbesitzes für diese Gruppe neuer Handynutzer erörtert.

Wirtschaftliche Vorteile

Viele der Kleinstunternehmer, die wir interviewt haben, beschrieben signifikante Produktivitätszuwächse in ihren Geschäften. Es folgen drei Beispiele.

- Innocent ist Bäcker. Sein Geschäft ist klein; an den meisten Tagen backen er und sein Angestellter am offenen Feuer in seinem Haus Samosas. Vor zwei Jahren kaufte er sein Handy, das es ihm gestattet, sich leichter mit seinen Stammkunden zu koordinieren. Er verbringt jetzt nicht mehr große Teile des Tages damit, zu den Läden seiner Kunden zu fahren, um herauszufinden, was sie bestellen wollen. Stattdessen ruft er im Voraus an und sorgt dafür, dass er die richtige Menge Backwaren liefern kann. Außerdem schätzt Innocent, dass jetzt 30 Prozent seiner Kunden von außerhalb Kigalis kommen – sie alle können mit Innocent nur in Verbindung treten, weil er ein Handy hat.
- Afsa, eine Haarflechterin, zog als Waise nach Kigali, nachdem sie ihre Familie 1994 beim Völkermord verloren hatte. Sie lernte das Zöpfeflechten von einer Frau, die ihr für ihre Arbeit Kost und Logis gab, aber Geld konnte sie bei diesem Arrangement nicht wirklich verdienen. Auf Empfehlung ihrer Kunden und weil sie gesehen hatte, wie viel Erfolg andere mit ihrem Handy hatten, sparte Afsa monatelang und kaufte sich dann ein eigenes Handy. Jetzt können Afsas Kunden ihre Telefonnummer weitergeben, wenn anderen Leuten die von ihr geflochtenen Zöpfe gefallen, und so vergrößert sich Afsas Kundenkreis durch Mund-zu-Mund-Propaganda. Dank dieser Empfehlungen und dank der unkomplizierten Verabredungen, die sie jetzt mit Ihren Stammkunden treffen kann, hat sich ihr Geschäftsvolumen verdreifacht – von vier Kunden pro Woche auf zwölf. Jetzt kann sie allein ihren Lebensunterhalt bestreiten und Geld sparen; sie plant die Eröffnung ihres eigenen Frisiersalons. Sie sagt selbst: »Als ich das Handy bekam, sah ich das Zöpfeflechten als Geschäftsidee – als Arbeit – und konnte eine Zukunft für mich sehen.«
- Annette führt ein kleines Restaurant in Flughafennähe, in dem ugandisches Essen serviert wird. (Sie stammt aus Uganda.) Neuerdings, seit sie ein Handy gekauft hat, haben sich ihre Mittagskunden angewöhnt, sie jeden Tag anzurufen, um ihre Mahlzeit im Vor-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

aus zu bestellen. Sie erläutert: »Dann ist das Essen immer pünktlich fertig, und das ist leichter für sie. Nicht so, dass sie erst hier ankommen, dann bestellen, und so weiter. Jetzt haben sie noch nicht ganz eingeparkt, da steht ihr Essen schon auf dem Tisch, weil wir wissen, was sie haben möchten.« Andere rufen gegen Ende der Mittagszeit vorher an, um sich zu vergewissern, dass Annette noch etwas zu essen vorrätig hat.

Diese Geschichten über erhöhte Produktivität sind nicht auf die städtischen Gebiete beschränkt. Der Besitzer eines Ladens für Milchprodukte in Kigali berichtete, viele seiner Kunden »auf dem Land« hätten sich Handys zugelegt und riefen ihn an, wenn Milch zu kaufen sei. Farmer, Viehzüchter und Fischer auf dem Land benutzen Mobiltelefone, speziell SMS, um Kontakt zu ihren Märkten zu halten, um Reisekosten zu senken, sich über Preise zu informieren und die Marktmacht der Zwischenhändler zu reduzieren (vgl. King 2004).

Die meisten dieser Produktivitätsgewinne resultieren aus der Möglichkeit zum schnellen Informationsaustausch zwischen Menschen, die zu weit voneinander entfernt sind, als dass man schnell hinfahren könnte – selbst wenn die Entfernung nur ein oder zwei Kilometer beträgt. In vielen Fällen könnte auch eine Festnetzverbindung dieselben Vorteile bringen (vgl. Aronson 1971), doch andere Vorteile sind ausschließlich an Handys gebunden, vor allem die Tatsache, dass das Handy mit seinem Besitzer unterwegs ist, statt an nur einen Ort gebunden zu sein. Für eine selbstständige Schneiderin wie Speciose bedeutet der Besitz eines Handys, dass sie jetzt endlich ihre Mahlzeiten nicht mehr an der Nähmaschine einnehmen muss – aus Angst, sonst möglicherweise Kunden zu verlieren. Wie in anderen Regionen verleihen Mobiltelefone den Selbstständigen größere Flexibilität und Erreichbarkeit (vgl. Aspden/Katz 1994).

Soziale Vorteile

Die ökonomischen Vorteile sind für diese Gruppe zwar sehr wichtig, aber sie sind nicht alles. Rund 70 Prozent der Anrufe, die die Kleinstunternehmer, mit denen wir sprachen, tätigten oder empfingen, betrafen Familienangehörige oder Freunde und waren keine geschäftlichen Telefonate (vgl. Donner 2005a). Wenn ein Ehepaar mit Hilfe seiner Handys eine gemeinsame Taxifahrt-Heimfahrt nach der Arbeit arrangiert, wenn eine Frau ihr Handy benutzt, um mit einer Familienangehörigen über einen kranken Verwandten zu sprechen, oder wenn Annettes Kunden in ihrem Restaurant anrufen, um sich zu erkundigen, ob es noch etwas zu essen gibt, dann nutzen diese neuen Handybesitzer nur dieselben Möglichkeiten zur Fernkoordination ihres Alltags, die die Menschen in Ländern mit hoher Telefondichte längst für selbstver-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

ständlich halten – sei es über konventionelle Festnetzverbindungen (vgl. Cherry 1977) oder über Mobiltelefone (vgl. Ling/Haddon 2003).

Eine Möglichkeit, die sozialen Auswirkungen des Mobiltelefons zu verstehen, besteht in der Überlegung, wie der Handygebrauch das Netzwerk der Kommunikationspartner des Nutzers verändern kann. Unsere Befragungen der Kleinstunternehmer in Kigali galten ihren Gesprächsdaten und -aufzeichnungen. Die Handynutzer wurden gefragt: »Mit wem haben Sie gesprochen?« und »Worüber haben Sie gesprochen?« Wir fragten die Interviewpartner auch, wann sie dem jeweiligen telefonischen Gesprächspartner begegnet seien; ferner sollten sie einschätzen, ob sich die Gesamtmenge ihrer Kontakte zu jedem dieser telefonischen Gesprächspartner gesteigert oder vermindert habe oder ob sie gleich geblieben sei, seit ein Handy vorhanden ist. Auf diese Weise konnten wir feststellen, welche Kontakte im sozialen Netzwerk des Handynutzers neu waren. Es ließ sich kaum belegen, dass die Nutzer neue Familienmitglieder oder Freunde trafen, weil sie jetzt ein Mobiltelefon besaßen – sie sprachen vielmehr häufiger mit den bereits bekannten Familienmitgliedern und Freunden. Andererseits tauchen in den Gesprächsdaten auf jeden Fall neue Kunden auf. Tatsächlich fand sich die höchste Konzentration neuer Kunden bei jenen, die nur über eine Mobilfunkverbindung verfügten, nicht bei jenen, die neben dem Handyanschluss auch über einen Festnetzanschluss verfügten (vgl. Donner 2004a). Wie es Soziologen in anderen Kontexten schon bei den Besitzern von Festnetzanschlüssen festgestellt hatten (vgl. Ball 1968; Thorngren 1977), vermehrten Handys auch die Kontakthäufigkeit mit vorhandenen Freunden und Familienangehörigen, sowohl vor Ort als auch unter geographisch entfernten Partnern.

Seit die Nützlichkeit des Mobiltelefons im Alltag offenkundig geworden ist, haben Familien mit dem nötigen »Kleingeld« begonnen, mehrere Handys zu kaufen. Einer unserer Interviewpartner beschrieb zum Beispiel häufige Telefonate zwischen sich und seiner Frau – von Handy zu Handy – über den Zeitpunkt seiner Heimkehr von der Arbeit an diesem Tag. Ein anderer Befragter berichtete von seinem vierjährigen Sohn, der das Handy der Mutter benutzte, um ihm, dem Papa, zu sagen, wie sehr er ihn vermisse. Solche Geschichten erscheinen uns nur allzu vertraut – und so sollte es auch sein. Denn in den letzten Abschnitten wurden Beispiele dafür angeführt, wie Handys auf vertraute Weise für vertraute Zwecke genutzt werden. Doch gibt es noch mindestens drei weitere Faktoren, die illustrieren, wie die Verwendung von Mobiltelefonen in ressourcen- und verbindungsarmen Umfeldern von der Verwendung in wohlhabenderen Kontexten abweicht.

Erstens trägt das Handy in Diasporasituationen (vgl. Paragas 2005) zur Aufrechterhaltung von Familienkontakten über größere Entfernungen hin bei. Auf der Suche nach Erwerbsmöglichkeiten sind internationale Ortswechsel oder solche in weit entfernte Teile des eigenen

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Landes für die Volkswirtschaft vieler Nationen inzwischen von zentraler Bedeutung. In Ruanda trafen wir auf Ugander wie die Restaurantbesitzerin Annette, die aus ökonomischen Gründen in Ruanda lebten, wie wir andererseits in Uganda, Burundi und Südafrika auf Ruander und deren Familien stießen. In all diesen Fällen trugen Handys dazu bei, dass die Menschen einander enger verbunden fühlten, selbst wenn sie hunderte Kilometer voneinander entfernt lebten. Annette etwa kann mit dem Handy regelmäßig ihre Mutter anrufen, nachkontrollieren, ob das von ihr geschickte Geld auch wirklich angekommen ist, und sich nach ihrer Tochter erkundigen, die noch in Uganda zur Schule geht. Jeder einzelne Anruf Annettes bei ihrer Mutter und ihrer Tochter hat wahrscheinlich mit Familienangelegenheiten zu tun, doch der Gesamteffekt kann auch ökonomischer Natur sein. Ohne eine erschwingliche, zuverlässige Möglichkeit, Kontakt zu ihrer Familie zu halten, würde Annette sich in Kigali, wo ihr Restaurant floriert, vielleicht nicht wohlfühlen und auf Dauer nicht dort bleiben.

Zweitens: Eine sehr wirkungsvolle Technik zur Maximierung der Vorteile eines Mobiltelefons bei gleichzeitiger Minimierung der Kosten ist der »Lockruf« (das Anklingeln, *beeping*) (vgl. Donner 2005b; Oestmann 2003). Man ruft einen Mobilfunkteilnehmer an, legt aber wieder auf, bevor dieser das Gespräch angenommen hat. Die Botschaft »Verbindung fehlgeschlagen« auf dem Handydisplay ist *normalerweise* eine Bitte um Rückruf. Seit sich diese Sitte jedoch stark ausgebreitet hat, hat das Signal unterschiedliche Bedeutungen bekommen. Wenn beide Teilnehmer den Lockruf im Voraus vereinbart haben, kann er »Hol mich jetzt bitte ab« bedeuten oder »Ich bin gut angekommen« oder irgendeine andere Botschaft, die beide Beteiligte vorher vereinbart haben. Für den Milchverkäufer Fred bedeutete ein Anklingeln seitens seines Lieferanten: »Ich habe Milch – schick deinen Lastwagen.« Die wenigen ruandischen Jugendlichen, die inzwischen ein Handy besitzen, haben sich angewöhnt, sich wechselseitig anzuklingeln, um einander – praktisch kostenlos – auf diese Weise mitzuteilen: »Ich denke gerade an dich« (was sogar noch billiger ist als SMS). Solche Botschaften haben keinen instrumentalen Inhalt, sie stehen vielmehr für eine Form »phatischer« Kommunikation (vgl. Malinowski 1923): Sie dienen dazu, das Vorhandensein einer Beziehung oder einen offenen Kommunikationskanal zu signalisieren (vgl. Haddon 2000; Ling 2004; Thurlow/Brown 2003).

Weil das Anklingeln weit mehr Nutzern, die sich ein Handy sonst nicht leisten könnten, das Betreiben eines Handys gestattet, sind Kigali, Nairobi, Kampala und andere afrikanische Städte Hochburgen solcher Lockrufe (vgl. Borzello 2001; Mutahi 2002). Dank vorausbezahlter Handykarten und weil bei zustande gekommenen Verbindungen immer der Anrufende die Kosten des Gesprächs zu tragen hat, muss man als Handybesitzer im Extremfall nur die Grundgebühr von wenigen

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Dollar pro Monat zahlen, um eingehende Anrufe weiterhin empfangen zu können. Kann man also andere Telefonbesitzer anklingeln und diese überzeugen, die Gesprächskosten zu übernehmen, so lassen sich die monatlichen Telefonkosten recht gering halten. Das kann natürlich auch zu komplexen Erprobungen der Willensstärke führen, wer denn nun für wen zahlen solle, aber im Allgemeinen wird erwartet, dass die wohlhabendere Person das Gespräch bezahlt (vgl. Donner 2005b). Mittels eines Lockrufs lässt sich auch eine Interaktion zwischen Benutzern öffentlicher Telefone und Handybesitzern bewerkstelligen. Wer kein Handy besitzt, kann öffentliche Telefone benutzen, um seine Freunde, Familienangehörige und Geschäftspartner, die ein Handy besitzen, anzuklingeln und auf diese Weise die Gesprächskosten den Städtern aufzuhalsen (vgl. Oestmann 2003).

Schließlich ist drittens noch das Thema Handydiebstahl zu bedenken. Solche Diebstähle sind ein weltweites Problem (vgl. Katz 2005), doch in Ländern wie Ruanda, wo Handys oft das teuerste Stück sind, das der oder die Betreffende besitzt und wofür er oder sie monatelang sparen musste, können Handydiebstähle besonders schlimm sein. Kleinkriminelle schnappen sich ein unbeaufsichtigtes Handy oder sie schlitzen Handtaschen auf, um an das darin wahrscheinlich befindliche Handy heranzukommen. Viele der von uns Befragten berichteten, sie seien bereits Opfer von Handydieben geworden. Einem Juwelier, mit dem wir sprachen, waren bereits drei Mobiltelefone gestohlen worden – eines sogar von einem Kunden direkt in seinem Laden! Es gibt nur wenige Möglichkeiten, wieder an ein Handy zu kommen. Angel, die Kunsthandwerk-Verkäuferin, musste umgehend ein neues Handy mieten (und gleichzeitig das Geld für ein neues ansparen), als man ihr das eigene Handy gestohlen hatte. Afsa, die Haarflechterin, hat einen »Notgroschen« speziell für den Fall beiseite gelegt, dass ihr das Handy gestohlen würde. Solche Notreserven und sofortigen Handyanmietungen zeigen letztlich nur, wie für Individuen, die zuvor jahrelang ohne Telefon gelebt hatten, das Handy inzwischen zum unverzichtbaren Bestandteil ihres Alltagslebens geworden ist. Rangeria, ein Automechaniker, sagte: »Ich bin immer frustriert, wenn ich mein Telefon nicht dabei habe, weil ich mich so daran gewöhnt habe. Außerdem werden so auch diejenigen enttäuscht, die mit mir normalerweise Telefongespräche führen.« In einer Aussage, die an Wurtzel und Turners Ergebnisse zum Thema »Telefonverlust« (vgl. Wurtzel/Turner 1977) erinnert, verglich ein weiterer Interviewpartner einen Haushalt ohne Handy mit einem »Haus ohne Wasseranschluss«.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Benutzer von öffentlichen Telefonen

Obwohl die Versuchung groß ist, sich in diesem Beitrag ganz auf die Begeisterung im Umfeld der neuen Handybesitzer zu konzentrieren, besitzt die große Mehrheit der Haushalte in Ruanda und anderswo im Afrika südlich der Sahara weder ein Mobiltelefon noch einen Festnetzanschluss. Zwei miteinander zusammenhängende Hindernisse für den Handybesitz sind dafür verantwortlich. Das erste ist ganz einfach das Geld; selbst mit vorausbezahlten Handykarten, preiswerten Handys und Lockrufstrategien zur Reduzierung der Telefonkosten können sich viele Ruander weder Handys noch die Anschlussgebühren leisten. Das zweite Hindernis besteht darin, dass nicht überall im ganzen Land Mobilfunkempfang möglich ist. MTN bemüht sich, Ruanda so weit wie möglich mit Empfangsmöglichkeiten zu versehen, und die geringe Größe und dichte Besiedelung des Landes bedeutet letztendlich, dass irgendwann ein wesentlich größerer Teil des Landes für den Mobilempfang gerüstet sein wird als etwa im Tschad, in Mali oder im Kongo, doch gegenwärtig ist das Land noch nicht zu hundert Prozent versorgt. Beide Hindernisse für den Handybesitz – Kosten und Lücken im Mobilfunknetz – sorgen zusammengenommen dafür, dass städtische gegenüber ländlichen Regionen im Vorteil sind. In der Tat sind Handys vielleicht gar nicht besser geeignet als Festnetzanschlüsse, wenn es um Lösungsmöglichkeiten für den Anschluss vieler ländlicher Haushalte geht (vgl. Panos 2004).

Doch zeigen neuere Daten der Londoner Gamos Gruppe (vgl. Gamos 2003), dass der Telefonbesitz im Afrika südlich der Sahara zwar selten ist, die Telefonnutzung hingegen nicht. Auf der Grundlage von Befragungen in Botswana, Uganda und Ghana berichtet Gamos, dass rund 75 Prozent der Befragten, die in ländlichen Gebieten mit geringer Telefondichte lebten, trotzdem angaben, wenigstens einmal innerhalb der letzten drei Monate telefoniert zu haben, und dass sie dafür teilweise beträchtliche Entfernungen überbrücken mussten. In den städtischen Gebieten war der Prozentsatz regelmäßiger Telefonbenutzer sogar noch höher.

Die kürzlich erfolgte Einführung von öffentlichen Mobiltelefonen und Telefonzentren ist für diese regelmäßigen Telefonbenutzer natürlich eine gute Nachricht. In vielen Gegenden, ländlichen wie städtischen, gibt es immer mehr fest installierte öffentliche Funktelefone, die gegen Bezahlung benutzt werden können. Diese Telefone bieten an Orten, wo die Installation eines konventionellen Festnetzanschlusses unpraktisch oder nicht profitabel wäre, einen Netzzugang auf GSM-Basis (vgl. Oestmann 2003). In Nachbarschaften, wo sich an vorhandenen öffentlichen Telefonen lange Schlange bilden, werden zusätzliche Funkverbindungen eingerichtet. In Südafrika müssen die drei Mobilfunkanbieter als Teil ihrer Lizenzvereinbarungen sogar die Installation

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

für Tausende von öffentlichen Mobilfunktelefonstationen bereitstellen, die dann nach dem Franchise-System von freien Unternehmern individuell geführt werden (vgl. Reck/Wood 2003). Manchmal ist das öffentliche Telefon einfach ein Handy. Grameen Village Phone aus Bangladesh ist berühmt für seine Entwicklung eines finanziellen und technologischen Modells, mit dessen Hilfe Tausende von Unternehmerinnen in die Lage versetzt werden, in ihrem Dorf als »Telefonfrauen« zu fungieren (vgl. Richardson/Ramirez/Haq 2000); Grameen Phone ahmt dieses Modell in Zusammenarbeit mit MTN jetzt in Uganda nach (vgl. USAID 2004).

Die Benutzer öffentlicher Telefone verfügen natürlich nicht über dieselbe Flexibilität bei der Entgegennahme von Gesprächen wie Handybesitzer, doch in den kommenden Jahren wird das Modell eines Gemeinschaftstelefons ein wichtiger Aspekt der Telefonversorgung bleiben. Tatsächlich kann schon ein einziges Telefon oder eine gemeinschaftlich genutzte Handyleitung in einem Dorf die Verbindungen zwischen Landbewohnern und ihren Familien in der Stadt verbessern, wenn diese ein Mobiltelefon besitzen (vgl. Gamos 2003). Die Fähigkeit der Bauern, Höchstpreise für ihre Produkte zu erzielen, wird durch den Handyzugang ebenfalls verbessert (vgl. Eggleston/Jensen/Zeckhauser 2002; Saunders/Warford/Wellenius 1994).

Menschen ohne Telefonzugang

Und was ist mit dem Rest? Wenn die Schätzungen von Gamos korrekt sind (vgl. Gamos 2003), dann benutzen rund 25 Prozent der Bewohner in Ghana, Botswana und Uganda (sowie möglicherweise auch in Ruanda) regelmäßig überhaupt kein Telefon – entweder weil sie nicht in passabler Reichweite eines Telefons leben oder weil sie sich entschlossen haben, überhaupt nicht zu telefonieren. Allerdings kann man immer noch argumentieren, dass selbst diese Haushalte indirekt von den Verbesserungen profitieren, die sich in letzter Zeit bei den Verbindungen telefonischer und organisatorischer Art zwischen Nichtregierungsdiensten und Regierungsdiensten zu ihrem Vorteil ergeben haben, speziell in ländlichen Gegenden. So arbeiten etwa die Softwarefirma Voxiva und die Columbia University New York zusammen mit den US Centers for Disease Control und der ruandischen Regierung an der Entwicklung eines Systems, das Mobiltelefone und Internetverbindungen nutzt, um ländliche Gesundheitszentren mit Zentralkrankenhäusern und Regierungsbehörden zu verbinden. Das auf diese Weise entstehende landesweite Informationssystem wird die ruandischen Bemühungen unterstützen, die Behandlung von HIV/Aids mit Antiretroviren-Medikamenten dramatisch zu verbessern (vgl. Casas/LaJoie 2003; Donner 2004b; Nyaruhirira et al. 2004). Ähnliche Bemühungen laufen

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

auch in Südafrika – wo mit Hilfe von Textbotschaften die Patientenversorgung koordiniert wird (vgl. Lindow 2004) – und in Uganda, wo mobilfunkgestützte Minicomputer in Handyform (PDA, Personal Digital Assistent) dem medizinischen Betreuungspersonal auf dem Land neueste Informationen an die Hand geben (vgl. Phipps/Sangudi/Woolway 2003).

Größtenteils müssen die ermutigenden Entwicklungen beim Handybesitz und bei der Ausweitung öffentlich zugänglicher Mobilfunktelefone jedoch mit einer Einschränkung versehen werden: Die Lücke zwischen ländlicher und städtischer Handynutzung ist der jüngste Schönheitsfehler im Zuge der weiterhin bestehenden Herausforderung, die Versorgung der Landbevölkerung in abgelegenen Gebieten mit Telefonverbindungen zu verbessern (vgl. Andrew/Petkov 2003; Hudson 1984; Panos 2004; Saunders/Warford/Wellenius 1994). Mobiltelefone erweitern die telefonische Erreichbarkeit für die Bewohner städtischer Peripherien und selbst mancher ländlicher Gebiete, wo sich Festnetzverbindungen nicht rentierten, doch ist es in absehbarer Zukunft unwahrscheinlich, dass GSM-Signale auf dem ganzen Kontinent bis ins letzte Dorf zu empfangen sein werden. Die »digitale Kluft« (vgl. Norris 2001) bleibt für Afrika ein wichtiges politisches Thema, selbst auf der Ebene elementarer Gesprächsverbindungen. Wie ein Dorf ohne Elektrizität oder befestigte Zugangsstraßen kann auch ein Dorf ohne Mobilfunkempfang für die Teilnahme am vernetzten formalen Wirtschaftsleben schlecht gerüstet sein.

Wo die Marktkräfte weder Festnetztelefonanbieter noch Mobilfunkanbieter ermutigen, zu vernünftigen Preisen Telefonverbindungen anzubieten, sind noch einige andere Ansätze für die Verbesserung der Verbindungsdichte und Senkung der Telefonkosten verfügbar. Zwar können solche Ansätze im Rahmen des vorliegenden Beitrags nicht ausführlich dargestellt werden, aber dazu gehören Eingriffsmöglichkeiten der Regulierungsbehörden, beispielsweise die Auflagen in Südafrika, Telefonläden anbieten zu müssen, sowie flexible Franchisesysteme für den ländlichen Mobilfunkverkehr (vgl. Engvall/Hesselmark 2004) oder die Einrichtung alternativer Satelliten- bzw. WiFi/WiMAX-Technologien zur Förderung der Telefonverbindungsdichte in ländlichen und abgelegenen Gegenden (vgl. O'Neill 2003). Solche Lösungen erfordern jedoch eine sorgfältige Zusammenarbeit mit und eine Integration in bereits bestehende Dienste und Angebote, damit die Bedürfnisse aller Beteiligten optimal ausbalanciert werden können. Wenn wir den Blick überdies nicht nur auf Gebiete lenken, in denen der Mobilfunkverkehr funktioniert, sondern auch auf jene Gebiete, wo dies noch nicht der Fall ist, wird deutlich, dass Handys nur ein Teil der in Entwicklung befindlichen Telekommunikationslandschaft sind – eines Systems, das Ergebnis komplexer Interaktionen zwischen Technologien,

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Rahmenbedingungen und Regulierungen, Geographie und Nachfrage bei den Telefonnutzern ist.

Zusammenfassung

Trotz der Herausforderungen bei der telefonischen Erschließung abgelegener Gegenden bietet der Besitz eines Handys für Millionen individueller Nutzer im gesamten Afrika südlich der Sahara auf jeden Fall signifikante wirtschaftliche und soziale Vorteile und Möglichkeiten. Besonders wertvoll ist, dass viele Bewohner in Städten wie Kigali jetzt bedeutend besseren Zugang zu elementaren telefonischen Gesprächsmöglichkeiten haben. Annettes Restaurant floriert, weil ihre Kunden Handys besitzen; der Klempner Celestine hat die Nummern seiner drei wichtigsten Bauunternehmer in seinem Handy einprogrammiert; der Taxifahrer Yousef ist glücklich, weil er mit seiner Frau den ganzen Tag über per Handy in Verbindung bleiben kann. All diese Geschichten sind im Lichte von Metcalfes Gesetz zu sehen (vgl. Gilder 2000); sie illustrieren, wie der Wert jeder netzwerkbasierten Technologie quadratisch mit der Anzahl der Benutzer dieser Technologie wächst. Je mehr Ruander Handybesitzer werden, desto stärker profitieren davon auch die bereits vorhandenen Mobil- und Festnetztelefonnutzer.

Wenn sich der Anteil der Telefonbenutzer in einer Stadt in fünf Jahren verdreifacht, ergeben sich signifikante Veränderungen in den sozialen und wirtschaftlichen Netzwerken dieser Stadt. Nach Townsend (2000) definieren Mobiltelefone »die räumlichen und zeitlichen Begrenzungen aller Arten menschlicher Kommunikation neu – ganz gleich ob es dabei um die Arbeit, die Familie oder Erholung und Unterhaltung in der Freizeit geht. […] So beschleunigt sich der Stoffwechsel urbaner Systeme; Kapazitäten und Effizienz nehmen zu.« Die von Townsend festgestellte Beschleunigung ist in Kigali geradezu mit Händen zu greifen. Möglicherweise ist der von Townsend beschriebene Effekt in dieser Stadt, in der Handys oft die einzigen Telefone ihrer Besitzer sind, sogar noch deutlicher ausgeprägt als anderswo. Die Produktivitätsgewinne sind greifbar. Rangeria, ein selbstständiger Automechaniker, sagte uns: »Wenn ich früher ein Ersatzteil brauchte, musste ich hinfahren und es abholen. Doch jetzt rufe ich, wo immer ich bin, einfach an und kriege es gebracht. Früher habe ich viel Zeit verschwendet.« Tatsächlich führt Rangeria jetzt, wenn er ein Auto zu reparieren hat, oft *vier* Telefongespräche: eines zur Terminabsprache, eines, um dem Kunden den Kostenvoranschlag mitzuteilen, eines mit dem Zulieferer wegen der benötigten Teile, und schließlich eines, um dem Kunden zu sagen, dass das Auto fertig ist. Jeder dieser Anrufe ersetzt eine Autofahrt oder macht die Vorgänge effizienter.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Nicht nur in wirtschaftlicher Hinsicht ist die Nützlichkeit des Mobiltelefons bei dieser Bevölkerung aus neuen Handybesitzern gegeben; sie ist vielleicht sogar noch größer, wenn es gilt, soziale Kontakte zu pflegen. Wer zuvor vielleicht nur einmal im Monat ein Gespräch mit weitläufigen Verwandten arrangieren konnte, kann dies jetzt öfter tun. Familien können ihren Alltag effizienter koordinieren, als es zuvor der Fall war. Man muss jedoch sorgfältig unterschieden, ob diese neue Macht speziell dem Handy und dem neuen Telefonnetz zu verdanken ist. Wenn wir Einwohner aus Kigali fragen, wo aus ihrer Sicht die Vorteile ihres neuen Handys liegen, nennen sie vielleicht einen höheren Sozialstatus, mehr Sicherheit, ständige Kontaktmöglichkeiten und erhöhte Mobilität (vgl. Donner 2003). Doch wenn es sich um neue Nur-Handybesitzer handelt, nennen sie vielleicht auch den einfachen Wert ihrer neuen Fähigkeit: jederzeit, wenn sie es wünschen, Anrufe zu tätigen oder entgegenzunehmen – wie man es schon bei den Neubesitzern von Festnetztelefonanschlüssen herausgefunden hatte (vgl. Dimmick/Sikand/Patterson 1994; Pool 1977).

Aus einer bestimmten Sicht unterstützen die Ähnlichkeiten bei den festgestellten Mustern der Handynutzung auch generell die diesbezügliche Theorie von Katz und Aakhus (vgl. Katz/Aakhus 2002) unter dem Stichwort »Apparatgeist«. Die Mikrokoordination des Anrufs im Restaurant zur Mittagszeit; das Ferngespräch mit der oder dem Geliebten; sogar das Anklingeln des Teenagers, das einfach nur besagen soll: »Ich denke gerade an dich« – sie alle entsprechen ähnlichen Verhaltensweisen in anderen Teilen der Welt mit höherer Telekommunikationsdichte. Wenn wir jedoch die Implikationen des Mobiltelefons für drei Sorten von Individuen betrachten (für jene, die jetzt Telefonbesitzer sind, jene, die Zugang zu einem öffentlichen Telefon haben, und jene, die überhaupt keinen Telefonzugang haben), dann gerät ein entscheidender Unterschied in den Blick – die Unterscheidung zwischen den wenigen, die jetzt ein Telefon ihr Eigen nennen, und der großen Zahl derer, die keines besitzen. Diese Unterscheidung markierte früher eine klare Trennungslinie zwischen der Elite und dem Rest der Nation; aber das trifft in dieser Form nicht länger zu.

Zwischen den drei genannten Gruppen sind zwei unterschiedliche Übergänge feststellbar: Wenn neue öffentliche Telefone installiert werden, sind anschließend manche *Menschen, die zuvor überhaupt nicht telefonieren konnten*, in der Lage, *gelegentlich zu telefonieren*. Und neue Handybesitzer, die zuvor auf öffentliche Telefone angewiesen waren, können jetzt, *wann immer sie wollen, Telefonate tätigen oder entgegennehmen*. Größenordnung und Bedeutung dieser beiden Übergänge zu untersuchen, ist ein aussichtsreiches Gebiet für zukünftige Forschungen, insbesondere die Untersuchung des Übergangs von öffentlicher Telefonbenutzung zu privatem Telefonbesitz. Unsere Interviews mit

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Kleinstunternehmern legen den Schluss nahe, dass dieser Unterschied fundamentale Bedeutung hat – dass es um weit mehr geht als um einen milden graduellen Unterschied in puncto Erreichbarkeit oder Bequemlichkeit. Es gibt inzwischen auf der Erde 1,5 Milliarden Mobilfunkteilnehmer, bereits mehr als Festnetzanschlüsse (vgl. ITU 2004b). So werden wahrscheinlich viele aus der nächsten Milliarde von Handybesitzern in China, Indien, Afrika und in allen Entwicklungsländern der Erde Erfahrungen machen, die denen der neuen Handybesitzer in Ruanda ähneln – ihr erstes und einziges Telefon wird ein Handy sein.

Es ist wahrscheinlich noch zu früh, um die langfristigen Auswirkungen des Mobiltelefongebrauchs auf die ganze Region zu bestimmen. Sind die Handybesitzer und die Benutzer öffentlicher Telefone in Ruanda jetzt glücklicher als zuvor? Sind sie wohlhabender? Gesünder? Die meisten Belege sind noch zu anekdotisch, um derartige Fragen beantworten zu können. Obwohl wir durch den Handygebrauch wahrscheinlich eine verstärkte Wirtschaftsaktivität in den Städten und intensivierte Kontakte zwischen Stadt und Land verzeichnen werden, bleibt es eine offene Frage, ob sich die auf der Firmenebene beobachteten Produktivitätsgewinne zu einer Zunahme des nationalen Wohlstands hochrechnen lassen. Gegenwärtig lässt sich als entscheidende Implikation des Handygebrauchs eine soziale und wirtschaftliche Erweiterung beobachten. Diesen Gedanken legt auch Townsends Metapher vom »beschleunigten« städtischen Stoffwechsel nahe. Eine Neubestimmung der Rolle von Mobiltelefonen im Sinne von Erweiterung statt im Sinne von Transformation hätte für die Analyse der afrikanischen Verhältnisse besondere Bedeutung. Denn dabei geriete die Wechselwirkung zwischen Handygebrauch und den ganz eigenen sozialen, politischen und ökonomischen Strukturen des Kontinents wesentlich stärker in den Blick.

Gleichwohl sind die Ruander hinsichtlich des Potenzials ihrer Handys, die eigenen Lebensumstände zu verbessern, recht optimistisch und bringen diesen Optimismus durch Abstimmung mit ihrer Brieftasche zum Ausdruck: indem sie fast überall, wo das möglich ist, Mobiltelefone kaufen und nutzen. Indem sich der vorliegende Beitrag auf die unterschiedlichen Erfahrungen von drei Kategorien von Telefonbenutzern konzentrierte, hat er dazu beigetragen, die Vorteile und Herausforderungen zu beleuchten, die mit der Ausbreitung der Mobiltelefonie in Ruanda und darüber hinaus verbunden sind. Selbst wenn wir mit Freude feststellen können, wie viele Ruander bereits von ihren Handys profitieren können, lohnt trotzdem ein intensiver Blick auf die beiden anderen, immer noch weit umfangreicheren Personenkategorien in diesem Land – die der Benutzer öffentlicher Telefone und die der Telefonlosen. Auch diese Gruppen verdienen unsere Aufmerksamkeit und die Fortsetzung unserer Arbeit in den für sie wichtigen Themenberei-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

chen: Verbindungsdichte, Zugang, Einbeziehung aller Bevölkerungskreise und eine breit fundierte Entwicklung des Landes.

Literatur

Andrew, T.N./Petkov, Doncho (2003), »The Need for a Systems Thinking Approach to the Planning of Rural Telecommunications Infrastructure«, in: *Telecommunications Policy* 27 (1-2), S. 75-93.

Aronson, Sidney H. (1971), »The Sociology of the Telephone«, in: *International Journal of Comparative Sociology* 12 (3), S. 153-167.

Aspden, Philip/Katz, James E. (1994), *Mobility and Communications: Analytical Trends and Conceptual Models* (Nr. OTA N3-16040.0), Washington, DC: US Congress, Office of Technology Assessment.

Ball, Donald W. (1968), »Toward a Sociology of Telephones and Telephoners«, in: Marcello Truzzi (Hg.), *Sociology and Everyday Life*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, S 59-75.

Borzello, Anna (2001), »Uganda's ›Beeping‹ Nuisance«, http://news. bbc. co.uk/1/hi/world/africa/1132926.stm (29. Oktober 2004).

Casas, Cynthia/LaJoie, William (2003), »Voxiva: Peru«, http://www.bus. umich.edu/BottomOfThePyramid/Voxiva.pdf (30. September 2004).

Cherry, Colin (1977), »The Telephone System: Creator of Mobility and Social Change«, in: Ithiel de Sola Pool (Hg.), *The Social Impact of the Telephone*, Cambridge, MA: MIT Press, S. 112-126.

CIA (2004), »World Factbook – Rwanda«, http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/geos/rw.html (20. Dezember 2004).

Dimmick, John W./Sikand, Jaspreet/Patterson, Scott J. (1994), »The Gratifications of the Household Telephone: Sociability, Instrumentality and Reassurance«, in: *Communication Research* 21 (5), S. 643-663.

Donner, Jonathan (2003), »What Mobile Phones Mean to Rwandan Entrepreneurs«, in: Kristóf Nyíri (Hg.), *Mobile Democracy: Essays on Society, Self and Politics*, Wien: Passagen Verlag, S. 393-410.

Donner, Jonathan (2004a), »How Mobiles Change Microentrepreneurs' Social Networks: Enabling and Amplifying Network Contacts in Kigali, Rwanda«, Vortrag auf der Konferenz »Mobile Communication and Social Change: 2004 International Conference on Mobile Communication«, Seoul, 17.-18. Oktober.

Donner, Jonathan (2004b), »Innovative Approaches to Public Health Information Systems in Developing Countries: An Example from Rwanda«, Vortrag auf der Konferenz »Mobile Technology and Health: Benefits and Risks«, Department of Economics, Society, and Geography, Universität Udine, Italien, 7.-8. Juni.

Donner, Jonathan (2005a), »The Mobile Behaviors of Kigali's Microentrepreneurs: Whom They Call … And Why«, in: Kristóf Nyíri (Hg.), *A*

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Sense of Place: The Global and the Local in Mobile Communication, Wien: Passagen Verlag, S. 293-301.

Donner, Jonathan (2005b), »What Can Be Said with a Missed Call? Beeping via Mobile Phones in Sub-Saharan Africa«, Vortrag auf der Konferenz »Communications in the 21st Century: Seeing, Understanding, Learning in the Mobile Age«, Budapest, 28.-30. April.

Eggleston, Karen/Jensen, Robert T./Zeckhauser, Richard (2002), »Information and Telecommunication Technologies, Markets, and Economic Development«, in: Geoffrey Kirkman/Peter Cornelius/Jeffrey Sachs/Klaus Schwab (Hg.), *The Global Information Technology Report 2001-2002: Readiness for the Networked World*, New York: Oxford University Press, S. 62-74.

Engvall, Anders/Hesselmark, Olof (2004), »Profitable Universal Service Providers«, Oktober, http://www.eldis.org/fulltext/profitable.pdf (27. Januar 2005).

Gamos (2003), »Innovative Demand Models for Telecommunications Services«, http://www.telafrica.org/pdfs/FinalReport.pdf (23. Dezember 2004).

Gilder, George (2000), *Telecosm: How Infinite Bandwidth Will Revolutionize Our World*, New York: Free Press.

Haddon, Leslie (2000), »The Social Consequences of Mobile Technology: Framing Questions«, Vortrag auf dem Seminar »Sosiale Konsekvenser av Mobiltelefoni«, Oslo, 16 Juni.

Hamilton, Jacqueline (2003), »Are Main Lines and Mobile Phones Substitutes or Complements? Evidence from Africa«, in: *Telecommunications Policy* 27, S. 109-133.

Hudson, Heather E. (1984), *When Telephones Reach the Village: The Role of Telecommunications in Rural Development*, Norwood, NJ: Ablex.

ITU (2004a), *African Telecommunication Indicators 2004*, Genf: International Telecommunication Union.

ITU (2004b), »Online Statistics«, http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/ (20. Dezember 2004).

Katz, James E. (1999), *Connections: Social and Cultural Studies of the Telephone in American Life*, New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.

Katz, James E. (2005), »Mobile Phones in Educational Settings«, in: Kristóf Nyíri (Hg.), *A Sense of Place: The Global and the Local in Mobile Communication*, Wien: Passagen Verlag, S. 305-319. http: //www.scils.rutgers.edu/ci/cmcs/publications/articles/mobile%20phones%20in%20educational%20settings.pdf (16. Dezember 2005).

Katz, James E./Aakhus, Mark (2002), »Conclusion: Making Meaning of Mobiles: A Theory of *Apparatgeist*«, in: J.E. Katz/M. Aakhus (Hg.), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge: Cambridge University Press, S. 301-318.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

King, Brad M. (2004), »Text Messaging Empowers Kenyan Farmers«, http://www.interaction.org/ict/success_text_Kenya.html (2. Dezember 2004).

Lindow, Megan (2004), »How SMS Could Save Your Life«, http://www.wired.com/news/medtech/0,1286,65585,00.html (23. November 2004).

Ling, Richard S. (2004), *The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society*, San Francisco: Morgan Kaufmann.

Ling, Richard S./Haddon, Leslie (2003), »Mobile Telephony, Mobility, and the Coordination of Everyday Life«, in: James E. Katz (Hg.), *Machines That Become Us: The Social Context of Personal Communication Technology*, New Brunswick, NJ: Transaction Publishers, S. 245-265.

Malinowski, Bronislaw (1923), »The Problem of Meaning in Primitive Languages«, in: C.K. Ogden/I.A. Richards (Hg.), *The Meaning of Meaning: A Study of the Influence of Language upon Thought and of the Science of Symbolism*, London: K. Paul, Trench, Trubner & Co., S. 296-336.

Mead, Donald C./Leidholm, Carl (1998), »The Dynamics of Micro and Small Enterprises in Developing Countries«, in: *World Development* 26 (1), S. 61-74.

Minges, Michael (1999), »Mobile Cellular Communications in the Southern African Region«, in: *Telecommunications Policy* 23 (7-8), S. 585-593.

Mutahi, Wahome (2002), *How to Be a Kenyan*, Nairobi: Kenway Publications.

Norris, Pippa (2001), *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*, New York: Cambridge University Press.

Nyaruhirira, Innocent/Munyakazi, L./Donner, Jonathan et al. (2004), »Technology Supports Rapid Scale-up of Rwanda's HIV/AIDS Care and Treatment Programs«, Vortrag auf der Konferenz »AIDS 2004: XV. International Conference«, Bangkok.

Oestmann, Sonja (2003), »Mobile Operators: Their Contribution to Universal Service and Public Access«, http://rru.worldbank.org/Documents/PapersLinks/Mobile_operators.pdf (29. Oktober 2004).

O'Neill, Peter D. (2003), »The ›Poor Man's Mobile Telephone‹: Access versus Possession to Control the Information Gap in India«, in: *Contemporary South Asia*, 12 (1), S. 85-102.

Panos (2004), *Completing the Revolution: The Challenge of Rural Telephony in Africa* (Nr. 48), London: The Panos Institute.

Paragas, Fernando (2005), »Migrant Mobiles: Cellular Telephony, Transnational Spaces, and the Filipino Diaspora«, in: Kristóf Nyíri (Hg.), *A Sense of Place: The Global and the Local in Mobile Communication*, Wien: Passagen Verlag.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Phipps, Keisha/Sangudi, Genevieve/Woolway, Steve (2003), »What Works: HealthNet Uganda's Evolution from NGO to Sustainable Enterprise: Portable Healthcare Service Delivery to Uganda's Rural Areas«, http://www.digitaldividend.org/pdf/healthnet.pdf (29. September 2004).

Pool, Ithiel de Sola (Hg.) (1977), *The Social Impact of the Telephone*, Cambridge, MA: MIT Press.

Reck, Jennifer/Wood, Brad (2003), *What Works: Vodacom's Community Services Phone Shops*, Seattle: World Resources Institute.

Richardson, Don/Ramirez, Ricardo/Haq, Moinul (2000), »Grameen Telecom's Village Phone Programme in Rural Bangladesh: A Multi-Media Case Study«, http://www.telecommons.com/villagephone/contents.html (6. Juli 2004).

Santos, Milton (1979), *The Shared Space: The Two Circuits of the Urban Economy in Underdeveloped Countries*, New York: Methuen.

Saunders, Robert J./Warford, Jeremy J./Wellenius, Bjorn (1994), *Telecommunications and Economic Development*, 2. Aufl., Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.

Thorngren, Bertil (1977), »Silent Actors: Communication Networks for Development«, in: Ithiel de Sola Pool (Hg.), *The Social Impact of the Telephone*, Cambridge, MA: MIT Press, S. 374-385.

Thurlow, Crispin/Brown, Alex (2003), »Generation Txt? The Sociolinguistics of Young People's Text-Messaging«, in: *Discourse Analysis Online* 1 (1).

Townsend, Anthony M. (2000), »Life in the Real-Time City: Mobile Telephones and Urban Metabolism«, in: *Journal of Urban Technology* 7 (2), S. 85-104, http://urban.blogs.com/research/JUT-LifeRealTime.pdf (14. Juli 2005).

USAID (2004), »Using Cellular Phones in Uganda for Rural Income Generation and More«, Spring/Summer 2004, http://www.dot-com-alliance.org/newsletter/print_article.php?article_id=36 (23. November 2004).

Wurtzel, Alan H./Turner, Colin (1977), »What Missing the Telephone Means«, in: *Journal of Communication* 27 (2), S. 48-57.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Postalische Präsenz: Eine geschlechtsspezifische Fallstudie zur Personalisierung von Mobiltelefonen in Melbourne

Larissa Hjorth

Einleitung

Die Verbreitung und Aneignung globaler Technologien verläuft durchaus nicht homogen. Das zeigt sich deutlich am Status und an der Bedeutung des Mobiltelefons in der zeitgenössischen Kultur. In der Tat ist das Handy ein Symbol der Globalisierung und der zunehmenden Neigung der Menschen zur Mobilität und zur so genannten Unmittelbarkeit. In den Kontexten der Ersten Welt lassen sich im Hinblick auf ihr Auftreten in der Öffentlichkeit zwei Typen unterscheiden: der romantische Flaneur, der über den vermeintlichen Verlust einer imaginierten Öffentlichkeit lamentiert, und der »Phoneur«, wie ihn Robert Luke genannt hat (vgl. Morley 2003) – jemand, der mit seinem Handy so fest verbunden ist, als hätte man es ihm anoperiert. Ersterer zeigt seinen Abscheu, wenn in seinem Raum, der Öffentlichkeit, ein Handy »losgeht«, Letzterer klammert sich verzweifelt an sein Telefon. Der Lebensstil der meisten von uns bewegt sich jedoch irgendwo im Bereich zwischen Flaneur und Phoneur. Das Mobiltelefon ist nicht nur eine funktionale Technologie; es verleiht auch einen bestimmten Status und eine bestimmte Art kulturellen Kapitals. Welchen polyphonen Klingelton oder welche persönlich gestaltete Handytasche wir auswählen, verbindet uns mit einem Identifikations- und Identitätsbildungsprozess.

Als ein Gerät, das möglicherweise zum weiteren Zusammenbruch der Abgrenzung zwischen Arbeit und Freizeit beiträgt, ist das Mobiltelefon eindeutig eine Ausweitung der »mobilen Privatisierung«, wie sie Raymond Williams nannte (vgl. Williams 1974) – man kann sich körperlich und geographisch weiterhin daheim aufhalten und simultan elektronisch anderswohin transportiert werden.[1] Mit dem Mobiltele-

1. Die mobile Privatisierung muss jedoch nach spezifischen sozioökonomischen

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

fon kommt das Häuslich-Alltägliche aus der Privatsphäre heraus und macht sich unter Protesten in der so genannten Öffentlichkeitssphäre breit. Doch wie bei allen häuslich eingesetzten Technologien (vgl. Morley 2003) ist dieser Prozess durchaus weder einfach noch jemals abgeschlossen, weil jeder spezifische Ort das betreffende kulturelle Artefakt lokal einbettet und sich seinerseits daran anpasst. Wir domestizieren die häuslichen Technologien (wie Fernsehen, Telefon etc.) mindestens ebenso sehr wie sie uns domestizieren. Wann immer die Rolle der häuslichen Technologien durch neue Formen der »mobilen Privatisierung« unterstrichen wird, werden sie allerdings mit paradoxen, widersprüchlichen und doppelbödigen Gefühlen hinsichtlich der Bedeutung, Erfahrung und Vorstellung von »Heim« und Privatsphäre befrachtet (vgl. Bell 2005). Meine These lautet, dass die humanisierende, »personalisierende« Kraft der individuellen Anverwandlung, die sich in besonderem Maße im Bereich der persönlichen Gestaltung zeigt (wodurch die Technik zum »Freund« gemacht wird), ein wichtiges Begleitphänomen zum Aufstieg der medial vermittelten Kommunikation ist – demonstriert der Nutzer doch auf diese Weise im Rahmen lokaler Nuancen seine individuelle Handlungsmacht (*agency*). Die Personalisierung des Geräts hat individuelle und soziale Aspekte; sie führt zur Aneignung einer Technologie sowie zu deren Umgestaltung zum kulturellen Artefakt. Die persönliche Anverwandlung ist wie jede Umsetzung einer häuslichen Technologie niemals endgültig abgeschlossen, sie ist ein fortwährender Prozess (vgl. Ling 2004; Silverstone/Haddon 1996). Die Domestizierung mag sich aus den häuslichen Gefilden heraus bewegt haben – allerdings sind Ortsvorstellungen in gewisser Weise fließend und mobil –, doch wir könnten durchaus feststellen, dass das Lokale und das Häusliche nur einen Telefonanruf auseinander liegen.

Die dynamische Interaktion zwischen Globalisierung und lokalen Praktiken tritt nirgends klarer zu Tage als in den Debatten über die Mobiltelefonie, über deren Verbreitung und Anverwandlung auf der Ebene des Lokalen. Dies wird im asiatischen Pazifikraum besonders deutlich, der die vier technologischen Tigerstaaten beherbergt und gleichwohl unterschiedliche Sättigungsgrade und unterschiedliche Verhaltensweisen der Handynutzer aufweist. Die Mobiltelefonie ist zugleich überall und nirgends; oder, um mit Heidegger zu sprechen, die Abschaffung der Entfernung zerstört paradoxerweise auch die Nähe (vgl. Arnold 2003a: 236). Wie Michael Arnold in seiner Studie über die

und kulturellen Faktoren kontextualisiert werden. Im Falle Japans etwa hat Kenichi Fujimoto (vgl. Fujimoto 2005) die These von einer eigentümlich japanischen Form der mobilen Privatisierung vertreten, die sich im »*nagara* mobilism« zeige, wobei *nagara* soviel bedeutet wie »während man gleichzeitig etwas Anderes tut«. Der *nagara*-Mobilismus ist ein zentrales Phänomen der japanischen Mobiltelefon-(*keitai*-)Praxis und der damit einhergehenden Politik der Ko-Präsenz.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Mobiltelefonie in Melbourne feststellt, lässt sich die Phänomenologie des Mobiltelefons am besten als »janusköpfig« verstehen, denn es geht um eine ständige Interaktion von scheinbar paradoxen Begriffen und Praktiken – man ist zugleich hier und da, lokal und global, privat und doch in der Öffentlichkeit, frei und doch stets angebunden (vgl. Arnold 2003a). In Melbourne kann man sehen, dass sich die Dominanz von SMS und die aufkommende MMS-Mode am besten fassen lassen, wenn man sie als Fortsetzung einer Tradition begreift, die auf der Rolle der (Ansichts-)Postkarte gründet – als eine Art postalische Metapher für Präsenz als Geschenk, wobei die wechselnden Beziehungen zwischen Bild und Text, Öffentlichem und Privatem, Individuellem und Sozialem beleuchtet werden.[2]

Die Verortung des Mobilen – Handypersonalisierung und SMS/MMS-Praktiken in Melbourne

In Melbourne ist man von Bildern des Mobilseins umgeben. Aus der Fülle von Druckerzeugnissen, die intertextuelle Mittel einsetzen, über Fernsehprogramme wie *Australian Idol* oder *Big Brother* bis hin zur Kakophonie der Handywerbung und der Chat-Services, die das nächtliche Fernsehprogramm ebenso überschwemmen wie Wochen- und Tageszeitungen, könnte man fälschlicherweise den Schluss ziehen, jedermann sei permanent »verbunden«. Auf den Straßen trifft man auf das autistische Verhalten einseitiger Telefongespräche, während die Telefonierenden gehen, Fahrrad fahren, zum Bus rennen und Auto fahren. In Supermärkten und Videoläden wimmelt es von Handynutzern, die ihren unsichtbaren Freund/Partner fragen, was sie auswählen sollen. Besonders die Popularität der Übermittlung von SMS-Botschaften und neuerdings auch MMS-Bildern ist unübersehbar. Handelt es sich bei alldem nur um einen massiven Fall dessen, was Richard Ling »Mikrokoordination« des Alltags nennt, ist also »irgendwo« und »überall« zugleich zu sein – so die zugrunde liegende Logik der Ko-Präsenz (vgl. Morse 1998) in den neuen Formen mobiler Privatisierung – das Mantra dieser Großstädter?

Im Kontext des asiatischen Pazifikraums – wobei sich der offen-

2. Vgl. Esther Milnes Studie (2004) zum Überdauern »postalischer« Formen von Telepräsenz – von den Briefgenres des 18. und 19. Jahrhunderts, insbesondere von Visitenkarten, bis zu zeitgenössischen E-Mail-Bräuchen. Milne betont wie Margaret Morse (1998), dass zur Intimität immer schon mediale Vermittlungsprozesse gehörten. Der Begriff »Austausch«, der die Postkartentradition unterstreicht, ist auch für die Erörterung von mobiltelefonischen Bräuchen, die ältere gesellschaftliche Rituale replizieren, relevant.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

kundige Einfluss von techniksüchtigen Städten wie Tokio und Seoul bemerkbar macht, ohne dass jedoch die Technologien der dritten Handygeneration (3G, für Europa beispielsweise UMTS) schon voll umgesetzt wären – ist die Handynutzung in Melbourne durch diverse Unterschiede hinsichtlich Klassen-, Altersgruppen-, Geschlechts- und ethnischer Zugehörigkeit charakterisiert. In einer multikulturellen Stadt wie Melbourne lassen sich Sanrio-Produkte (wie die weiße japanische Spielzeugkatze *Hello Kitty*) ohne weiteres in verschiedenen Formen der Handypersonalisierung wiederfinden.[3] In einer solchen Stadt ist die persönliche Anverwandlung des eigenen Handys (oder auch die bewusste *Nicht*-Anverwandlung) eine deutliche Form der Selbstdarstellung – als Extension der eigenen Identität, aber auch als eine Art Identifizierung mit bestimmten Formen kulturellen Kapitals. Von sonderbaren polyphonen Klingeltönen bis zu Handys, die fast bis zur Unkenntlichkeit mit niedlichen asiatischen Kinkerlitzchen verziert sind – Melbourne ist das Musterbeispiel einer Stadt mit allgegenwärtigem Handykonsum und verbreiteter Handypersonalisierung. Selbst wenn es nicht so demonstrativ wie in Städten vom Schlage Tokios geschieht, personalisieren auch die Handynutzer in Melbourne ihre Geräte – von niedlichen Püppchen, die am Gerät baumeln, bis zu dialektspezifisch phonetisch geschriebenen SMS-Botschaften –, um die Bedeutung der persönlichen Anverwandlung als Kennzeichnung bestimmter Lebensstile zu demonstrieren. Für die Handypersonalisierung werden jedoch, wie unsere Stichprobenerhebung zeigt, weitgehend die internen Möglichkeiten des Geräts genutzt, von Bildschirmschonern bis zur individuellen SMS-Gestaltung.[4] Wie Gerard Goggin in seiner Studie zum SMS-Sprachgebrauch feststellt (vgl. Goggin 2004) und wie auch den Arbeiten von Anita Wilhelm, Marc Davis (samt Garage Cinema Research) und Nancy Van House (2004) sowie von Mizuko Ito und Daisuke Okabe (2003) zu MMS (und hier speziell zur Nutzung von Handys als Kameras) zu entnehmen ist, handelt es sich hier um zukunftsträchtiges Terrain für individuelle Ausdrucksmöglichkeiten – nicht nur um remediatisierte Ausdrucks- und Austauschformen (um eine Mischung

3. Brian McVeigh hat für diese japanische Form der Personalisierung durch niedliche (*kawaii*) Charaktere den Begriff »techno-niedlich« (*technocute*) geprägt; die Nutzer verwenden *kawaii*-Charaktere, um die Kälte der neuen Technologie »warm« und »freundlich« zu machen (vgl. McVeigh 2000).

4. Diese internalisierte Form der Handypersonalisierung ist genauso sehr Teil eines Austauschs und einer Teilhabe an Formen kulturellen Kapitals und der Individualisierung wie die Personalisierung durch äußerliche Hinzufügungen. Eine solche Akzentverschiebung zur internen Personalisierung kann auch im Kontext eines generellen Trends zu den Mobiltechnologien der dritten Generation betrachtet werden, wodurch die Präsenz vom Substantiv zum Verb wandert und dem Kontext eine Schlüsselrolle für die Verhandlung des Inhalts zukommt (vgl. J. Ito 2005).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

alter und neuer Technologien, vgl. Bolter/Grusin 1999), sondern auch um ein eigenständiges Medium/Genre.

In Melbourne, der zweitgrößten Stadt Australiens, demographisch geprägt durch einen ausgeprägten Multikulturalismus, ist die Benutzung von Mobiltelefonen eine im Alltag dominante Praxis. Zwar sind die Praktiken und Erfahrungen der Mobiltelefonie allgegenwärtig, doch divergieren sie unter verschiedenen Gesichtspunkten, etwa nach ethnischer, Altersgruppen-, Geschlechts- und Klassenzugehörigkeit. In einer Stadt wie Melbourne, die kulturell ein Bestandteil der asiatischen Pazifikregion ist, werden viele Handy-Personalisierungspraktiken (zum Beispiel niedliche und andere modische Accessoires) aus dem asiatischen Raum übernommen. Die Straßen sind erfüllt von einer Kakophonie polyphoner Klingeltöne, wenn die Nutzer mit ihrem Handy in der Hand durch die Stadt fahren. Nun, da die neuen 3G-Technologien sich anschicken, den australischen Markt im Sturm zu erobern, werden sich die vorherrschenden Praktiken, etwa das Versenden von SMS, einer Herausforderung durch die immer stärker forcierten Anwendungen und Dienste zur Übertragung von Inhalten gegenübersehen – besonders durch den relativ neuen, aufblühenden Markt für mobile Computerspiele. Aus Sparsamkeitsgründen sind die billigeren Optionen wie SMS (eher noch als MMS) und IM (Instant Messaging, d.h. »Echtzeit-Nachrichtenübermittlung« beim Chatten im Internet) die gebräuchlichsten Formen der Handynutzung, wobei allerdings Unterschiede in den Gewohnheiten männlicher und weiblicher Nutzer zu verzeichnen sind. Anfangs mögen vielleicht in erster Linie Kostengesichtspunkte für die Bevorzugung von SMS gegenüber Telefonanrufen verantwortlich gewesen sein, doch inzwischen sind SMS-Botschaften bei vielen Melbournern die bevorzugte Form intimer Kommunikation und Ko-Präsenz.

Da sich vier große Anbieter – Telstra (als der größte Provider), Hutchison (Orange; 3), Optus und Vodafone – einen harten Wettbewerb um den australischen Markt liefern, scheint es unzählige Wahlmöglichkeiten zu geben.[5] Doch wird diese Vielfalt der Wahlmöglichkeiten von James Fergusson (einem bei TNS global, der drittgrößten IT-Forschungsfirma der Welt, tätigen Spezialisten für neue Markttrends in der asiatischen Pazifikregion) nachhaltig befürwortet. Fergusson vertritt die Ansicht, dieser Markt brauche noch weitere Mobilfunkanbieter, die Inhalte und Dienstleistungen für demographische Nischen anbieten. In einem Interview fragte ich ihn nach der Rolle der Handypersonalisierung – also nach Handyanhängern wie Hello Kitty, Handy-

5. Außer den genannten gibt es in Australien natürlich noch zahlreiche weitere Anbieter – etwa AAPT und Virgin.mobile, um nur einige zu nennen. Einzelheiten zu den verschiedenen Providern findet man auf folgender Website: http://toolkit.gov.au/mobile.csp.html (19. Januar 2005).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

schutzhüllen, personalisierten Bildschirmschonern und Klingeltönen – und ob dies nur ein vorübergehender Trend sei (vgl. Hjorth 2004). Seiner Meinung nach ist die individuelle Anverwandlung von Handys durch die Benutzer eine Möglichkeit, zu komplettieren, was die Mobilfunkanbieter übersehen hatten – das Bedürfnis spezieller Anwendungen für bestimmte Nischengruppen. Das gilt seiner Ansicht nach besonders für die Einführung von 3G-Handys wie Hutchisons »3«. Dabei werden die Mobiltelefone mit Anwendungen vollgestopft, die für normale Nutzer überhaupt nicht relevant sind. Nach Fergussons Meinung hat die Vermischung von 2G- und 3G-Technologien in Hutchisons »3«, dem ersten 3G-Handy in Australien, bei den Verbrauchern zu einiger Verwirrung darüber geführt, was genau denn nun 3G-Technologie sei und ob sie in irgendeiner Weise dazu tauge, den Alltag zu erleichtern.

Telstra (ehemals Telecom, als der Konzern noch ein staatliches Monopolunternehmen war) wollte das auf den britischen und US-Märkten erfolgreiche »Blackberry«-Handy übernehmen, doch scheiterte dessen Markteinführung. Jetzt hat Telstra einen Vertrag mit NTT DoCoMo abgeschlossen, *i-mode* zu übernehmen, sechs Jahre nach dessen Einführung in Japan im Jahre 1999.[6] Laut Telstra-Pressemitteilungen geht man davon aus, dass innerhalb der nächsten drei Jahre 5 Prozent aller Australier i-mode besitzen werden. Zu den bereits etablierten 3G-Anbietern von Inhalten gehören Optus Zoo und Vodafone Live. Damit die 3G-Technologien in Australien Fuß fassen können, müssten die Mobilfunkanbieter und Handyhersteller nach Fergussons Meinung Nischenanwendungen für entsprechende Bevölkerungsgruppen in ihre Planungen einbeziehen. Fergusson glaubt, dass die gegenwärtig in Australien erhältlichen 3G-Geräte mit unnützen Anwendungen (»Mätzchen«) überfüllt seien, die die meisten Nutzer höchstens ein oder zwei Mal benutzen würden. Wirklich wichtig seien nur jene Anwendungen, die im Leben der Menschen tatsächlich eine Rolle spielten. Nach Fergussons Meinung hat die relativ schlechte Bildqualität und Auflösung von MMS-Anwendungen und in Fotohandys dazu geführt, dass diese ganz überwiegend vom jugendlichen Publikum genutzt werden, nicht jedoch von Nutzern, die in beruflichen Zusammenhängen darauf zurückgreifen würden. Anders als in Japan und Südkorea, wo die staatliche Infrastruktur und staatliche Subventionen dazu beigetragen hätten, dass die 3G-Technologien in den entspre-

6. Zur Kritik an DoCoMos i-mode, derzufolge es nicht um ein »Mobiltelefon mit Internet« gehe, sondern eher um eine Nachäffung der geschlossenen Architektur von Minitel, vgl. Harmeet Sawhney (2004). Vgl. auch die umfassende, von Mizuko Ito et al. herausgegebene Anthologie (2005), die sich mit den gesellschaftlichen und kulturellen Dimensionen des Aufstiegs der japanischen Mobilmedien, der »*keitai* IT-Revolution«, beschäftigt – von Pagern bis zu den gegenwärtigen i-mode-Konfigurationen.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

chenden Märkten vollständig umgesetzt würden, verlaufe die Markteinführung in Australien wesentlich langsamer, ungleichmäßiger und vorsichtiger.

Der »Pixoleur« – Die Kunst des SMS-Verfassens: Eine Fallstudie anhand einer Stichprobengruppe

In beträchtlichen Teilen der Handywerbung in Australien – seitens der Mobilfunkanbieter wie Optus, 3, Vodafone und Telstra ebenso wie seitens der Gerätehersteller wie Sony Ericsson, Nokia, Siemens, Motorola, LG und Samsung – wird immer wieder hervorgehoben, wie wichtig es doch sei, »verbunden« zu sein, buchstäblich wie im übertragenen Sinne. In der Fernsehwerbung und in gedruckten Anzeigen sehen wir die Bedeutung des Telefons als Statussymbol (das mit anderen Arten kulturellen Kapitals korrespondiert), und in zunehmendem Maße wird diese Identifikation durch die Auswahlmöglichkeiten zur individuellen Gestaltung und Personalisierung bestimmt, die den Nutzern angeboten werden. Immer mehr gehen verschiedene Telefonanbieter dazu über, Identitäts- und Statustypen zu verkaufen – vom prestigeträchtigen Nokia-Designertelefon (etwa den Modellen 7260 und 7280) bis hin zu Motorolas spielerisch-witzigem Umgang mit der momentan in Australien allgegenwärtigen japanischen Popkultur. Der einst von Nokia beherrschte australische Markt ist jetzt mit verschiedenartigen Marken und den damit verbundenen Konsumenten-Stereotypen geradezu überschwemmt. Von den zwanzig Teilnehmern meiner Erhebung besaßen nur drei Nokia-Telefone; alle anderen bevorzugten Marken wie Siemens, LG und Samsung.

Bei meiner Stichprobenuntersuchung, die ich im November 2004 bei zwanzig Studenten, Verwaltungs- und Fakultätsangehörigen der University of Melbourne in Melbourne durchführte – unter Personen beiderlei Geschlechts im Alter von 20 bis 50 Jahren –, fand ich heraus, dass die Rolle des Mobiltelefons als überwiegend persönliches Gerät eng mit allen möglichen Versuchen verbunden war, beim Versuch, Ko-Präsenz auszuhandeln, intime Kommunikationsweisen zu artikulieren. Die Beschränkung meiner Erhebung auf Angehörige einer Universität brachte es allerdings mit sich, dass bei allen Beteiligten nur bestimmte Arten kulturellen Kapitals (Geschmäcker und Werte) anzutreffen waren. Schließlich gehörten alle Befragten dem Bereich der tertiären Bildung an. Im Anschluss an die Überblickserhebung bei zwanzig befragten Personen führte ich mit sechs von ihnen noch vertiefte Interviews durch, um ein Gespür dafür zu bekommen, welche symbolische Rolle das Handy bei den Befragten besaß. Außerdem interessierte mich die geschlechtsrollenspezifische Anverwandlung der Handys. Ich befragte die Nutzer nach der Rolle des Mobiltelefons in ihren Alltagsri-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

tualen und sozialen Beziehungen und wollte wissen, wie die individuelle Anverwandlung funktionierte, sodass das Gerät am Ende als persönlicher Gegenstand empfunden wurde.

Auf meine Frage nach Adjektiven, die ihr Verhältnis zum Handy beschreiben könnten, erhielt ich von den Befragten u.a. folgende Antworten: locker, entspannt, ausbaufähig, distanziert, frustrierend, abwehrend, obsessiv, aufmerksam, vergnüglich, unverkrampft, übernimmt das Kommando in meinem Leben, glücklich, traurig und erbärmlich. Für viele war das Handy eine Wohltat in puncto Beziehungspflege, speziell weil man für seine Freunde ständig erreichbar sei und jederzeit Treffen organisieren könne. Einer der Befragten hegte ambivalente Gefühle gegenüber diesem Medium, weil es zwar zur Vertiefung der Beziehungen mit neuen Bekannten tauge, dafür jedoch Distanz zu bereits vorhandenen Freunden schaffe.

Obgleich sich Melbourne noch nicht wirklich in die Welt der 3G-Mobilität vertieft hat, erblüht dort ein Markt für konvergente mobile Medien, deren Ziel die Förderung des sozialen Umgangs ist – insbesondere des Aufbaus neuer Beziehungen durch die umstandslose Art der Mobiltelefonie. Serviceangebote zur Partnersuche, Chat-Verbindungen und Serviceangebote zur nachträglichen Handypersonalisierung (durch Herunterladen von speziellen Klingeltönen und Bildschirmschoner-Animationen) sind im Fernsehen (nach 22 Uhr), in Boulevardzeitungen und in Illustrierten allgegenwärtig. Wer nicht gerade selbst sein Handy individuell umgestaltet, SMS- oder MMS-Botschaften schickt, wird permanent mit einer Fülle von anderen Nutzungsmöglichkeiten konfrontiert, ja bombardiert. Bei meiner Stichprobenbefragung ergab sich jedoch, dass nur sehr wenige Probanden solche Dienste nutzten. Ihr Argument lautete, Handys seien für die Vertiefung bereits bestehender Beziehungen wichtiger als für die Anbahnung neuer. Bei den Personalisierungsangeboten hatten nur zwei von zwanzig Befragten solche Dienste zum Downloaden von Bildschirmschonern in Anspruch genommen; viele nutzten für diesen Zweck lieber ihre eigenen Bilder (hauptsächlich solche, die sie mit dem Fotohandy aufgenommen hatten) oder wählten unter den serienmäßig mit dem Handy bereitgestellten Bildangeboten aus. Unter den verwendeten Bildern befanden sich solche von Orten, an denen der Handybesitzer gewesen war, asiatische Zeichentrickbilder mit niedlichen Figuren, Betty Boop (eine Femme-fatale-Cartoonfigur), der Name des Handybesitzers und eine Blume. Manche hatten es bei den Download-Services probiert, waren aber nicht zufrieden gewesen – zu teuer und oft frustrierend bei der praktischen Handhabung. Während die meisten (70 Prozent) unter den mit dem Handy gelieferten Klingeltönen und Bildschirmschonern auswählten, hatten viele vor, sich das Handy im Rahmen der technischen Möglichkeiten des Telefons (zum Beispiel Foto-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

handy, Bluetooth) noch nach ihrem persönlichen Geschmack herzurichten.

In den Diskussionen über die individuelle Gestaltung des Handys spielte die Geschlechtszugehörigkeit eine große Rolle. Weibliche Probanden waren, was ihre Gestaltungsauswahl anbetraf, tendenziell entschiedener und meinungsstärker. Sie luden sich oft andere Bildschirmschoner und Klingeltöne herunter, statt die vom Handyhersteller mitgelieferten (und als unbefriedigend empfundenen) zu benutzen. Sie sprachen ihrerseits auch darüber, wie man andere nach deren Handyfabrikaten beurteile, etwa nach den gewählten Klingeltönen. Bei Klingeltönen zum Beispiel war ein entscheidendes Kriterium: »gut zu unterscheiden, aber unaufdringlich«. Eine Teilnehmerin an der Befragung bemerkte:

»Ich habe mich für Betty Boop entschieden (Bildschirmschoner, Schutzhülle und Püppchen als Telefonanhänger), weil sie ein bisschen mein Vorbild ist – sie fungiert als eine Art Avatar oder Alter Ego. Es gibt auch körperliche Ähnlichkeiten, weil wir beide schwarzes Kraushaar haben. Mein Klingelton gehört zu denen, die Nokia mit dem Handy mitgeliefert hat. Den habe ich gewählt, weil er zu einem anderen Alter Ego von mir passt – so hatte ich das Gefühl, dass er mit jener Identität korrespondiert. Das ist wie eine Art Verkleidungsspiel.«

Auf die Frage, ob sie die individuelle Anverwandlung des Handys als Extension der Persönlichkeit/Identität des Nutzers empfinde, antwortete diese Interviewpartnerin: »Ja, das glaube ich, denn ich meine, dass man in der Öffentlichkeit nach seinem Klingelton beurteilt wird. Wenn du den Klingelton von jemand anderem hörst, der mit deinem eigenen übereinstimmt, dann rechnest du damit, auf einen Doppelgänger zu stoßen … Sie [die Personalisierung] wird zu einer Modeangelegenheit, nach der man beurteilt wird.«

Das erinnert an die Arbeiten der Poststrukturalistin Judith Butler zu den performativen Aspekten der Geschlechtsrolle – demnach ist die Geschlechtsrolle (*gender*) nicht angeboren, sondern wird permanent durch gesellschaftliche und Selbstregulierungspraktiken eingeübt und bestimmt (vgl. Butler 1990). Das performative Element der persönlichen Anverwandlung – von der persönlichen Gestaltung des Handys bis zur persönlichen Gestaltung von Textbotschaften – wurde von den meisten Probandinnen gesehen und als solches anerkannt. Während männliche wie weibliche Befragte das Handy überwiegend nutzten, um Kontakt zu Freunden zu halten (eher als zur Familie oder zu Arbeitskollegen), bevorzugten viele weibliche Befragte SMS als Kommunikationsmittel (zu über 80 Prozent, gegenüber nur knapp 20 Prozent, die lieber Telefongespräche führten). Männliche wie weibliche Probanden sagten, mindestens 80 Prozent ihrer Freunde besäßen ein Mobiltelefon.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Die einzige Interviewpartnerin, die keine SMS-Botschaften versandte, benutzte ihr Handy vorwiegend, um den Kontakt zu ihrer Familie aufrechtzuerhalten; nur 10 Prozent der Freunde dieser Frau besaßen Handys.

Hier liegt die Vermutung nahe, dass der Grund für die Bevorzugung von SMS gegenüber Telefongesprächen und MMS hauptsächlich der Kostenfaktor sei; das wurde zwar eingestanden, aber es war durchaus nicht der einzige Grund. Ein männlicher Befragter sagte: »Die meiste Kommunikation läuft bei mir über SMS, weil das billiger ist. Außerdem mag ich keine Telefongespräche; ich glaube, die sind oft irreführend – es gibt nicht genug Blickkontakt oder Körpersprache, denen man entnehmen könnte, was die andern wirklich sagen. Darum bevorzuge ich SMS.« Derselbe Befragte stellte eine Veränderung in der Häufigkeit seiner sozialen Kontakte fest, nachdem er sich vor erst einem Jahr ein Handy zugelegt hatte. Er sagte: »Im Lauf einer Woche bleibe ich mit etwas mehr als einem Dutzend Leute in Kontakt. Es ist sehr wichtig – besonders bei Menschen, die mir nahe stehen –, dass ich mit ihnen sofort kommunizieren kann, wenn es nötig ist. Das Handy stärkt Beziehungen. Ich würde sogar um 2 Uhr morgens Anrufe/SMS-Botschaften entgegennehmen; bei einem Festnetztelefon würde ich das höchstwahrscheinlich nicht tun.«

Für eine weibliche Interviewpartnerin war das Senden von SMS-Botschaften eine neue Ausdrucksform, die sie sogar als »Kunstform« ansah.[7] Mündliches mit Schriftlichem kombinierend, sah sie SMS als eine ganz besondere Form der Kommunikation an – eine Form, die Bestätigung gibt und nicht, wie die Kommunikation von Angesicht zu Angesicht, auch eine Art Konfrontation beinhaltet. Sie sagte:

»Ich sehe das Texten als neue Ausdrucksform an; es zerstört (die englische Sprache) nicht unbedingt, es ist vielmehr etwas Geborgtes und neu Anverwandeltes – nicht ganz dasselbe. Das hat viel mit Komprimierung, Geschwindigkeit und Effizienz zu tun. Die wichtigste schriftliche Form, die ich verwende, sind (SMS-)Texte; ich sehe darin eine Kunstform. Es macht mir Spaß, eine lustige Botschaft zu verfassen; und ich weiß es zu schätzen, wenn ich SMS bekomme, auf die der Absender Zeit und Gehirnschmalz verwendet hat, um sie persönlich und individuell zu gestalten ... Eine Textbotschaft ist wie ein Buch, jeder Satz lässt sich zu einem Kapitel komprimieren ... Ich verwende viel Zeit darauf, Texte zu revidieren ... Oft ist die ursprünglich geschriebene Botschaft ganz anders als die, die ich schließlich abschicke; wenn ich zum Beispiel eine lange Textbotschaft schicke, aus der wegen der Länge zwei werden müssten, redigiere ich so lange daran herum, bis es wieder eine Botschaft ist. Das hat nichts mit den Kosten zu tun, sondern eher mit dem Fluss der Botschaft; oft wird sie in Form von zwei getrennten Botschaften verschickt, aber das behindert die Botschaft und ihre Absichten. Kürzlich erhielt ich eine

7. Vgl. Gerard Goggins Besprechung von SMS als neu sich entwickelndes – gleichwohl remediatisiertes – Genre (Goggin 2004).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Botschaft von jemandem, der sechs Messages nacheinander schickte. Das zeigte, wie viel die Betreffende vom Texten verstand! Sie konnte sich nicht kurz fassen; es war buchstäblich so, als würde sie mündlich erzählen!«

Hier identifiziert die Probandin die Rolle der maßgerechten individuellen Stilisierung – speziell bei den internen Funktionen des Handys, etwa beim SMS-Modus –, um eine Art kulturelles Kapital zu bezeichnen, den performativen Aspekt und die Selbstdarstellung. So wie die Befragte ihren Schaffensprozess bei der Gestaltung einer SMS-Botschaft beschreibt, hat dieser nichts unmittelbar Spontanes mehr an sich. Der Redaktionsprozess war, wie sie sagte, nicht kostenbedingt. Vielmehr handelte es sich um einen Konversionsprozess in ein andersartiges Genre unter Verwendung der Umgangssprache der Nutzerin. Es ging um Sprachfluss und Individualisierung, nicht nur um Effizienz und Tempo. Wie alle Medien und Genres geht auch SMS mit oft unausgesprochenen Konventionen und Etiketteregeln einher, die von kulturellem und sozialem Kapital bestimmt sind. Aus der Art, wie meine Probandin die Geschichte von den langatmigen Botschaften ihrer Freundin darstellt, die einfach die mediale Konvention der Kompression und des sparsamen Umgangs mit Wörtern ignorierte, können wir ersehen, wie wichtig es ist, beim Erleben des Mediums – oder, um mit Marshall McLuhan zu sprechen, bei der »Massage« des Mediums (vgl. McLuhan/Fiore 1967) – die Konventionen (etwa den komprimierten Schreibstil oder die Grundannahme der Ko-Präsenz) anzuerkennen und sie zu adaptieren. Hier ist die Message/Massage des Mediums eine Art Hybridisierung von Phonetik und Umgangssprache, von Gesprochenem und Visuellem – etwas, das von vielen meiner Interviewpartnerinnen als wichtig identifiziert wurde. Als besagte Probandin gefragt wurde, ob SMS denn im Sinne einer Art Gattungsprägung zu verstehen sei – in dem Sinne, dass im individuellen Vollzug das Gattungstypische und das Persönliche zueinander finden müssen –, lautete ihre Antwort: »Ja, es ist eine komprimierte Form des Schreibens und sorgt dafür, dass man den Worten neuen Wert beimisst. [SMS] kann zwar spontan aus dem Augenblick entstehen, aber sie kann auch sehr bewusst und vorbedacht sein.« Soviel also zum Klischee der ko-präsenten Unmittelbarkeit im Zusammenhang von Handys – na gut, wenigstens in diesem einen Fall!

Eine andere Interviewpartnerin sprach von einer Trennungslinie zwischen den Geschlechtern, in dem Sinne, dass männliche Nutzer sich eher für die vereinfachte Texteingabe mittels automatischer Worterkennung (*predictive text*) und eine direktere Übermittlung von Daten entschieden als für eine expressive Form der Kommunikation. Oft werden zwischen spezifischen Partnern bestimmte Begriffe benutzt, um im Text eine Art Intimität zu schaffen, die Außenstehenden verschlossen bleibt. Einer meiner männlichen Gesprächspartner spielte zum Bei-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

spiel mit der vereinfachten Texteingabe, die seinen Namen Brian in »asian« konvertiert hatte, und verwendet jetzt »asian« als Erkennungsnamen bei bestimmten Freunden. Und eine Interviewpartnerin sagte:

»Ich habe nicht viel für Smileys übrig; das ist zu sehr vorgestanzt. Man möchte doch, dass die Leute den Text so lesen, wie man ihn hören würde – dass dabei das Schriftliche wie das Mündliche einbezogen wird. Wenn ich einen Text lese, dann in der Stimme der anderen. Ich versuche, SMS ein wenig persönlicher zu gestalten. Manchmal füge ich das generische Kusssymbol ein. Ich mag es gern, wenn Leute seltsame Gesichter oder Symbole fabrizieren. Ich mag es aber nicht, wenn Leute die vereinfachte Texteingabe benutzen; ich selbst verwende sie nie (denn die automatisierte Worterkennung wählt meistens das Falsche aus) [...] Aus ›go‹ wird dann zum Beispiel ›in‹. Mir ist bei meinen männlichen Kommunikationspartnern aufgefallen, dass sie oft ›in‹ verwenden wenn ich meine, dass sie ›go‹ sagen wollten. Das missfällt mir, denn ich hätte gern, dass die Persönlichkeit der Leute rüberkommt, dass sie ihren Sinn für Humor zum Ausdruck bringen.«

Die so genannte Kluft zwischen denen, die über Handys verfügen, und denen, die keines haben, wurde bei den Interviewpartnern angesprochen, doch nur die weiblichen Befragten glaubten, dass es diesen Unterschied gebe; die männlichen Befragten bestritten ihn. Geschlechtsspezifische Unterschiede bei den Einstellungen waren auch in den Kommentaren der Befragten zur Handyetikette in der Öffentlichkeit zu erkennen. Während James Fergusson meinte, Australien sei im Vergleich zu Japan oder den USA relativ gelassen, was das Telefonieren mit dem Handy in der Öffentlichkeit angeht, waren meine weiblichen Probanden in dieser Hinsicht anderer Meinung. Zwar neigten männliche wie weibliche Befragte nicht dazu, ihr Handy in der Öffentlichkeit stumm zu schalten, aber sie stellten den Klingelton meistens wenigstens leiser; und wenn ein Gespräch ankam, antworteten sie knapp und ruhig. Nur wenige weibliche Interviewpartner schalteten den Klingelton ihres Handys aus, und viele riefen in der Öffentlichkeit auch nicht von sich aus andere an, wenn es irgendwie vermeidbar war. Das vorherrschende Gefühl in solchen Situationen charakterisierten die meisten Befragten als eine Art »Befangenheit«. Eine Interviewpartnerin sagte:

»Meiner Meinung nach ist die korrekte Etikette für den Handygebrauch in der Öffentlichkeit, dass man sich kurz fasst und diskret ist. Ich schalte mein Handy eher an privaten Orten stumm als in der Öffentlichkeit. Meistens lasse ich mein Handy aber nicht laut klingeln, aus Respekt vor der Privatsphäre anderer Leute. Ich bin nicht für ein Handyverbot, man sollte sich nur ganz normal verhalten – nicht laut sprechen, und es kurz machen ... Ich glaube nicht, dass es Stirnrunzeln hervorruft, wenn man sein Handy in der Öffentlichkeit benutzt, aber die Nutzer scheinen gehemmt und befangen zu sein, wenn sie ihr Handy in der Öffentlichkeit benutzen, weil das Telefonieren in der Öffentlichkeit, wenn man nicht sehr extrovertiert ist, einfach kein unbefangener Vorgang ist – jeder

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

kann mithören, was man sagt, und eine ganze Menge über einen mitbekommen (zum Beispiel, wo man hingehen will, wo man gewesen ist).«

Das Geschlechtsrollentypische am Handygebrauch wurde von den meisten Befragten vermerkt, ebenso auch der Einfluss von Alter und Klassenzugehörigkeit. Ein männlicher Befragter sagte: »Ich kenne den Unterschied nicht. Aber es sieht so aus, als würden Frauen mehr Anrufe und Textbotschaften erhalten als Männer. Das ist mir gerade erst aufgefallen, aber ich weiß nicht, ob es stimmt.« Eine andere Befragte stellte fest:

»Ich glaube, dass das Geschlecht eine Rolle spielt. Ich würde dem Mythos zustimmen, dass Männer mehr Telefongespräche führen und bei ihren Textbotschaften knapper und präziser sind. Ich denke, junge Frauen texten viel, die Männer sind dafür mit den Spielen auf dem Handy besser vertraut, während Spiele den Frauen völlig egal sind. Wenn ich verallgemeinern sollte, würde ich sagen, dass Männer die Anruffunktion öfter benutzen, Frauen mehr SMS senden und empfangen. Ich glaube jedoch, dass diese Feststellung subjektiv ist – es kommt ganz auf die jeweilige Person an.«

Die Befragten gingen auch auf die Funktion des Handys als eine Art Souvenir, als Erinnerungsspeicher für bestimmte Momente oder als elektronisches Tagebuch ein – eine Rolle, wie sie früher in ähnlicher Form die Postkarte spielte. Viele speicherten SMS und MMS-Botschaften, die für sie eine persönliche Bedeutung hatten. Dazu sagte eine Interviewpartnerin:

»Ja, ich verwende mein Handy als eine Art elektronisches Tagebuch. Aber es ist nicht ganz stabil, weil man es löschen kann; ich weiß auch, dass es nicht allzu sicher ist, aber weil es leicht ist – ich habe es immer bei mir. Ich nutze es als eine Möglichkeit, mich an Ereignisse zu erinnern, und bestimmte Botschaften, die mir Leute geschickt haben, werden aus sentimentalen Gründen aufbewahrt. Doch ich bin mir bewusst, dass alles auch ganz schnell weg sein kann und dass ich dann keine Möglichkeit hätte, es zurückzugewinnen.«

Ein anderer Befragter, diesmal männlichen Geschlechts, sagte, er hebe von jedem aus dem engsten Bekannten- und Freundeskreis, mit dem er häufiger kommuniziere, spezifische Botschaften auf. »Die Telefonnummern der Leute merke ich mir überhaupt nicht mehr. Ich habe keine Ahnung, weiß nicht mehr, welche Telefonnummern die Leute haben. Wenn ich mein Handy nicht dabei habe, könnte ich niemanden über das Festnetz anrufen.« Auf die Frage, wie er denn entscheide, welche Botschaften aufgehoben und welche gelöscht werden sollen, antwortete er: »Wenn jemand mich rund ein Dutzend Mal angetextet hat, dann kommuniziere ich mit ihnen immer über eine der gespeicherten SMS. Ich benutze immer eine, um darauf zu antworten, und

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

zwar nicht immer die neueste. Ich wähle sorgfältig aus, welche ich aufbewahre und welche ich lösche.«

Zusammenfassung

Themen wie Alters-, Klassen- und ethnische Zugehörigkeit unterstreichen die Bedeutung der Geschlechtszugehörigkeit, wenn es um verschiedene Spielarten der Mobiltelefonie in Melbourne geht. In meiner Stichprobenuntersuchung habe ich versucht, einige Funktionsweisen der Handypersonalisierung aufzudecken: verschiedene Formen der Selbstdarstellung, Repräsentation und Identifikation. Innerhalb der vorherrschenden Kommunikationsform, SMS, lässt sich erkennen, wie Individuen diese Form personalisieren und für ihre Bedürfnisse maßschneidern. Wie eine der Befragten treffend anmerkte, kann man SMS als eine Art Kunstform betrachten; SMS ist ein remediatisiertes Medium, das Konventionen der Postkarte und (besonders im Fall von MMS) der Ansichtskarte aufnimmt, jedoch auch seine eigenen Konventionen besitzt. SMS kann unmittelbar und spontan sein, aber auch bewusst und kalkuliert. Um die Metapher einer Interviewpartnerin aufzugreifen: Wenn SMS ein Buch ist, dann ist jeder einzelne Satz ein Kapitel. Wie etliche Interviewpartner feststellten, geht es bei SMS und MMS nicht nur um eine einfache Form der Informationsübermittlung oder der organisatorischen Koordination (vgl. Ling 2004, der von »Mikrokoordination« spricht), sondern die meisten (überwiegend weiblichen) Befragten sahen die Bedeutung von SMS/MMS auch in der Selbstvergewisserung: Es handelte sich um eine Art der Ko-Präsenz, nicht unähnlich dem häufig auf Postkarten zu lesenden Satz: »Ich wünschte, Du wärest hier.« Im Kontext der häufig phonetischen SMS-Textqualität wäre allerdings etwas wie »Ich wünschte, Du wärest zu hören« passender: »Wish you were hear«!

Die Mobiltelefonie in der asiatische Pazifikregion ist durch unterschiedliche Sättigungsgrade, Verwendungs- und Umgangsformen charakterisiert (vgl. Bell 2004; Katz/Aakhus 2002; Plant 2001). In Gegenden mit einem hohen Marktsättigungsgrad ist ein exponentielles Ansteigen der nachträglichen Handypersonalisierung festzustellen. In 3G-Zentren wie Tokio und Seoul stößt man auf eine große Fülle von inneren und äußerlichen individuellen Anpassungen, wenn die Nutzer versuchen, ihr Handy so persönlich wie möglich zu gestalten – dabei wird das Handy zum Ort der eigenen Identifikation, der Selbstdarstellung und zum kulturellen Kapital für Außenstehende. Anders als in den 3G-Hochburgen mit ihren Möglichkeiten der Datenverarbeitung auf dem Handy, müssen die Errungenschaften der dritten Handygeneration im Alltag der Melbourner erst noch durchgesetzt werden. Keiner meiner Interviewpartner besaß ein 3G-Handy, nur zwei von zwanzig Befragten

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

in der Stichprobenerhebung besaßen Fotohandys (obgleich viele sagten, sie wollten demnächst »aufrüsten« und sich ein Fotohandy anschaffen); nur sechs hatten MMS-Teilfunktionen.

Auch wenn die Melbourner von Anfang an nicht in dem Ausmaß, wie es in Städten wie Tokio und Taipeh zu beobachten ist, an der Personalisierung ihrer Handys durch niedliche Figuren interessiert waren, heißt das trotzdem nicht, dass sie weniger an einer Individualisierung ihrer Mobiltelefone interessiert wären. Vielmehr geschieht die Personalisierung durch individuelle Handygestaltung weitgehend im Genre und in den Konventionen von SMS-Botschaften, also mit internen Mitteln. Das Spiel mit Umgangssprache, Mündlichkeit und Dialekt durch phonetische Textabfassung ist ein ebenso weites Feld wie die Multikulturalität dieser Großstadt. Hier können die Individuen durch den impliziten Umgang mit individualisierten SMS-Botschaften verschiedene Arten von Ähnlichkeiten und Unterschieden zum Ausdruck bringen, die über Geschlechts-, Klassen-, Altersgruppen- und ethnische Stereotype hinausgehen. Darüber hinaus verweist die Tatsache, dass weibliche Nutzer SMS stärker bevorzugen als männliche Nutzer (und dabei auch mehr Erfindungsgeist aufwenden), auf ein bestimmtes Verhältnis zur Mündlichkeit und zur Kommunikation, das aus dem Mobiltelefon mehr macht als eine rein funktionale Technologie – nämlich ein Werkzeug für den sozialen Umgang mit anderen und für remediatisierte Ausdrucksformen des Diskurses. Dabei wird SMS zur Kunst des »being hear«.

Literatur

Arnold, Michael (2003a), »On the Phenomenology of Technology: The ›Janusfaces‹ of Mobile Phones«, in: *Information and Organization* 13, S. 231-256.

Arnold, Michael/Klugman, Matthew (2003b), *Mobile Phone Uptake: A Review of the Literature and a Framework for Research*, Heidelberg, Victoria: Heidelberg Press.

Beck, Ulrich/Beck-Gernsheim, Elisabeth (2002), *Individualization: Institutionalized Individualism and Its Social and Political Consequences*, London: Sage.

Bell, Genevieve (2004), *Satu Keluarga, Satu Komputer* [One Home, One Computer]: *Cultural Accounts of ICTs in South and Southeast Asia*. Design Issues.

Bell, Genevieve (2005), »The Age of the Thumb: A Cultural Reading of Mobile Technologies from Asia«, in: Peter Glotz/Stefan Bertschi/Chris Locke (Hg.), *Thumb Culture: The Meaning of Mobile Phones for Society*, Bielefeld: transcript, S. 67-87 [deutsche Fassung im vorliegenden Band].

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Bolter, J. David/Grusin, Richard A. (1999), *Remediation: Understanding New Media*, Cambridge, MA: MIT Press.

Bourdieu, Pierre (1984 [1979]), *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Übers. Richard Nice, Cambridge, MA: Harvard University Press.

Butler, Judith (1990), *Gender Trouble*, London: Routledge.

Castells, Manuel (2001), *The Internet Galaxy*, Oxford: Oxford University Press.

du Gay, Paul et al. (1997), *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*, London: Sage.

Fujimoto, Kenichi (2005), »The Third-Stage Paradigm: Territory Machine from the Girls' Pager Revolution to Mobile Aesthetics«, in: Mizuko Ito/Daisuke Okabe/Misa Matsuda (Hg.), *Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*, Cambridge, MA: MIT Press, S. 77-102.

Goggin, Gerard (2004), »Mobile Text«, in: *M/C–Media and Culture Journal* 7 (1), http://journal.media-culture.org.au/0401/03-goggin.php (10. Januar 2004).

Haddon, Leslie (1997), *Empirical Research on the Domestic Phone: A Literature Review*, Brighton: University of Sussex Press.

Hebdige, Dick (1979), *Subculture: The Meaning of Style*, London: Methuen.

Hjorth, Larissa (2004), Interview mit James Fergusson, unveröffentlicht (2. Dezember).

Ito, Joi (2005), »The Creative Commons: Intellectual Property and Public Broadcasting – Opportunities for Common Sense and Public Good«, Vortrag in der Alfred Deakin Innovation Lecture Series, Melbourne Town Hall, 8. Mai.

Ito, Mizuko/Okabe, Daisuke (2003), »Camera Phones Changing the Definition of Picture-Worthy«, in: *Japan Media Review*, http://www.ojr.org/japan/wireless/1062208524.php (10. Juni 2004).

Ito, Mizuko/Okabe, Daisuke/Matsuda, Misa (Hg.) (2005), *Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*, Cambridge, MA: MIT Press.

Katz, James E./Aakhus, Mark (Hg.) (2002), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge: Cambridge University Press.

Lévi Strauss, Claude (1972 [1966]), *The Savage Mind*, London: Weidenfeld & Nicolson.

Ling, Richard S. (2004), *The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society*, San Francisco: Morgan Kaufmann.

Lopez, José (2003), *Society and Its Metaphors*, New York: Continuum.

McLuhan, Marshall/Fiore, Quentin (1967), *The Medium Is the Massage*, Harmondsworth: Penguin.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

McVeigh, Brian (2000), »How Hello Kitty Commodifies the Cute, Cool and Camp: ›Consumutopia‹ versus ›Control‹ in Japan«, in: *Journal of Material Culture* 5 (2), S. 291-312.

Milne, Esther (2004), »Magic Bits of Paste-Board: Texting in the Nineteenth Century«, in: *M/C–Media and Culture Journal* 7 (1), http://journal.media-culture.org.au/0401/02-milne.php (10. Dezember 2004).

Morley, David (2001), *Home Territories: Media, Mobility and Identity*, London: Routledge.

Morley, David (2003), »What's ›Home‹ Got to Do with It?«, in: *European Journal of Cultural Studies* 6 (4), S. 435-458.

Morse, Margaret (1998), *Virtualities: Television, Media Art, and Cyberculture*, Bloomington, IN: Indiana University Press.

Plant, Sadie (2001), *On the Mobile: The Effects of Mobile Telephones on Social and Individual Life*, Untersuchung im Auftrag von Motorola, http://www.motorola.com/mot/doc/0/234_MotDoc.pdf (10. Dezember 2003).

Sawhney, Harmeet (2004), »Mobile Communication: New Technologies and Old Archetypes«, Vortrag auf der Konferenz »Mobile Communication and Social Change: 2004 International Conference on Mobile Communication«, 17.-18. Oktober 2004 in Seoul, Korea.

Silverstone, Roger/Haddon, Leslie (1996), »Design and Domestication of Information and Communication Technologies: Technical Change and Everyday Life«, in: R. Silverstone/Robin Mansell (Hg.), *Communication by Design: The Politics of Information and Communication Technologies*, Oxford: Oxford University Press, S. 44-74.

Taylor, Alex S./Harper, Richard (2002), »Age-Old Practices in the ›New World‹: A Study of Gift-Giving Between Teenage Mobile Phone Users«, in: *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems: Changing Our World, Changing Ourselves*, Minneapolis, S. 439-446.

Telstra Website, http://www.telstra.com (10. November 2004).

Wajcman, Judy/Beaton, John (2004), »The Impact of the Mobile Telephone in Australia: Social Science Research Opportunities (A Discussion Paper)«, Vortrag auf der Konferenz der Australian Mobile Telecommunications Association, September.

Wilhelm, Anita/Takhteyev, Y./Sarvas, R./Van House, Nancy/Davis, Marc (2004), »Photo Annotation on a Camera Phone«, Vortrag auf der Konferenz CHI 2004, Wien, 24.-29. April [CHI = Computer Human Interaction].

Williams, Raymond (1974), *Television: Technology and Cultural Form*, London: Fontana.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Das Daumenzeitalter: Eine kulturelle Deutung der Handytechnologien aus Asien

Genevieve Bell

Einleitung[1]

Gegenwärtig ist die Volksrepublik China der größte Handymarkt der Welt. In der Tat sind Mobiltelefone dort inzwischen so gefragt, dass modebewusste Chinesinnen sie sogar wie Schmuck an Halsketten tragen. Eine von mir befragte junge Berufstätige scherzte, China befinde sich in einem neuen Zeitalter, dem »Zeitalter des Daumens« (*muzhi shi dai*). Sie bezog sich dabei nicht nur auf den bemerkenswerten SMS-Verkehr in China – die mehr als 340 Millionen Mobilfunkteilnehmer des Landes versenden täglich geschätzte 100 Millionen Textbotschaften –, sondern auch auf das wachsende Gefühl, dass die Mobilfunktechnologie ein neues Zeitalter in der chinesischen Geschichte und Kultur einläute, verbunden mit einem neuen Stellenwert Chinas auf der Weltbühne der Technologie. Die chinesischen Handynutzer machen fast ein

1. Die Anfänge dieses Kapitels liegen in einem Vortrag bei der alljährlichen Konferenz des Institute of Design im Jahre 2002 (»about, with, for«), und ich danke den Organisatoren dieser Tagung für ihre Hartnäckigkeit. In Diskussionen mit Nina Wakeford, Malene Skaeved, Paul Silverstein, Victor Margolin, Nicola Green, Julian Orr, Katrina Jungnickel, Jim Mason, Joseph Jofish Kaye, Larissa Hjorth, Eric Paulos, Diane Bell, Bettina Ngweno, Mimi Ito und Danah Boyd nahm der Text Gestalt an. Profitiert hat der vorliegende Beitrag auch von der genauen Lektüre durch Paul Dourish; ich danke ihm für seine Verbesserungsvorschläge sowie für seine Geduld. Das ursprüngliche Forschungsmaterial für diesen Beitrag sammelten und organisierten Ellie Blue, Katrina Jungnickel und Joshua Rohrbach. Zusätzliches Material ließen mir viele Freunde, Kollegen und Weggefährten zukommen; ihnen allen gilt mein Dank, ebenso den verschiedenen Organisationen bei Intel, die derartige Forschungen weiterhin unterstützen und die in unseren Forschungsergebnissen Brauchbares entdeckt haben. Ferner danke ich meinen Kollegen bei Peoples and Practices Research und bei Intel Research.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Drittel der Gesamtzahl aller Telefonnutzer auf der ganzen Welt aus, und es ist gegenwärtig nicht mehr unvorstellbar, dass der nächste Entwicklungssprung im Handybereich vielleicht aus China kommt statt aus Europa oder den USA. Als Hinweis auf dieses Potenzial mag eines der populärsten Angebote im Telefonservicebereich dienen, das China gegenwärtig zu bieten hat: China Mobile, der größte chinesische Mobilfunkanbieter, serviert seinen Kunden auf deren Handys eine fiktionale Fortsetzungsgeschichte. Ermöglicht wird dies durch den ideographischen Charakter der chinesischen Schriftzeichen. Die meisten Handys bieten Möglichkeiten für Textbotschaften mit einem Umfang von 160 bis 240 Zeichen. Im Englischen und anderen Sprachen, die das Alphabet benutzen, gelten die einzelnen Buchstaben als Zeichen; daraus erwächst die Notwendigkeit für schlaue Abkürzungen und kurze Wörter. Doch selbst mit diesen Textspielchen sind den SMS-Texten im Englischen enge Grenzen gesetzt. Dagegen besteht das geschriebene Chinesisch aus Ideogrammen – Schriftzeichen, die ganze Wörter symbolisieren. Auf diese Weise lassen sich die 160 bis 240 Zeichen einer Botschaft mit entsprechend vielen Wörtern füllen. So können SMS-Botschaften viel umfang- und inhaltsreicher ausfallen, bis hin zu Fortsetzungserzählungen. Und so wird das Handy – auf im Westen beinahe unvorstellbare Weise – zum literarischen Instrument.

In den späten 1990er Jahren und im frühen 21. Jahrhundert hat der asiatische Handymarkt ein bemerkenswert schnelles Wachstum erlebt und damit die Erwartungen aller Analysten übertroffen. In der Tat hat in den meisten asiatischen Ländern, neuerdings auch in Indien, die Anzahl der Mobilfunkteilnehmer die Anzahl der Festnetz-Telefonverbindungen längst übertroffen; und das Tempo der Übernahme von Mobilfunktechnologien übertrifft inzwischen bei weitem das Ausbautempo der Festnetze. In Singapur gibt es bereits mehr Handys als Einwohner. Diese schnellen Zuwachsraten spiegeln nicht zuletzt eine interessante Konstellation von Einflussfaktoren wider. Dazu gehören: schon vorhandene Muster von hoher (wenngleich lokal gebundener) sozialer Mobilität außerhalb der Wohnung; eine massive staatliche Regulierung, die nationale oder gesamtnationale Maßstäbe vorgibt; ein unterentwickeltes Netz von erdgebundenen Telefonleitungen, ein hoher Urbanisierungsgrad und ein landesweit sehr gut ausgebautes Mobilfunknetz; eine wettbewerbsbetonte und strategisch ausgerichtete Tarif- und Preispolitik. Dabei sollte man die Auswirkungen der Tarif- und Preispolitik keinesfalls unterschätzen. Im Jahre 2003 zahlten in den meisten Gebieten Indiens und Chinas die Handynutzer keine Gebühren für die Entgegennahme von Anrufen. Als in Indien 2002 zwar in Bombay, Bangalore und Kalkutta keine Gebühren für auf dem Handy eingehende Anrufe zu entrichten waren, in Delhi jedoch die Mobilfunkgesellschaften Gebühren dafür berechneten, war in Delhi das Handy-Gesprächsaufkommen signifikant niedriger als in anderen ver-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

gleichbaren Städten. Ganz Asien als Region ähnelt Europa wesentlich mehr als den Vereinigten Staaten: Es gibt nur einen einzigen Mobilfunkstandard, GSM (Global System for Mobile Communications), wodurch ermöglicht wird, dass Handys in vielen Ländern und Gegenden problemlos einsetzbar sind; nach Zeiteinheiten bemessene Gebühren für Ortsgespräche sind immer noch die Norm, obgleich mancherorts nur die selbst getätigten Anrufe berechnet werden, was zur Folge hat, dass Handys die ganze Zeit eingeschaltet sind; vorausbezahlte Mobiltelefonkarten und Gebührenkonten sind typisch; SMS ist äußerst populär; und der Telefonbesitz geht quer durch fast alle Altergruppen. Aber es geschieht noch mehr als das, was diese Fakten und Zahlen vielleicht erwarten lassen.

Seit drei Jahren leite ich ein Forschungsprojekt zur kritischen Untersuchung der Art und Weise, wie in den Städten Asiens die kulturellen Praktiken das Verhältnis der Menschen zu den neuen Informations- und Kommunikationstechnologien (kurz ICT) prägen.[2] Dieses Projekt verdankt sich nicht zuletzt den Arbeiten von George Marcus und seinen theoretischen Interventionen: »Diese Art, einen vielfach verorteten Forschungsraum zu konstruieren, beinhaltet (jedenfalls in der ursprünglichen Konzeption) auch das Nachverfolgen der Zirkulation eines manifest materiellen Untersuchungsgegenstands durch unterschiedliche Kontexte, zum Beispiel Waren, Geschenke, Geld, Kunstwerke und geistiges Eigentum« (Marcus 1998: 91). Für meinen Forschungsansatz erhielt ich wichtige Anregungen auch in der neueren Literatur über Konsum, Konsumenten und materielle Kultur, insbesondere in den Arbeiten von Appadurai (1988; 2001) und Miller (2001). Unsere überregional durchgeführten ethnographischen Forschungen verfolgten die Informations- und Kommunikationstechnologien durch sieben verschiedene Produktions-, Konsum- und Widerstandsorte und umfassten dabei das urbane Leben in Indien, China, Malaysia, Singapur, Korea, Indonesien und Australien.[3] In den einhundert Haushalten, die ich im Zeitraum 2002/03 besuchte, setzte ich ein ganzes Spektrum ethnographischer Methoden ein, darunter die Beobachtung der Teilnehmer, halb strukturierte Befragungen, »Deep Hanging-Out« (wie die Teilnahme an den täglichen Aktivitäten der beobachteten Men-

2. Ich danke an dieser Stelle Debashis Chaudhuri, Adam Yuet Chau, Eunyun Park und Katrina Jungnickel für ihre Hilfestellung während des gesamten Projekts.

3. Diese Orte repräsentierten eine beträchtliche Vielfalt hinsichtlich der Regierungsstrukturen, der geopolitischen und kolonialen Geschichte, der ICT-Politik, der Familien- und Sozialorganisation, der Religionen und der häuslichen Rolle der Frau. Wir besuchten insgesamt 19 Städte: in Indien Pune, Hyderabad und Chandigarh; in Malaysia Kuala Lumpur, Ipoh und Penang; den Stadtstaat Singapur; in Indonesien Jakarta, Pekanbaru und Surabaya; in der Volksrepublik China Shanghai, Guangzhou und Xiamen; in Korea Seoul, Pusan und Daejon; in Australien Newcastle, Melbourne und Adelaide.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

schen im Jargon der Ethnographen genannt wird) und bisherige Untersuchungen zur Genealogie der unterschiedlichen Informations- und Kommunikationstechnologien.

Bei meinen Untersuchungen registrierte ich wiederholt mit Überraschung, wie sich Menschen ihre Handys anverwandelten, dabei lokale kulturelle Praktiken einschrieben, lokale Probleme lösten und soziale Beziehungen, die durch koloniale und postkoloniale Trennungen zerbrochen waren, neu kartierten.[4] Diese Aneignungsvorgänge und Nutzungsgewohnheiten sind insofern auch für uns nützlich, als sie zur Überprüfung unserer Annahmen über die Technologie in den Märkten von Schwellenländern Anlass geben. Darum lohnt es, wenn wir uns hier diesem Thema widmen. Eine Reihe guter Arbeiten befasst sich mit Verwendungsmustern von Handys in speziellen (meist westlichen) Ländern (vgl. Brown/Green/Harper 2001; Crabtree/Nathan/Roberts 2003; Ling 2004; Taylor/Harper 2002); auch sind gute ortsübergreifende Überblicksdarstellungen zu nennen (vgl. Katz/Aakhus 2002; Berry/Martin/Yue 2003; Harper 2005). Mir geht es vor allem um die Dokumentation eines breiteren kulturübergreifenden Verständnisses der Handytechnologie, und dabei schlage ich einen anderen Standpunkt für die Betrachtung des Mobiltelefons vor. Besonders interessiert mich, wie Handys in den städtischen Regionen Asiens eingesetzt und zum Konsumartikel werden, wie sie reguliert, abgelehnt und naturalisiert werden.

Kulturen der Mobilität in Asien

In Amerika spielen sich soziale Aktivitäten, das intime Leben und das Ausleben von Affekten zum großen Teil in den eigenen vier Wänden ab. Bei bestimmten Bevölkerungsteilen ist der Ort für soziale Aktivitäten vollständig ins Haus verlegt. Außerhalb der USA gibt es jedoch wesentlich fließendere Grenzen zwischen dem Begriff der sozialen Aktivität und dem für solche Aktivitäten angemessenen Schauplatz. Es gibt ein ganzes Spektrum von halböffentlichen Durchgangsräumen, in denen sich die Menschen auch länger aufhalten, sowie verschiedene Arten, wie solche Räume mit dem eigenen Domizil verbunden oder auch nicht verbunden sind. Diese Art sozialer Mobilität kann von entscheidender Bedeutung für ein Verständnis der Art und Weise sein, wie mobile Geräte angenommen und verwendet werden. Meine These lautet, dass bereits vorhandene Muster sozialer Mobilität außerhalb der

4. Bill Maurers neuere Arbeiten zur Globalisierung kamen dieser Untersuchung ebenfalls zugute, indem sie die Bedeutung historischer und kultureller Kräfte (wozu auch Verwandtschaftsverhältnisse gehören) und des Güterkreislaufs in den Blickpunkt rückten (vgl. Maurer 2000a; 2005).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

eigenen Wohnung eine enorme Rolle bei der Übernahme und konkreten Verwendung mobiler Geräte spielen. »Mobilität« soll hier durch eine tiefgehend kulturell geprägte Linse betrachtet werden – denn was es heißt, »mobil« (oder fort von zu Hause) zu sein, hat auf jeden Fall eine kulturelle Bedeutungsdimension. Anders gesagt, die Konstruktion der Begriffe »Privatsphäre« oder »häuslicher Bereich« und »Öffentlichkeit« sowie das Verhältnis zwischen beiden Bereichen hat auch Auswirkungen auf die Akzeptanz und Verwendung mobiler Geräte. Soziale Mobilität impliziert auch einen gewissen Begriff von Geographie, in dem Sinne, dass Entfernungen in sich zusammenfallen können oder verhandelbar sind. Einige Formen sozialer Mobilität sind sehr stark lokal gebunden (zum Beispiel *danwei* als Organisationsprinzip für chinesische Arbeiter in den 1950er bis 1980er Jahren); andere Formen implizieren weiter gespannte Netzwerke und Räume (etwa beim mobilen amerikanischen Geschäftsmann, dem »Road Warrior« [Straßenkämpfer]). Soziale Mobilität ruft immer auch deren historische und geopolitische Aspekte in Erinnerung.[5] In solche verschiedenen Kulturen der Mobilität hinein kommen nun die Mobiltelefone; sie werden zum Gebrauchsgegenstand, zum Konsumartikel und rufen manchmal auch Widerstand hervor.

In fast allen von uns besuchten Haushalten gab es Handys. Sie machen einen wichtigen Teil der ICT-Gerätekonstellation im Alltagsleben aus, doch sind Handys eine ganz andere Art von Informations- und Kommunikationstechnologie als Computer. In Asien erfüllen Telefone überdies multiple kulturelle Funktionen; sie operieren innerhalb eines Spektrums von kulturellen und symbolischen Registern. Sie sind mehr als nur Technologie; sie sind Orte kultureller Produktion. So widerlegt eine genaue Untersuchung des Handygebrauchs in Asien die Annahme einer zentralen Rolle der USA als Zentrum der Innovation, der Technologieproduktion und des Konsums; vielmehr wird eine ganz andere, wenngleich komplizierte Sicht der Dinge nahe gelegt. In der Tat führen meine neuen Erfahrungen und Ergebnisse zu dem Schluss, dass die USA hinsichtlich der Aufnahme und Integration von Technologien eher die Ausnahme als die Regel sind. Die Muster der Aufnahme und Distribution neuer Technologien zeigen nämlich ein unerwartet neues Terrain von Besitzern und Habenichtsen; es ergeben sich nicht nur neue Zentren der Innovation und Nachfrage, sondern auch – um einen

5. Zum Beispiel lebte und funktionierte China mit Ausnahme der letzten zehn Jahre weitgehend unter einem Regierungssystem, das Mobilität außerhalb genau definierter und mit einem massiven Polizeiaufgebot überwachter Grenzen aktiv entmutigte. Bestimmte Orte waren verboten, soziale Aktivitäten und soziale Kreise genau vorgeschrieben. Tatsächlich ist es ein Erbe des *hukou*-Systems (des Systems der Aufenthalts- und Niederlassungsgenehmigungen), dass Handys die einzigen Telefone sind, die sich manche Chinesen überhaupt zulegen können.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

umgangssprachlichen Begriff aus der Funktechnologie zu gebrauchen – »tote Zonen«.

Im vorliegenden Beitrag möchte ich Teile des besagten Terrains sondieren und kartieren; ich benutze dabei Einzelzüge dieser neuen Landschaft, um divergierende Wege von kritischer Bedeutung für die Annahme und Verwendung von Technologien hervorzuheben. Diese neuen Wege bieten bemerkenswerte Ausblicke auf die kulturelle Dimension der Technologie: Auf diese Weise kann man – jenseits der altbekannten Plattitüden von Modernität, Fortschritt oder gar Revolution – erkennen, wie die Technologie mit verschiedenen kulturellen Erzählungen und mit verschiedenen Formen der materiellen und kulturellen Produktion verbunden ist. Wenn ich mein gesamtes Forschungsmaterial und alle Orte, an denen ich Feldforschungen getrieben habe, überschaue, so fallen mir überraschende Ähnlichkeiten in der Art und Weise auf, wie die Menschen sich ihr Handy vorstellen und wie sie es aktiv benutzen. Im vorliegenden Kapitel sollen vier verschiedene Arten hervorgehoben werden, wie Handys als kulturelle, nicht so sehr als technologische Objekte funktionieren: 1) als Kommunikationsmittel, 2) als Manifestation von Informationen, 3) als Mittel einer Identitätspolitik und 4) als Ort der Ängste und der Kontrolle.

Wir sprechen täglich miteinander: Handys als Kommunikationsmittel

Manchmal ergänzen Handys eine vorhandene Festnetz-Infrastruktur, manchmal ersetzen sie sie; manchmal bieten sie einen Zugang, wo zuvor keiner existierte, manchmal bieten die Mobilfunkanbieter nur neue Tarife und Preispakete. In Indonesien, wo die Moscheendichte noch immer größer ist als die der Festnetztelefone, gibt es dreimal so viele Handys wie Festnetzanschlüsse. Auch in China und Indien zählt man heute mehr Mobilfunkteilnehmer als Benutzer von Festnetzanschlüssen. In Australien, Korea, Singapur und Malaysia besitzen mehr als 80 Prozent der Bevölkerung Mobiltelefone, was nichts anderes heißt, als dass hier fast alle Bürger irgendeinen Handyzugang haben. Man kann mit Sicherheit sagen, dass Handys in den Mittelschichthaushalten der asiatischen Städte allgegenwärtig und somit auch in Alltag und Kultur dieser Städte eingebettet sind (vgl. Ito 2004; Hjorth 2003b; Robison/Goodman 1996). In den ehemaligen britischen Kolonien Indien, Singapur, Malaysia und Australien sprechen die Menschen von *Mobiltelefonen*, wobei sie zur Charakterisierung des Geräts den Aspekt der Mobilität betonen. In Singapur und Malaysia spricht man auch von »Handys« (*hand phones*), in China heißt das Gerät *Shouji* (»Handmaschine«) – hier ist der Bezugspunkt also die Art, wie man das Telefon herumträgt. In Indonesien wird *hand phone* mit den Initialen *HP* abgekürzt, aber

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

eher wie »HP« im Indonesischen (Bahasa) ausgesprochen: *ha-pe*. In Australien differenziert man neuerdings nach »*my phone*« und »*my home phone*«, wobei Ersteres das Handy meint, Letzteres den Festnetzanschluss; hier dient also der Standort in der Wohnung als Unterscheidungskriterium. So spiegelt schon die Nomenklatur des Mobiltelefons deutlich die unterschiedliche Kolonialgeschichte wider, aber auch unterschiedliche Spielarten des zeitgenössischen Kapitalismus, der multinationalen Agenda und des Technologieverständnisses (sowie der Sicht des Körpers). Doch ganz gleich, wie sie benannt werden, in den asiatischen Wohnungen, in denen ich den Alltag der Bewohner verfolgen durfte, fungierten Handys am offensichtlichsten als Kommunikationsmittel. In dieser Hinsicht ähnelten sie auf vielerlei Weise ihren Vorgängern, den Festnetztelefonen.

Wenn sie über ihre eigenen Handygewohnheiten nachdachten, beschrieben die Menschen bemerkenswert ähnliche Erfahrungen. Sie nutzten es für Gespräche, Geplauder, Gequassel, Tratsch, Familienangelegenheiten, und soziale Kontaktpflege. Sunia, eine junge Mutter in Hyderabad, rund dreißig Jahre alt, hatte recht klare Vorstellungen davon, was sie mit dem gemeinsamen Handy der Familie vorhatte: »Ich möchte gern in Verbindung bleiben. Ich weiß genau, was jeder macht, in allen Einzelheiten.«[6] Sie rief ihre Mutter jeden Tag an, oft mehr als einmal; sie kommunizierte mit ihren Geschwistern und Cousins und hielt Verbindung zu ihren Freunden aus der High School, der Universität und vom Arbeitsplatz. Im Scherz sagte sie mir, sie könnte täglich Stunden am Telefon verbringen; oft tat sie es auch. Bei anderen Männern und Frauen ging es weniger darum, stets alles über alle zu wissen, als um das Bedürfnis, »in Verbindung zu bleiben«. Man kann gewiss sagen, dass vieles zu jener Art leichtgewichtiger sozialer Interaktion gehört, die Lin Prøitz (2005) in ihrer detailreichen Studie über die Rolle des Handys in den Romanzen junger Norweger »intimen Diskurs« nennt – es handelt sich um eine Art medial vermittelten Zusammenseins, wobei der soziale Aspekt der Interaktion viel wichtiger ist als der Zeitaufwand.

Die Organisation der Ko-Präzenz scheint eine weitere Funktion der Mobiltelefone zu sein. In Europa und den USA werden Handys oft zur Feinabstimmung physischer Interaktionen verwendet, was verschiedentlich als »Mikrokoordination« des Alltags und der Treffpunkte oder auch als »Problem der letzten fünfzig Meter« bezeichnet wird (vgl. Ling 2004). Das scheint in Asien nicht anders zu sein. Angeline ist Mitglied einer umfangreichen chinesischen Großfamilie in Penang, Malaysia.

6. Für ihre Teilnahme an unseren Befragungen haben die Haushalte eine Entschädigung sowie die Zusicherung erhalten, dass ihre Privatsphäre gesichert wird. Darum wurden im vorliegenden Beitrag, wann immer auf Haushaltsinterviews aus unserem Bestand zurückgegriffen wird, die Namen der Betreffenden geändert.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Sie ist Anfang dreißig und hat einen fünfjährigen Sohn, der von Angelines Mutter und ihrer Großmutter väterlicherseits im Verbundbungalow der Großfamilie betreut wird. Angeline benutzt ihr Handy, um die Betreuung des Sohnes und die Zeit der Familie zu koordinieren. Wehmütig lächelnd erinnert sie sich daran, wie sehr das Handy das Familienleben verändert hat: »Manchmal, wenn wir alle im Einkaufszentrum sind, bin ich im ersten Stock und meine Mutter im vierten. Dann ruft sie an und fragt: ›Wo bist du?‹ Vor zehn Jahren hätten wir uns einfach gesucht, doch jetzt rufen wir einfach an.« In anderen Haushalten erzählten die Menschen ähnliche Geschichten und beschrieben ähnliche Strategien zur Bewältigung der Interaktionen von Familie und Freunden außerhalb des Hauses. In Korea ging man sogar noch einen Schritt weiter. Herr Lee ist 49 Jahre alt, verheiratet und hat zwei Kinder im Teenageralter. Als ich seine Familie 2003 in ihrer renovierten Wohnung in Pusan besuchte, hatte er gerade kurz zuvor auf dem Handy seiner Tochter eine Funktion zur Feststellung ihres Aufenthaltsortes installiert. Er sagte dazu: »Ich weiß jetzt, wo sich meine Tochter im Umkreis von 500 Metern aufhält. Ich habe ihr ein Telefon gekauft, weil sie immer später nach Hause kam und ich mir Sorgen um ihre Sicherheit machte.«

Herr Lee steht mit der Entscheidung, seiner Tochter im Teenageralter ein Handy zu kaufen, ebenfalls nicht allein. Der Schulwechsel ihrer Kinder auf die High School oder auf eine zeitaufwendige Abendakademie veranlasste viele von mir interviewte Eltern zum Kauf von Handys für ihre Kinder. Die Eltern sagten oft, dass sie die Sicherheit ihrer Kinder sicherstellen und für Notfälle einen Kommunikationskanal schaffen wollten. Richard und Jasmine in Penang, Eltern von Teenagern, erinnerten sich, warum sie ihren beiden Kindern ein Handy kauften: »Wir haben es viel mehr aus Sicherheitsgründen als aus irgendeinem anderen Motiv getan. Es war für die Kinder, damit wir sie finden können.« Die Eltern legten sich auch selbst Handys zu, damit ihre Kinder sie erreichen konnten. Dazu sagte mir ein indischer Vater von Söhnen im Teenageralter: »Die Technologie hat sich in diesem Haus breit gemacht, weil meine Frau darauf bestanden hat.« Und diese ergänzte: »Ich habe ein Handy nur für meinen Sohn. Er soll mich anrufen, wenn er nach Hause kommt, denn ich bin dann noch bei der Arbeit. Ich mache mir Sorgen um ihn.« Nicht nur für sich und ihre Kinder legen sich Eltern aus Sicherheitsgründen Handys zu, sondern dieselbe Logik gilt auch für den Kauf von Handys für ältere Verwandte. »Meine Tochter hat mir mein erstes Handy vor fünf Jahren gekauft, wir telefonieren damit jeden Tag miteinander, doch meistens rufe ich an, weil sie einfach zu beschäftigt ist. Sie sagt mir: Ich habe zu viel zu tun. Was willst du? Was willst du?«, klagte eine andere Bewohnerin Penangs, eine pensionierte Handelsvertreterin Anfang sechzig. Es ist offenbar

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

möglich, ein Telefon zu besitzen, ohne immer den Wunsch zu haben, es auch zu benutzen.

Handys wurden auch für geschäftliche und berufliche Aktivitäten benutzt. In einigen von mir besuchten Haushalten, speziell in Indonesien, war es gängige Praxis, zwei Handys zu unterhalten: das eine für die Arbeit, das andere für das familiäre und gesellschaftliche Leben. Diese Praxis scheint auf eine strikte Trennung zwischen öffentlichem und privatem Leben zu verweisen. In anderen Fällen dienten zwei Handys dem getrennten Einsatz bei Inlands- und Auslandsreisen – ein Entwicklungshelfer, mit dem wir sprachen, besaß drei Handys und vier SIM-Karten, um sein Reiseprogramm zu bewältigen, das Australien, die Vereinigten Staaten, Afghanistan und Teile Europas umfasste. Meistens lag es jedoch näher, dass das häusliche und berufliche Leben der Menschen miteinander verquickt waren. Bei manchen führte das zu unvermeidlichen Spannungen – etwa bei einem Journalisten, der sich darüber beschwerte, dass ihn seine Reportagen bis nach Hause verfolgten. Andere haben Strategien entwickelt, damit wenigstens gewisse Grenzen erhalten bleiben. Ein etwa vierzigjähriger australischer Unternehmensberater, den wir befragten, sagte uns, er habe seiner Frau, der Mutter seiner drei kleinen Kinder, einen eigenen Klingelton zugeordnet: »Für Ginny habe ich einen bestimmten Klingelton, und dann kann ich immer gleich dran gehen. Sobald der erklingt – Bingo – weiß ich, es ist Ginny. Bei Konferenzen und Besprechungen nehme ich nur von Ginny Anrufe an. […] Nur für sie gehe ich ans Telefon.«

Die meisten Koreaner, die wir interviewten, verwendeten eine ähnliche, nur noch ausgeklügeltere Strategie, die für alle in ihren Adressbüchern verzeichneten Kontakte galt. Herr Lee berichtete uns 2003 in Pusan, er verlasse sich für alles auf sein Handy. Damals schätzte er die Anzahl der Einträge im Adressbuch seines Telefons auf mehr als 500. Diese enorme Zahl von Einträgen (eine der größten, auf die wir je in einem asiatischen Land stießen) war in acht Ordnern organisiert: Familie, Geschäftskunden, Berufliches, Firma, Freunde, Verwandte, *dong a ris* (halboffizielle Freundeskreise und Gemeinschaften), Kegelclub. Jeder Ordner war mit einem eigenen Klingelton versehen. Auch jüngere Koreaner benutzen ähnliche Methoden, um ihre gesellschaftlichen Kontakte zu organisieren und zu regeln. Auch Sun-Hye lebt mit ihren Eltern und ihrer älteren Schwester in Pusan. Mit zwanzig besucht sie die Universität und führt ein reges soziales Leben. Sie beschrieb uns ihr Handy: »Gegenwärtig habe ich fünf verschiedene Klingeltöne für fünf festgelegte Gruppen: Familie, Mädchen, Jungen, *dong a ris* und Studienfreunde aus dem dritten und vierten Jahr [*junior and senior classmates*].« All diese organisatorischen Methoden haben strukturell nicht zuletzt mit dem Wesen der koreanischen Sprache zu tun, mit deren formellen und informellen Prädikaten und Pronomina. Um Etiket-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

teverstöße zu vermeiden, benutzt man für (aufgrund von Rang, Alter, Geburt, Karriere oder akademischem Grad) Höherstehende die formellen Anredepronomina. Handys können die Korrektheit in dieser Hinsicht unterstützen, indem sie einem immer anzeigen, wer am anderen Ende der Leitung ist; dann kann man sich in seiner Antwort gleich darauf einstellen. Kommunikation hat hier also nicht nur mit dem Austausch von Worten zu tun, sondern auch mit dem Austausch der richtigen Wortformen.[7]

Die große Handynutzerdichte in vielen asiatischen Städten und in einigen asiatischen Ländern (zu denen auch Singapur, Australien und Korea mit einem Sättigungsgrad von über 85 Prozent gehören) hat die Möglichkeiten für Handyplattformen geschaffen, die aus dem Mobiltelefon mehr als nur ein Kommunikationsmittel machen. Neben seiner Funktion als Kommunikationsmittel, darin in vielerlei Hinsicht Festnetztelefonen ähnelnd, dienten Handys allem Anschein nach auch als Ort und Quelle situationsrelevanter Informationsproduktion und -rezeption. Gemeint sind SMS-Textbotschaften und die verschiedenen Formen multimedialer oder informationsangereicherter Botschaften (MMS). Anders als in den USA, wo sich SMS im praktischen Gebrauch erst noch wirklich durchsetzen muss, weisen fast alle von mir besuchten asiatischen Länder einen bemerkenswert dichten und aktiven SMS-Verkehr auf. In Singapur werden von 4,3 Millionen Handys pro Monat geschätzte 75 Millionen SMS-Botschaften abgesetzt; in Korea sind es schätzungsweise mehr als 100 Millionen Botschaften pro Tag, bei 12 Millionen Handys.

In den meisten von mir besuchten Haushalten war SMS ein regelmäßiger Bestandteil der alltäglichen Handynutzung – wobei Umfang, Inhalt und Kontext dieser Anwendung je nach Altersgruppe, Beruf, Lebensstadium und Geschlecht beträchtlich variierten. Dieses Faktum wird auch von den Mobilfunkanbietern eindeutig erkannt. Einer der führenden Anbieter Australiens wirbt: »Schicken Sie Ihren Kumpels kostenlos SMS, von 21 Uhr bis Mitternacht«, während Maxis in Malaysia Preis und Ruhm für schnelles Texten aussetzt. In China, wo das SMS-Texten eigentlich eine komplizierte Angelegenheit ist, weil die QWERTY-Handytastatur über *pinyin* auf Mandarin-Ideogramme umgestellt werden muss, ist der SMS-Verkehr immer sehr lebhaft. Chinesische Nutzer verwenden SMS für die Kommunikation aller möglichen Informationen, unter Umgehung der offiziellen Kanäle. Es überrascht daher kaum, dass die chinesische Regierung kürzlich ankündigte, sie

7. Vgl. Kim 2002; Kim beschreibt, wie sich in den koreanischen Handysitten hierarchisch-autoritäre Strukturen (2002: 68), das Kumpelkollektiv (69), persönliche Verhältnisse (69) und wechselseitige Verabredungen (»appointment reciprocity«, 71) widerspiegeln. All dies führt zu einer Konstellation, in der die soziale Interaktion unglaublich wichtig und Maßstab der eigenen sozialen Vernetzung ist.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

wolle den gesamten SMS-Verkehr in China überwachen. Ein junger Unternehmer aus Shanghai sagte mir: »Meine Freunde schicken mir Schrottbotschaften, Scherze, Sprichwörter, dumme Sprüche. Das heißeste Thema ist Sex, weil wir darüber nicht offen sprechen können. Das zweitwichtigste Thema nach Sex ist Politik.« Er und seine Freunde haben viele solche Botschaften auf ihren Handys gespeichert (vgl. Taylor/Harper 2002). Ich bekomme einige gezeigt: »Weihnachten naht, darum säubert die Stadtverwaltung von Shanghai die Straßen, und sie hat beschlossen, hässliche geistig zurückgebliebene Männer wie dich zu beseitigen; also versteck dich. Sag aber keinem, dass ich's dir gesagt habe.« Oder: »Was ist Glück? Glück ist ein dankbares Herz, ein gesunder Körper, ein guter Job, jemand, der dich liebt, eine Gruppe von Freunden, denen du trauen kannst. Wenn du das hast, dann hast du alles.« Oder: »Gute Freunde sind wie Unterwäsche; selbst wenn du ganz schlimm fällst und spektakulär wieder aufstehst, umhüllt sie dich immer. Sehr gute Freunde sind wie Kondome; sie denken stets an deine Sicherheit. Die besten Freunde sind wie Viagra; wenn du keine Kraft findest, dein Haupt zu erheben, dann helfen sie dir. Alles Gute zum Neuen Jahr!« Die Reichhaltigkeit dieser Botschaften verweist unabhängig von ihrem inhaltlichen Wert erneut auf das bemerkenswerte Potenzial der Mandarin-Sprache für SMS-Botschaften. Sie ist darin mit keiner anderen Sprache vergleichbar. Viele von Chinas größten Internetportalen bieten Dienste für Verbindungen vom Web zum Telefon; so kann man seine Botschaften auf einer größeren Tastatur am Computer eingeben und an ein Handy schicken; man kann auch zuvor als SMS eingegangene Botschaften per Internet weiterleiten und anderen mitteilen.

In China mag es bei SMS weitgehend um inhaltliche Schmuggelware gehen, doch in Singapur und Malaysia dreht es sich manchmal, wenigstens bei SMS, vor allem um Geschwindigkeit. Beide Länder veranstalten regelmäßig Hochgeschwindigkeits-SMS-Meisterschaften, und eine Frau aus Singapur errang kürzlich die Krone der schnellsten SMS-Botschafterin der Welt. Sie schaffte 26 Wörter in 43,24 Sekunden. Zwar strebten die meisten Leute, mit denen ich sprach, nicht nach derartigen Geschwindigkeitsrekorden, aber was sie mir auf jeden Fall immer wieder versicherten, war, dass es verhältnismäßig bequem sei, per SMS Informationen auszutauschen. Denny, Anfang dreißig, ein Geschäftsmann aus Surabaya, berichtete, seine Frau benutze SMS, um Konfrontationen mit ihm zu vermeiden: »Sie entscheidet sich für SMS-Botschaften, wenn sie mich nicht anschreien will. So ruft sie nicht an und fragt, wann ich nach Hause komme, sondern schickt mir eine SMS wie ›Ich bin hungrig, bring mir was zu essen‹.« Ratnasari, die mit ihrem Mann und fünf kleinen Kindern in einem Vorort im Großraum Kuala Lumpur lebt, bietet einen etwas anderen Ansatz. Sie ist Mitte dreißig und arbeitet in der IT-Branche. So führt sie ein vollgepacktes Leben

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

zwischen Vollzeitjob und allen Verpflichtungen bei der Kindererziehung. Sie benötigt ihr Handy, um die Kinderbetreuung sowie den Koranunterricht und die nachschulischen Aktivitäten und Mahlzeiten mit ihrer Mutter zu koordinieren, die im Nebenhaus lebt, aber auch für diverse berufliche Pflichten. »Wir benutzen SMS, wir spielen nicht damit. Die Sache bei SMS ist doch, dass man Leuten, wenn man nicht anrufen kann, besonders nachts, wenigstens eine Botschaft schicken kann. Und es ist auch noch wesentlich billiger als ein Anruf. Man muss auch nicht lange reden, man schickt einfach die Botschaft.« Demgegenüber sprachen Phil und Susan, ein jung verheiratetes australisches Paar davon, wie sie SMS zur Aktivierung von Mitgliedern ihrer Kirchengemeinde einsetzen: »Wir benutzten SMS, um Leute zu kontaktieren. Das ist ganz unmittelbar, weil man es am Samstagabend tun kann und so die Aufmerksamkeit der Leute erregt.« Dass SMS sowohl die Aufmerksamkeit erregen (»Komm morgen früh in die Kirche«) als auch ganz knapp und sachlich sein kann (»Ich habe die Präsentation geschickt«), spricht dafür, wie vielfältig die Handyplattform selbst ins Leben der Menschen integriert ist – Handys fungieren als Pager, Schwarzes Brett, Anrufbeantworter, Kühlschranktür und Nachttisch in einem.

Es gibt allerdings auch Hindernisse für die Verwendung von SMS; auch darauf stießen wir häufig. Gloria, Anfang zwanzig, lebt und arbeitet als Sekretärin in Xiamen. Sie benutzt ihr Handy nach eigenen Angaben sehr oft, aber SMS mag sie überhaupt nicht: »Meistens rufe ich einfach an. Ich bin zu faul für Kurzbotschaften. Ich verschicke nicht gern Botschaften, weil ich meine, dass man zu viel Zeit damit verbringen kann, einen Buchstaben einzutippen. Meine Daumen sind zu langsam.« Besonders in China hörte ich diesen Refrain immer und immer wieder, aber auch für ältere Menschen war der Zugang zu SMS ein Thema, denn mit Arthritis war die kleine Handytastatur nur schwer zu bewältigen. Auch die Schrift- und Bildschirmgröße von Handys bildete für Menschen mit schlechten Augen oder mit Bifokalbrillen ein echtes Hindernis. Die Mutter eines koreanischen Teenagers sagte mir, sie mühe sich trotz aller Schwierigkeiten mit SMS ab, ihrem Sohn zuliebe: »Ich muss das tun, damit mein Sohn mich nicht für uncool hält. Er ist ja so stolz und gibt seinen Freunden gegenüber damit an, wenn er eine SMS von mir bekommt. Damit können wohl nicht allzu viele Mütter dienen.«

Kricket-Resultate, während Sie warten: Handys im Dienste der Informationsvermittlung

Die Verwendung des Handys als Informationsplattform verdankt sich weitgehend der schnellen Übernahme von persönlichen SMS-Diensten, und viele der frühen Service- und Anwendungsangebote basieren

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

auf diesem Format oder auf Dingen, die dieses Format evozieren.[8] Informationsdienste versenden Börsen-, Wetter- und Sportnachrichten. Sportinformationen sind ein gutes Beispiel – es gibt sowohl Versand- als auch Abrufmodelle. Einige Informationsversandmodelle bestehen aus einfachen Textnachrichten, andere sind anspruchsvoller. Ein australischer Mobilfunkanbieter bietet auf seiner 3G-Plattform als Streaming Video Service für das Handy Kricket-Updates an – *Wickets, während sie warten*. In Malaysia wurden während der letzten Fußballweltmeisterschaft im Jahre 2002 die Nutzer ermutigt, ihre Handys zu benutzen, um sich topaktuelle Fußballresultate zu besorgen – durch Zugang zu elementaren Internetdiensten. Für viele der von uns Befragten war dies der erste Versuch, mit ihrem Handy topaktuelle Informationen zu bekommen, und diese Erfahrung erwies sich oft als frustrierend.

Für viele Serviceprovider ist es eine große Herausforderung, die Handynutzer in diese neuen Informationsräume zu lotsen. In Korea kann man für eine geringe Gebühr SMS-Benachrichtigungen für alle Kreditkartenabbuchungen erhalten, sodass man deren Berechtigung umgehend überprüfen kann. Eine junge Karrierefrau in Seoul nutzt ihr Handy sogar als verlängerte Brieftasche – sie bezahlt per Handy-Internet ihren Kaffee im Café, überweist karitative Spenden und bezahlt ihre Einkäufe. Zur Erklärung führt sie an: »Ich bin Kommunikationsfreak. Ich bin nervös, wenn ich keinen Zugang zu einem Telefon und zur E-Mail habe. So war ich schon als kleines Mädchen, und das ist so geblieben.« JungEyn ist nicht die Einzige, die ihr Handy für das immer stärker ausgeweitete Spektrum der Informationsanwendungen nutzt. Die Beweglichkeit des Handys schafft neue Gelegenheiten für ortsgebundene Dienstleister. Jeder in Singapur scherzt darüber, dass es dort unmöglich sei, ohne Handy ein Taxi zu bestellen. Als ich eines Abends in einem plötzlich niederprasselnden tropischen Regenguss an der Orchard Road stand, entdeckte ich, wie wahr dieser Witz doch ist. Denn die meisten öffentlichen Orte in Singapur haben heute eine Art Code, den man in einer SMS-Botschaft an das Taxiunternehmen schickt, welches dann ein Taxi an den so bezeichneten Ort schickt – einfach, aber effizient. Flughäfen scheinen in Asien die Lieblingsorte für massenhafte handygestützte Interaktion zu sein. Am Changai International Airport in Singapur gibt es interaktive Spielstationen für SMS-Nutzer, Handy- und Laptop-Aufladestationen und Echtzeit-Fluginformations-

8. Verschiedene politische Parteien in Malaysia benutzten SMS-Botschaften, um bei den Wahlen des Jahres 2004 Wähler zu mobilisieren. Täglich wurden mehr als 50.000 Botschaften an die Parteianhänger verschickt. Gegenüber den insgesamt 8 Milliarden SMS-Botschaften, die jeden Monat in Malaysia verschickt werden, ist das nicht viel, aber es kündigt vielleicht einen interessanten Trend an und steht jedenfalls in scharfem Kontrast zur letzten großen Informationskampagne.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

updates, wenn man den Flughafen durch eine SMS-Botschaft wissen lässt, dass man da ist. Der Kingsford Smith Airport in Sydney antwortet auf SMS-Anforderungen von Abflugs- und Ankunftszeiten.

Einer der ungewöhnlichsten Handy-Informationsdienste ist in Malaysia zu finden. Maxis, der größte Mobilfunkanbieter in Malaysia, bietet dort ein ganzes Servicespektrum für verschiedene Bevölkerungsgruppen an. Malaysias große muslimische Bevölkerungsgruppe kann das Handy beispielsweise als *qiblah* nutzen, als Orientierungsmarke, die allen Gläubigen die richtige Gebetsrichtung nach Mekka anzeigt. Diese Art Dienst ist in Malaysia sehr populär (wie auch in anderen muslimischen Nationen auf der ganzen Welt). Die Information ist hier religiöser oder ritueller Art, und doch ist sie auf einem Gerät gespeichert, das oft mit den Ideen der Moderne und des Fortschritts in Verbindung gebracht wird (vgl. Bell 2004a). Diese Spannung scheint in Malaysia geringer zu sein als anderswo; hier ist die Vorstellung von einer modernen muslimischen Nation gängige Münze. Auch diese Kombination verweist auf die verschiedenen Formen kultureller Arbeit, die Handys in Asien verrichten.

Handys, Angst und Kontrolle

Wer in den Städten Asiens eine Zeitung zur Hand nimmt, findet meistens auch Storys über neue Technologien. Oft machen sich die Verfasser dann lang und breit Sorgen über die negativen Auswirkungen des Internets, der Mobiltelefonie und der Computer auf die Gesellschaft als Ganzes. Was hat man Handys nicht schon alles angehängt, vom Anstieg der Scheidungsraten in Indien über Teenager-Selbstmorde bis hin zu politischen Unruhen und Umstürzen. Im Jahre 2003 waren Handys jedenfalls dabei, für die städtische Mittelschicht Indonesiens zum unentbehrlichen Wegbegleiter zu werden. Während sie einerseits eine Art New Economy oder auch nur neuen Wohlstand signalisierten, verwiesen sie andererseits auf eine neue Art von Verwundbarkeit. Viele der von mir Befragten machten sich Sorgen, was es bedeute, mit einem Handy gesehen zu werden – und das aus gutem Grund. In Jakarta nahm sich nämlich die »Red Axe Gang« gezielt Autofahrer vor, die an roten Ampeln halten mussten und Handygespräche führten. Bedrohlich eine Axt schwingend, ließen sie verlauten: »Ihr Handy oder Ihre Windschutzscheibe!« Die Logik dahinter ist simpel: Das Wertvollste im Auto ist das Handy; dafür bekommt man Geld auf dem Schwarzmarkt, und man kann es leicht weiterverkaufen. Außerdem ist es leichter, schneller und billiger, sich ein neues Handy zuzulegen als eine neue Windschutzscheibe. Zwar verlief der Raub nirgends so gut organisiert wie hier, aber auch die Zeitungen in Indien, China und Malaysia berichteten über ähnliche Taten; in einer dieser Zeitungen wurden sie

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

»Lifestyle-Kriminalität« genannt. Je nachhaltiger Handys den Markt eroberten, desto stärker wurden sie auch zum Ort von Ängsten und Kontrollen, sowohl seitens der individuellen Nutzer als auch seitens der größeren sozialen Institutionen.

Im Laufe des letzten Jahrzehnts haben gesellschaftliche und staatliche Institutionen in ganz Asien mit der Frage gerungen, wie der Handyverkehr reguliert werden könnte, wobei das Augenmerk sowohl der Industriebranche als auch den Handynutzern als potenziellen Orten sozialer Unruhe und Störung galt. Die chinesische Regierung, die eine zunehmend engere Kontrolle über die digitalen Medien ausübt, überwacht, wie man weiß, den gesamten SMS-Verkehr – was eine bemerkenswerte technische Leistung darstellt, wenn man bedenkt, dass die chinesischen Mobilfunkteilnehmer pro Jahr mehr als 220 Milliarden Botschaften versandten. Das ist mehr als die Hälfte des gesamten SMS-Aufkommens in der ganzen Welt. Im Juli 2004 verkündete die Regierung neue Regelungen, die es Mobilfunkanbietern praktisch gestatteten, SMS-Inhalte zu überwachen und sogar zu filtern (d.h. zu zensieren). Angeblich dienten diese Maßnahmen zwar der Eindämmung von Pornographie und »betrügerischen« Inhalten, aber viele Kommentatoren sind der Ansicht, dass diese Maßnahmen vor dem Hintergrund anderer politischer Maßnahmen der Regierung zugunsten einer schärferen Kontrolle über die Verbreitung elektronischer Informationen zu sehen sind (vgl. Lim 2004). Die indische Regierung hat die Mobilfunkanbieter aufgefordert, eine Technologie zu entwickeln und anzuwenden, die die Überwachung und das Abfangen von SMS erleichtert (vgl. Shahin 2002). In Singapur sind die fortdauernden Debatten über die Frage, welche Auswirkungen die nationalen Zensurbestimmungen und die Zensurpraxis auf den SMS-Verkehr haben, vor dem Hintergrund neuer Serviceangebote wie »Hanky Pranky« zu sehen, wo den Nutzern vorgefertigte Scherzbotschaften sowohl in Sprachaufzeichnung als auch per SMS zum Versand an Freunde angeboten werden, sowie vor dem Hintergrund einer Entscheidung des Islamischen Religionsrates von Singapur (MUIS), des Scharia-Gerichts und des muslimischen Eheregisters (Registry of Muslim Marriages) aus dem Jahre 2001, dass eine Ehescheidung per SMS unzulässig sei. Obwohl die Sorge um Sicherheit und Wohlergehen der Kinder einer der meistgenannten Gründe für die Anschaffung eines Handys ist (siehe oben), haben Schulbeamte in vielen Ländern Handys vom Schulgelände verbannt, weil die Schüler auf diese Weise abgelenkt würden.

Auch Informationsdienste auf Handyplattformen sind Formen der staatlichen und gesellschaftlichen Regelung, Aufsicht und Kontrolle unterworfen. In Malaysia hat der National Fatwa Council, eine vom König eingesetzte Gruppe islamischer Rechtsgelehrter, kürzlich der muslimischen Bevölkerung des Landes verboten, per SMS an Preisausschreiben und Lotterien teilzunehmen. Bis Februar 2005 boten China

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Mobile und andere Mobilfunkanbieter ihren Kunden per SMS den Mondalmanach an. Doch dann verbot überraschend, nur eine Woche vor Beginn des Jahres des Hahns, die Staatliche Verwaltung von Radio, Film und Fernsehen »alle Anzeigen, die junge Gemüter gefährden oder Bestimmungen verletzen« – indem sie etwa Aberglauben fördern, wozu nun auch »Geburtstagshoroskope« und »Wahrsagerei zum Neuen Jahr« gehörten – in Gestalt von SMS und Telefondiensten (vgl. The Age 2005). Umgehend brachen die Aktienkurse von China Mobile und Sina ein, als offenbar wurde, dass ein Großteil von deren Einkünften auf diesen sehr populären, kulturell tief verwurzelten Dienstleistungen beruhte.[9]

Natürlich sind staatliche Regelungen nur eine Dimension der Art und Weise, wie Handys in einer kulturellen Dynamik von Angst und Kontrolle existieren. In Jakarta äußerte sich eine Reihe von Befragten zur Nützlichkeit von Handys für die persönliche Sicherheit in Zeiten politischer Instabilität. Eine bemerkenswert technikversierte Einwohnerin in Alter von über sechzig Jahren sagte mir, ihr Handy sei überlebenswichtig: »Damit kann man jeden leicht erreichen. Wenn in Jakarta etwas los ist, benutzen wir SMS. Wir schreiben dann: ›Seht euch vor, geht nicht diesen Weg.‹ Wir benutzten es häufig während der ›Unruhen‹ [von 1996].« Hier sorgten die Mobiltelefone für die Sicherheit der Menschen. Anderswo bringen Handys die Menschen in Gefahr. In mehreren Haushalten, die ich in Malaysia besuchte, sorgten sich die Eltern, dass der Besitz eines Handys ihre Kinder dem Risiko von Kleinkriminalität und Gewalt auf den Straßen aussetze. Australische Forscher veröffentlichten kürzlich eine Studie, der zufolge der Handybesitz junger Leute häufig zu deren höherer Verschuldung beiträgt (vgl. LaTrobe University 2004). Überdies erschienen in den letzten Jahren in australischen Zeitungen etliche Artikel, die vor den Gefahren des Telefonierens oder SMS-Verfassens mit dem Handy während der Fahrt mit dem Auto warnten; man zog unvorteilhafte Vergleiche zu Alkohol am Steuer, einem Delikt, das in Australien erstaunlicherweise gesellschaftlich stigmatisiert ist.[10] 2003 wurde in China die CDMA-

9. Laut einer Sammelklage, die beim United States District Court, Southern District of New York, im Februar 2002 eingereicht wurde, bestand ein substanzieller Teil der Einnahmen von Sina Mobile (und wahrscheinlich auch anderer Mobilfunkanbieter in China) aus Gebühren für »Wahrsage«-Horoskope, ohne dass diese Tatsache zuvor ausreichend bekannt gemacht wurde (vgl. Alexander O'Riordan, Individually and On Behalf of All Others Similarly Situated [Plaintiff] vs. Sina Corporation, Wang Yan and Charles Guowei Chao [Defendants]. Class Action Complaint, in United States District Court, Southern District of New York, February 18, 2005).

10. Trunkenheit am Handy kommt in Australien anscheinend so häufig vor, dass mindestens ein Mobilfunkanbieter seinen Kunden eine Telefonsperre anbietet, die es für einen bestimmten Zeitraum unmöglich macht, mit dem Handy Gespräche zu führen.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Technologie[11] mit einer Anzeigenkampagne eingeführt, die Bilder von Konsumenten zeigte, die Weintrauben so an ihren Kopf hielten, als hätten sie ein Handy in der Hand. Die Botschaft war einfach: Unsere Technologie ist sauber, grün und gut für Sie. Dabei wird unverkennbar auf die gesundheitlichen Bedenken gegen die Handytechnologie (Stichwort: Elektrosmog) angespielt. In Südchina traf ich auf junge Leute, die ihre Handys in buddhistischen Tempeln segnen ließen, zum Teil auch, um jegliche negativen Ausdünstungen, die das Handy von sich geben könnte, zu neutralisieren. Auf diese Weise gewinnen Gesundheit und Wohlergehen ein noch weiter gefasstes Bedeutungsspektrum.

Auf den Seiten der populären Zeitungen in Indien werden bereits seit vielen Jahren Debatten darüber geführt, wie Handys zum Niedergang der traditionellen Brautwerbungsmuster beitragen.[12] Im Oktober 2002 hieß es auf dem Cover von *India Today*, einem der auflagenstärksten indischen Nachrichtenmagazine: »Liebe in den Zeiten von SMS«. Im dazu gehörigen Artikel wurde unter anderen Thesen behauptet, SMS stehe für »Some More Sex« und Handys seien das neue Viagra (vgl. Vasudev 2002). Interessanterweise wurde in diesem und zahlreichen weiteren Artikeln, die folgten, viel aus der Tatsache gemacht, dass besonders Frauen dieses Medium zu ihrem Vorteil nutzten, um ihre Sexualität zu erkunden, die Heiratspläne ihrer Familien zu durchkreuzen oder die Kontrolle durch ihre Ehemänner zu unterlaufen (vgl. Shahin 2002) – hier scheint man vor der weiblichen Sexualität Angst zu haben. Natürlich wird in diesen Artikeln auch das Thema Telefonetikette aufgeworfen: wann es passend ist, SMS zu texten, und wann nicht. Weitergehende Fragen der Telefonetikette scheinen noch im Fluss zu sein. Manche Gebäude in den Städten Asiens haben versucht, sich vom Handyverkehr frei zu halten; so haben mehrere Kirchen in Seoul eigens Hilfsmittel zur Behinderung des Handyempfangs in ihren Räumen installiert, damit die Gemeindeglieder nicht während des Gottesdienstes mit dem Handy telefonieren können. In China und Indien ist SMS-Versand an wichtigen rituellen Feiertagen wie dem chinesischen Neujahrsfest oder *Diwali* durchaus üblich, aber diese Praxis gilt immer noch als weniger aufmerksam als persönliche Anrufe oder der Versand von Glückwunschkarten.

11. CDMA (Code Division Multiple Access) ist ein Verfahren, das mehreren Benutzern den Zugriff auf einen Funk-Übertragungskanal ermöglicht. Dabei belegen alle Benutzer denselben Frequenzbereich, doch wird das Nutzsignal für jeden Benutzer unterschiedlich codiert. Der wesentliche Vorteil von CDMA ist die bessere Ausnutzung der zur Verfügung stehenden Übertragungsbandbreite. (AdÜ)

12. In der Forschung wurde die Verbindung zwischen neuen Technologien, Geschlechtsrollen und Sexualität in einer Reihe von asiatischen Ländern erkundet (vgl. Berry/Martin/Yue 2003; Ellwood-Clayton 2003 und 2005).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

»An die Söhne denkend«: Was Telefone über uns aussagen

Herrn Woos Muschelschalen-Handy ist mit einem hölzernen Anhänger dekoriert, der an einem schwarzen Faden hängt. Das Telefon seiner Frau auf dem Kaffeetisch hat einen dazu passenden Schmuck. *Ihr* Handyanhänger verkündet auf Koreanisch »Mutter, ich liebe dich«, *sein* Anhänger heißt entsprechend »Vater, ich liebe dich«. Beide Anhänger waren Geschenke der Tochter im Teenageralter an ihre Eltern, bevor sie zu einem längeren Schulausflug aufbrach. Handys sagen über ihre offenkundigen kulturellen Funktionen als Kommunikations- und Informationsgeräte hinaus oft auch etwas darüber aus, wer ihre Besitzer sind. Sie fungieren als eine Art intimer Computer (vgl. Bell 2004b), werden in Körpernähe getragen, sind in unser Alltagsleben eingebettet, werden zu Extensionen unseres Selbst und unserer Persönlichkeit, unserer sozialen Beziehungen und des weiteren kulturellen Kontextes, in dem wir leben. Es gibt viele Möglichkeiten, Handys zu personalisieren: Anhänger, Klingeltöne, Bildschirmschoner, Buttons, Tragkordeln, Gehäuseschalen, Inanspruchnahme bestimmter Dienste, Tragtaschen, Nummern.

Auf der elementarsten Ebene können die Nutzer ihre Handys mit einem ganzen Spektrum von Glücksbringern, Amuletten und Kitsch erweitern, die an einer kleinen, oft oben am Handygehäuse angebrachten Öse hängen. Einige dieser Glücksbringer haben tief reichende kulturelle Resonanzen, zum Beispiel in Korea Handybeutel aus traditionellen Stoffen (*bok*) und goldene Schweine, in China Tiere aus Tierkreiszeichen und Jadefiguren (vgl. Hjorth 2003a). Die nächste Ebene späterer Hinzufügungen betrifft auswechselbare Handygehäuseschalen. Es gibt eine erstaunliche Heimindustrie für neue Gehäuseschalen – buchstäblich alles, von Modelabels, Markennamen und Sport-Franchise bis zu Schauspielern, Musikern, Popikonen und Zeichentrickfiguren, ist als Gehäuseversion erhältlich. In der Coex Mall in Seoul wird diese Art Handypersonalisierung noch einen Schritt weiter getrieben; denn dort kann man an bestimmten Ständen darauf warten, dass einem das Handy nach eigenen Vorstellungen bemalt wird. Im Einkaufszentrum einer kleinen malaysischen Stadt traf ich in einer Etage, die weitgehend dem Verkauf von Technologieprodukten gewidmet war, auf einen Laden, in dem alle möglichen Gehäuseschalen verkauft wurden: Disney-Figuren, Britney Spears, Manchester United, bunte Drachen. Neben Winnie-the-Pooh (Pu der Bär) hingen zwei besondere Exemplare. Auf dem einen war das Gesicht Osama bin Ladens zu sehen, umgeben von einem Heiligenschein, wie man ihn von älteren Heiligenporträts auf Gemälden kennt. Darauf war in gelben arabischen Plastikschriftzeichen geschrieben: »Gebt mir eure Söhne, und ich mache sie zu Märtyrern.« Direkt daneben hing, in einem dazu passenden Halter in Hello-Kitty-Rosa, ein Handygehäuse, welches das erste Flugzeug

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

zeigte, das in das New Yorker World Trade Center raste, versehen mit einem Datumsstempel vom 11. September. Schockierende Artefakte, gewiss, aber sie dokumentieren eindrücklich, wie Handys und ihre Dekoration als eine Art Politik mit anderen Mitteln fungieren können.

Telefone können auch alle möglichen Arten von familiären und sozialen Beziehungen und Ambitionen zum Ausdruck bringen. In Korea scheint es eine verbreitete Sitte zu sein, dass auf den Handys, wenn sie geöffnet und eingeschaltet werden, als Bildschirm-Identifikationsmerkmale Tapetenmuster und Botschaften erscheinen. Ein weiblicher Teenager in Pusan übersetzte mir ihre Identifikation als »Dieses Telefon ist kein Allgemeingut; schalten Sie es bitte aus und verschwinden Sie!« Diese Worte erschienen vor dem Hintergrund einer Cartoon-Kaiserin, die mit dem Fächer wedelte. Ein anderer Jugendlicher aus derselben Stadt hatte die Handys seiner Eltern gehackt, sodass auf deren Bildschirmen jetzt ein Foto von ihm und seinem älteren Bruder zu sehen war, darüber die Worte: »An die Söhne denkend«. Ein junges Mädchen, diesmal aus Daejon, welches sich das Handy mit der Mutter teilte, hatte den Bildschirm so eingerichtet, dass zu lesen war: »Bitte, Gott, lass mich die Beste in der Schule sein.« Diese ganz privaten Botschaften sind eine Offenbarung; Teenager benutzen das Handy, um ihre eigene Identität zum Ausdruck zu bringen, aber auch um ihr Verhältnis zu ihren Eltern zu bekräftigen.

Obwohl das vorherrschende Modell beim Handybesitz das individuelle Eigentum zu sein scheint, kam es in vielen von uns besuchten Haushalten auch vor, dass sich mehrere Personen ein Handy teilten – Eltern und Kinder oder Geschwister, Ehepartner, Mitglieder einer Großfamilie. Diese Art des Gemeinschaftsbesitzes verstößt klar gegen westliche Vorstellungen von Privatsphäre, aber sie passt zu den vorhandenen kulturellen Mustern des Teilens und zu den Vorstellungen von Solidarität jenseits der Individualität (vgl. Bell 2004b). In Malaysia, wo Handys in der Schule verboten sind, war es ziemlich normal, dass Teenager sich mit ihren Eltern oder nur einem Elternteil ein Handy teilten. Benazir, ein malaysischer Teenager, teilt sich ein Telefon mit ihrer Mutter – sie hat es am Wochenende und trägt es auch sonst nach der Schule stets bei sich, damit die Eltern jederzeit feststellen können, wo sie ist; den Rest der Zeit benutzt ihre Mutter das Handy, um ihr eigenes komplexes gesellschaftliches Leben zu arrangieren. Regelmäßig klingelt das Telefon für beide Benutzerinnen. Auch diese Art von Telefonbesitz steht im Einklang mit (und ist Ausdruck von) weitergehenden sozialen Beziehungen und kulturellen Praktiken.

In mehr als einem Haushalt wurden die Entscheidungen zum Kauf neuer Handys aus rein pragmatischen Erwägungen getroffen; etwa nach den Marken der im Haushalt bereits vorhandenen Geräte – strategische Kaufentscheidungen ermöglichen die gemeinsame Verwendung von Zubehör und Batterien. Bei der Weitergabe von selbst nicht

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

mehr benötigten Handys ergeben sich interessante Einblicke in soziale Praktiken: Ältere Telefone wurden von den Ehemännern an die Ehefrauen weitergereicht, von den Kindern an älter werdende Eltern oder von den Eltern an jüngere Kinder. Ältere Handys zirkulierten auch außerhalb des Haushalts. In Indonesien schickt, wer in der Hauptstadt Jakarta lebt, seine abgelegten Handys an Verwandte auf den entfernteren Inseln und in den kleineren Städten. In Indien, wo Secondhand-Handys einen beträchtlichen Teil des Marktes beherrschen, hatten die erhältlichen Geräte oft schon eine Vorgeschichte in Hongkong, Taiwan oder Singapur. Auch war es durchaus üblich, dass Leute ihre Handys weiterverkauften oder in Zahlung gaben. Dass ein Handy weggeworfen wurde, gab es so gut wie nie, obwohl etliche Handys von den Wechselfällen des Lebens so beschädigt waren, dass sie nicht mehr zu reparieren waren. Diese Kreisläufe und Sekundärkreisläufe der Technologie spiegeln nicht zuletzt ältere Sozial- und Verwandtschaftsbeziehungen sowie politische und geographische Zustände wider (vgl. Maurer 2000b).

Bei vielen älteren Menschen, die ich interviewte, verrieten die Telefone auch etwas über ihre relativen Fähigkeiten im Alter. In Korea beschrieben mir viele Männer und Frauen im Alter zwischen 60 und 85 Jahren ein reichhaltiges und kompliziertes Muster des Handygebrauchs für soziale Kontakte, um Verbindung zu Familienangehörigen und Freunden zu halten, aber auch für Geschäfts- und Universitätskontakte. Doch anders als ihre von mir befragten Altersgenossen in Australien, China und Indonesien führten die koreanischen Senioren mit ihren Handys nicht nur Telefongespräche oder nahmen sie entgegen, sondern sie kommunizierten auch per SMS.[13] Ermöglicht wurde dies dadurch, dass ein Hackerprogramm weithin erhältlich war, mit dessen Hilfe die Nutzer in der Lage waren, die Schriftgröße auf den Bildschirmen ihrer Handys zu vergrößern. Auf diese Weise konnten auch Menschen mit Bifokalbrillen und anderen Sehbehinderungen Texte auf dem Handy lesen. Anscheinend schließt eine unlesbar kleine Schrift, eigentlich ein unglaublich einfaches, kleines Detail, viele Nutzer von der kompletten Nutzung aller Funktionen ihrer Handys aus. In China ist die Kenntnis von *pinyin* (der in lateinische Buchstaben konvertierten Mandarin-Sprache, die als vorherrschender Eingabemodus für Handys dient) auf den Kreis jüngerer Chinesen beschränkt.

Telefongestaltungselemente und nachtägliche Handypersonalisierung sind nicht die einzigen Möglichkeiten, Handys persönlicher zu machen oder sie mit ganz bestimmten Arten von Identität und Identitätspolitik zu verbinden. Als ich 2003 mein eigenes Handy in Shanghai kaufte, sagte mir der Verkäufer, im Laden gebe es gerade keine Telefo-

13. Doch wurde in wenigstens einem Fall in Australien gesagt, man könne wegen Arthritis keine SMS-Botschaften mehr verschicken.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

ne. Ich fühlte mich an einen Monty-Python-Scherz erinnert, denn für mein naives Auge war der ganze Laden voller Telefone. Wie sich jedoch schnell herausstellte, bestand das Problem weniger in der Verfügbarkeit von Telefongeräten als in der Verfügbarkeit einer Telefonnummer, die ich anderen hätte angeben können und die diese auch tatsächlich benutzt hätten. In China und in der chinesischen Diaspora, wo Zahlen als Symbole mit verschiedenen Graden glücklicher oder unglücklicher Vorbedeutung gelesen werden, haben nämlich auch Telefonnummern eine neue Bedeutung angenommen – nicht nur sind einige Ziffern günstiger oder glücklicher als andere, es ist auch so, dass bestimmte Zahlenkombinationen in Mandarin oder im Kantonesischen wie Glücksformeln klingen. Das Wort für »8« ist besonders vielversprechend, weil es dem Wort ähnelt, das in Mandarin wie im Kantonesischen »reich werden« bedeutet; auch Zifferngruppen aus »3« gelten als Glücksbringer.[14] Das Wort für »4« klingt demgegenüber wie der krasse Gegensatz von Glück; es ähnelt dem Mandarin-Wort für »Tod«. Auch für Ziffernfolgen gibt es Alternativbedeutungen: »168« klingt in Mandarin wie »ein Weg zum Wohlstand«. So überrascht es nicht, dass die Handyverkäufer die bei ihnen erhältlichen Telefonnummern vor ihren Läden groß annoncieren und dass viele Handykäufer ihre Kaufentscheidung von der Telefonnummer mindestens ebenso abhängig machen wie von der Handymarke. In Beijing (Peking) zahlte im November 2004 ein Mann 215.000 US-Dollar für das Nonplusultra einer Handy-Glücksnummer: 133-3333-3333. In Singapurs großer Tageszeitung *Strait Times* war es 2002 üblich (und ich vermute, daran hat sich nichts geändert), mit Blick auf solche glücklichen Zahlenkombinationen zu inserieren. Ich habe eine ganzseitige Zeitungsanzeige vom August 2002 aufgehoben, die wie folgt lautet: »$88 – StarHub und SCV haben sich vereinigt – entdecken Sie vor Auslaufen dieses Angebots, warum das in allen Sprachen doppeltes Glück bedeutet.« Nicht nur spielt diese Anzeige auf eine Hochzeit an, sondern alle auf der Seite genannten Preise endeten überdies mit einer Acht.

Was also ist ein Handy?

Klar ist, dass Mobiltelefone technologische Geräte sind. Aber streiten kann man bereits darüber, ob es sich eher um eine Kommunikations- oder um eine Informationstechnologie handelt. Nur dass es sich um eine Technologie handelt, ist unumstritten (vgl. Abowd et al. 2005). Han-

14. In der Provinz Sichuan wurde 2003 die Festnetznummer 8888-8888 für fast 290.000 US-Dollar an eine lokale Fluggesellschaft versteigert. In Vietnam, wo die »9« als größte Glückszahl gilt, wurde 2004 die Handynummer 098-888-8888 für 1,91 Millionen vietnamesische Dollar versteigert.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

dys sind außerdem natürlich mobile Objekte, die verhältnismäßig leicht Grenzen innerhalb und außerhalb des Hauses überqueren. Sie können unbegrenzt zur Ware werden und sind offen für eine tiefgreifende Personalisierung, bleiben indes auch dann relativ einfach zu benutzen. Handys werden zunehmend auch zu allgegenwärtigen Formen der Computertechnik – und als solche zu Orten für interessante technische, gestalterische und soziale Experimente (vgl. Hooker/Raby 2000; Höök 2004). Als technische Plattformen unterliegen Handys auch Transformationen, Aufwertungen und Expansionen einzelner Merkmale; auf ähnliche Weise sind auch die Geschäftsmodelle für den Absatz von Handys und die Strategien für die Erzielung von Gewinn Wandlungen, Regulierungen und Deregulierungen unterworfen.

Jedoch sind Handys, sosehr sie technologische Geräte sind, auch Kristallisationspunkte sozialer und kultureller Praxis. Im Juni 2002 lag an den Zeitungskiosken in Malaysia die neueste Nummer von *Mobile Stuff* aus, einem Magazin, das sich an die wachsende Bevölkerungsgruppe der Mobilfunkteilnehmer in Malaysia richtet. Auf dem Cover halten zwei junge Malaien, deren Kleidung eher an Los Angeles als an die Vorstädte von Kuala Lumpur denken lässt, ihre Handys in die Kamera, während in Riesenbuchstaben darüber steht: »Echte Männer schicken SMS.« Sechs Monate später prangte von den Plakatwänden in Shanghai das Bild der formvollendeten Waden und Fußgelenke einer Frau, umgeben von schwarzen Kunstlederriemchen; unter einem dieser Riemchen war ihr Handy zu sehen. Über den reinen Gebrauchswert als Technologie zum Informationsaustausch hinaus haben sich Handys allem Anschein nach in die kulturellen Texturen von Gesellschaften auf der ganzen Welt eingebettet. Selbst für kleine Kinder ist es ein hoher Wert, ein Handy zu besitzen, darum erblüht eine ganze Spielzeugindustrie für Repliken der neuesten Handytypen für die Kleinen. Ein Vater in Singapur beschwerte sich bei mir darüber, dass sein kleiner Sohn ein aktuelleres Handy besitze als er selbst. Auf jeden Fall sind Handys samt allem Zubehör für die asiatischen »Neureichen« zentrale symbolische Besitztümer und Objektfetische geworden – und als solche können sie als Statusanzeiger für Modernität, Erfolg, Reichtum, Sozialstatus, Klassenzugehörigkeit und kindliche Pietät gelesen werden.

Natürlich hat sich nicht jeder Stadtbewohner Asiens die Handytechnologie zu Eigen gemacht. Verschiedene indonesische Familien sagten, dass sie für die »Kultur des *ha-pe*« noch nicht reif seien. Andere sprachen von ihren Handys als Gefängnissen oder von ständigen Unterbrechungen durch Anrufe. In Korea bezeichnete sich ein Ehepaar Anfang dreißig als »Maschinenidioten«, als sie zu erklären versuchten, warum sie sich der Handytechnologie bislang verschlossen hätten. Ein indischer Kleinunternehmer sagte mir: »Mein Mobiltelefon macht mich mobil, aber weniger effizient. Als wir nur ein einziges Tele-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

fon hatten, keines in der Fabrik und keines im Büro, hatte ich das Gefühl, effizienter zu sein. Ich muss alles gut im Voraus planen. Jetzt bin ich weniger effizient. Wenn ich etwas vergesse, brauche ich nur anzurufen. Ich bin der Schlimmste. Ich gebe mehr Geld aus, bin ständig erreichbar, kriege nichts fertig.« In Australien schien es interessante geschlechtsspezifische Widerstände gegen die Handytechnologie zu geben. Junge Mütter »vergaßen« absichtlich, ihr Handy zum Einkaufen mitzunehmen, während ihre Partner daheim Kinderdienst hatten. Auch die zur Beschreibung dieses Widerwillens verwendete Sprache war interessant: Eine verheiratete rund dreißigjährige Frau bezeichnete sich als Rebellin, weil sie sich standhaft weigerte, ein Handy anzuschaffen. Eine andere Frau, Anfang sechzig, erklärte, Handys seien doch keine »Nabelschnüre«, sie käme ganz gut ohne Handy zurecht.

Schon die Quintessenz solcher Widerstände unterstreicht die Auffassung, dass Handys mindestens so sehr kulturelle Objekte wie technologische Geräte sind (vgl. Özcan/Koçak 2003). Ein indonesischer Kommentator fasste diesen Sachverhalt auf den Op-Ed-[nichtredaktionellen Kommentar-]Seiten der *Jakarta Post* in folgende Worte: »[Handys] sind nicht nur Objekte und Technologie, sondern auch ein Ideensystem, in welches bestimmte Vorstellungen von Familie, Intimität, Notfällen und Arbeit eingehen« (vgl. Yanuar 2002). Wenigstens in den städtischen Regionen Asiens tragen Handys nicht in erster Linie zur Erleichterung einer idealisierten universalen Kommunikation bei, sondern zur neuerlichen Verstärkung lokaler Eigenheiten und kultureller Unterschiede als Dimensionen einer größeren politischen Ökonomie der Werte. Im vorliegenden Beitrag habe ich verschiedene Kreisläufe einer Informations- und Kommunikationstechnologie über multiple asiatische Stadtregionen hinweg verfolgt, auch unter dem Gesichtspunkt, wie sie den Globalisierungsdiskurs durchkreuzen. So werden in diesem Kapitel sehr unterschiedliche Standpunkte zur Naturalisierung von Technologien zusammengetragen; daraus ergeben sich, bei Zugrundelegung ethnographischer Methodologien und theoretischer Ausgangspunkte, neue Fragestellungen und Herausforderungen für die Forschung.

Literatur

Abowd, Gregory D. et al. (2005), »The Smart Phone«, in: *IEEE Pervasive Computing* 8 (2).

Agar, Jon (2003), *Constant Touch: A Global History of the Mobile Phone*, Cambridge: Icon.

The Age (2005), »China Launches Astrology Crackdown«, *The Age*, 31. Januar, http://www.theage.com.au/articles/2005/01/31/1107020303300.html (14. Juli 2005).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Appadurai, Arjun (Hg.) (1988), *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge: Cambridge University Press.

Appadurai, Arjun (2001), *Globalization*, Durham, NC: Duke University Press.

Bell, Genevieve (2004a), »Fieldnotes: Auspicious Computing?«, in: *IEEE Internet Computing* 8 (2).

Bell, Genevieve (2004b), »Fieldnotes: Intimate Computing?«, in: *IEEE Internet Computing* 8 (6).

Berry, Chris/Martin, Fran/Yue, Audrey (2003), *Mobile Cultures: New Media in Queer Asia*, Durham, NC: Duke University Press.

Brown, Barry/Green, Nicola/Harper, Richard (Hg.) (2001), *Wireless World: Social and Interactional Aspects of the Mobile Age*, London: Springer.

Crabtree, James/Nathan, Max/Roberts, Simon (2003), *MobileUK: Mobile Phones and Everyday Life*, London: ISociety.

Ellwood-Clayton, Bella (2003), »Virtual Strangers: Young Love and Texting in the Filipino Archipelago of Cyberspace«, in: Kristóf Nyíri (Hg.), *Mobile Democracy: Essays on Society, Self and Politics*, Wien: Passagen Verlag, S. 225-239.

Ellwood-Clayton, Bella (2005), »Desire and Loathing in the Cyber Philippines«, in: Richard Harper/Leysia Palen/Alex S. Taylor (Hg.), *The Inside Text: Social, Cultural and Design Perspectives on SMS*, Dordrecht/Boston/London: Kluwer.

Fischer, Claude S. (1992), *America Calling: A Social History of the Telephone to 1940,* Berkeley, CA: University of California Press.

Harper, Richard/Palen, Leysia/Taylor, Alex S. (Hg.) (2005), *The Inside Text: Social, Cultural and Design Perspectives on SMS*, Dordrecht/Boston/London: Kluwer.

Hjorth, Larissa (2003a), »›Pop‹ and ›Ma‹: The Landscape of Japanese Commodity Characters and Subjectivity«, in: Chris Berry/Fran Martin/Audrey Yue (Hg.), *Mobile Cultures*, Durham, NC: Duke University Press.

Hjorth, Larissa (2003b), »Kawaii@keitai«, in: Mark McLelland/Nanette Gottlieb (Hg.), *Japanese Cybercultures*, London: Routledge.

Hooker, Ben/Raby, Fiona (2000), *Project #26765 FLIRT: Flexible Information and Recreation for Mobile Users*, London: Art Books International.

Höök, Kristina (Hg.) (2004), *Mobile Life: The Mobile Services Project*, Kista: Swedish Institute of Computer Science, http://www.sics.se/humle/projects/moblife/mobilelife.pdf (14. Juli 2005).

Ito, Mizuko (2004), »A New Set of Social Rules for a Newly Wireless Society«, in: *Japan Media Review*, März.

Katz, James E./Aakhus, Mark (2002), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge: Cambridge University Press.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Kim, Shin Dong (2002), »Korea: Personal Meanings«, in: James E. Katz/Mark Aakhus (Hg.), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge: Cambridge University Press, S. 63-79.

La Trobe University (2004), »Mobiles: Massive Money Monsters«, in: *Research Bulletin*, März, http://www.latrobe.edu.au/bulletin/assets/downloads/2004/bulletin_mar04.pdf (14. Juli 2005).

Levinson, Paul (2004), *Cellphone: The Story of the World's Most Mobile Medium and How It Has Transformed Everything!* New York: Palgrave McMillan.

Lim, Louisa (2004), »China to Censor Text Messages«, *BBC Online News*, 2. Juli, http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/3859403.stm (14. Juli 2005).

Ling, Richard S. (2004), *The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society*, San Francisco: Morgan Kaufmann.

Marcus, George E. (1995), »Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography«, in: *Annual Review of Anthropology* 24, S. 95-117.

Marcus, George E. (1998), *Ethnography Through Thick and Thin*, Princeton, NJ: Princeton University Press.

Maurer, Bill (2000a), *Recharting the Caribbean: Land, Law and Citizenship in the British Virgin Islands*, Ann Arbor: University of Michigan Press.

Maurer, Bill (2000b), »A Fish Story: Rethinking Globalization on Virgin Gorda, British Virgin Islands«, in: *American Ethnologist* 27 (3), S. 670-701.

Maurer, Bill (2005), *Mutual Life, Limited: Islamic Banking, Alternate Currencies, Lateral Reason*, Princeton, NJ: Princeton University Press.

Miller, Daniel (1998), *Material Cultures: Why Some Things Matter*, Chicago: University of Chicago Press.

Özcan, Yusuf Ziya/Koçak, Abdullah (2003), »Research Note: A Need or a Status Symbol: Use of Cellular Telephones in Turkey«, in: *European Journal of Communications* 18 (2), S. 241-254.

Prøitz, Lin (2005), »Intimacy Fiction: Intimate Discourses in Mobile Telephony Communication Amongst Young Norwegian People«, in: Kristóf Nyíri (Hg.), *A Sense of Place: The Global and the Local in Mobile Communication*, Wien: Passagen Verlag.

Robison, Richard/Goodman, David (Hg.) (1996), *The New Rich in Asia: Mobile Phones, McDonald's and Middle-Class Revolution*, London: Routledge.

Shahin, Sultan (2002), »India's Love Affair with High-Tech Flirting«, *Asia Times Online*, 8. November, http://www.atimes.com/atimes/south_asia/DK08Df02.html (14. Juli 2005).

Taylor, Alex S./Harper, Richard (2002), »Age-Old Practices in the ›New World‹: A Study of Gift-Giving between Teenage Mobile Phone

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Users«, in: *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems: Changing Our World, Changing Ourselves*, Minneapolis, S. 439-446.

Vasudev, Shefalee (2002), »Love in the Time of SMS«, in: *India Today*, 14. Oktober.

Yanuar, Nugroho (2002), »Addiction to Mobile Phones amid Neo-Liberalism«, in: *The Jakarta Post*, 12. August.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Kommunikationsprobleme

Leslie Haddon

Kommunikationsprobleme als Konfliktmanagement

Das Verständnis dafür, wie Menschen die Telekommunikation nutzen, wie sie Innovationen aufnehmen und welche sozialen Folgen das hat, lässt sich bisweilen gerade dadurch verbessern, dass man sich den Kommunikations*problemen* der Menschen widmet. Solche Probleme können manchmal auf individueller Ebene zum Tragen kommen, etwa bei der Überschüttung Einzelner mit Werbemüll (Spam) aus dem Internet. Der Hauptakzent dieses Kapitels liegt jedoch auf Konfliktsituationen mit anderen Personen, insbesondere mit anderen Mitgliedern desselben Haushalts – hauptsächlich weil viele der dargestellten Beispiele aus dem häuslichen Bezugsrahmen der technologischen Analyse entstammen. Die zugrunde liegenden empirischen Studien konzentrierten sich auf den Haushalt als Analyseeinheit (*domestication analysis*). Dieser Ansatz lässt sich allerdings dergestalt erweitern, dass auch die Interaktionen mit anderen Mitgliedern des sozialen Netzwerkes einbezogen werden (vgl. Haddon 2003a; Haddon 2004).

Als zweites gilt es festzuhalten, dass, wenn hier von »Problemen« die Rede ist, in Verkürzungen gesprochen wird. Manchmal sehen Leute etwas nur als ärgerlich und lästig an, selbst wenn sie anschließend Strategien entwickeln, um damit fertig zu werden. Das eben erwähnte Beispiel, die Aufgabe, gelegentlich etwas Spam zu löschen, fällt in diese Kategorie. Das andere Extrem wären echte Spannungen im zwischenmenschlichen Bereich wegen vermeintlich ernsthafter Probleme – etwa zu hoher Telefonrechnungen. Manchmal indes sind bestimmte Kommunikationsaspekte auch nur Konfliktpotenzial, für das eine praktikable Lösung zu finden ist, und nicht unbedingt gleich eine Quelle zwischenmenschlicher Konfrontation – wenn es zum Beispiel darum geht, beim Telefonieren nicht von anderen Haushaltsmitgliedern überwacht zu werden und für die eigenen Kontakte gewissermaßen eine Privatsphäre zugebilligt zu bekommen. Wenn wir von Kommunikationsproblemen sprechen, wäre demnach manchmal »zu lösende Konflikte« eine genauere Beschreibung. Man stellt sich den Telefonnutzer dann eher als Kommunikationsmanager vor.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Im Folgenden dient als Hintergrund zu unserer Fragestellung zunächst ein Überblick über Forschungen aus den 1990er Jahren, die sich mit Fragen der Festnetztelefonie beschäftigten. Daraus ergibt sich dann die Frage, wie sich die Dinge inzwischen, rund ein Jahrzehnt später, verändert haben, da uns heute viel mehr Kommunikationsoptionen offen stehen und unser Kommunikationsrepertoire komplexer geworden ist (vgl. Haddon 2003b). Anschließend werden drei verschiedene Möglichkeiten aufgezeigt, wie Kommunikationsprobleme durch diese neuen Optionen beeinflusst werden. Schließlich kehren wir zur eingangs gestellten Frage zurück, warum die Erörterung von Kommunikationsproblemen für ein besseres Verständnis des Kommunikationsverhaltens, der Art und Weise, wie neue Optionen angenommen werden, und der sozialen Folgen relevant ist.

Der Bezugsrahmen: Forschungen zur Festnetztelefonie in den frühen 1990er Jahren

Britische qualitative Forschungen aus den frühen 1990er Jahren, die sich der häuslichen Verankerung von Informations- und Kommunikationstechnologien unter allgemeinen Gesichtspunkten widmeten, untersuchten auch, wie die Benutzer ihre Beziehung zum Festnetztelefon organisierten (vgl. Haddon/Silverstone 1993 und 1995). Anders gesagt, statt sich nur auf Anzahl und Art der getätigten Anrufe zu konzentrieren, untersuchten diese Studien auch jene Typen von Kommunikationen und Situationen, die als »Problem« empfunden wurden, und verzeichneten die Arten von Strategien, welche von den Nutzern für derartige Situationen entwickelt wurden. Dazu gehörten manchmal auch Bemühungen, Anrufe von und nach draußen zu kontrollieren (vgl. Haddon 1994).

Einer der Hauptgründe für den Wunsch, Anrufe nach draußen zu kontrollieren, waren erwartungsgemäß die Telefonkosten. Es gab jedoch noch weitere Probleme, etwa wenn einzelne Mitglieder des Haushalts die Telefonleitung blockierten, während andere selbst Anrufe erwarteten oder tätigen wollten. Einige Jahre darauf waren ähnliche Konfliktsituationen möglich, wenn über die einzige Telefonleitung des Hauhalts jemand lange im Internet surfte und die Leitung auf diese Weise blockierte. Das Hauptproblem bei eingehenden Anrufen war, dass sie manchmal das Familienleben störten, etwa bei gemeinsamen Mahlzeiten, bei der Entspannung nach der Arbeit, oder bei anderen Verrichtungen: Kinder zur Schule bringen, Essen kochen etc. Schließlich gab es auch noch Probleme mit dem Wunsch nach einer Privatsphäre am Telefon; andere Familienmitglieder sollten Gespräche nicht mithören können. Besonders wichtig war dieser Punkt für Teenager.

Diese Probleme, Spannungen und Konflikte führten zu diversen

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Interaktionen mit anderen Haushaltsmitgliedern, etwa zum Aushandeln von Regeln und Verständigungen über die Telefonbenutzung, wobei vielleicht versucht wurde, die anderen zu überreden, sparsamer mit dem Telefonbudget umzugehen. Es konnte auch zu Diskussionen mit der erweiterten Familie, mit Freunden und Kollegen kommen, bei denen versucht wurde, Vereinbarungen über geeignete und ungeeignete Anrufzeiten zu treffen. Die genannten Probleme und Konflikte konnten aber auch zu anderen Strategien führen. Bei Anrufen nach draußen konnten Kinder zum Beispiel verpflichtet werden, einen Teil ihrer Anrufe selbst zu bezahlen. Bei der Entgegennahme von Anrufen konnten zu bestimmten Zeiten Maßnahmen zur Blockade der Leitung ergriffen werden (zum Beispiel Herausziehen des Telefonsteckers, Ausschalten des Klingeltons); oder man ging einfach nicht ans Telefon bzw. schickte andere an den Apparat (oft mit der Ausrede, der oder die Betreffende sei nicht da). Wenn es um die Wahrung der Privatsphäre ging, konnte man in einen anderen Raum wechseln oder seine Anrufe tätigen, wenn andere Familienmitglieder nicht daheim waren, oder aber im Extremfall manche Anrufe von außerhalb der Wohnung tätigen, etwa aus öffentlichen Telefonzellen. Dieser Grund für die Benutzung öffentlicher Telefonzellen tauchte auch in französischen Untersuchungen zu diesem Problemkomplex auf (vgl. Carmagnat 1995).

Eine anschließende quantitative Studie in fünf europäischen Ländern[1] zielte darauf ab, die Dimension solcher Probleme zu erkunden sowie zu klären, in welchem Maße verschiedene Arten von Strategien angewandt wurden (vgl. Haddon 1998a). Um einen Eindruck von den Ergebnissen zu vermitteln, gebe ich im Folgenden eine Zusammenfassung der kombinierten Daten aus den fünf Ländern. In Mehrpersonenhaushalten hatten 24 Prozent der Befragten Beschwerden über die Höhe der von ihnen verursachten Telefonkosten erhalten, bei den 14- bis 17-Jährigen lag dieser Prozentsatz aber aus vielleicht verständlichen Gründen mehr als doppelt so hoch.[2] Was die Strategien zur Kostenkontrolle bei selbst getätigten Anrufen betrifft, so nutzten 64 Prozent billigere Tarife; 64 Prozent beschränkten ihre eigenen Telefonate und 42 Prozent versuchten, die Anrufe anderer Haushaltsmitglieder zu begrenzen. Das Spektrum der Strategien verrät, in welchem Ausmaß Telefonkosten in den Haushalten ein Konfliktthema sind, das die Verwendung von Telekommunikationsmedien mitbestimmt. Überdies lassen insbesondere die Versuche, andere zu Einschränkungen zu bewe-

1. Diese Länder waren Frankreich, Deutschland, Italien, Spanien und Großbritannien (vgl. Haddon 1998b). Das veröffentlichte Kapitel ist auf Italienisch geschrieben (Haddon 1998a), aber eine englische Version findet sich im Internet unter http://members.aol.com/leshaddon/Date.html.

2. In Großbritannien waren es in dieser Altersgruppe sogar 65 Prozent der Befragten.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

gen, und das prozentuale Ausmaß der Beschwerden erahnen, welche Interaktionen in den Haushalten ablaufen und welches Spannungspotenzial dort herrscht.

Bezüglich der eingehenden Anrufe fand eine beträchtliche Minderheit der Befragten (37 Prozent) solche Anrufe zumindest bisweilen als störend. Ein Blick auf die verschiedenen angewandten Kontrollstrategien zeigt, dass 22 Prozent der Telefonbesitzer wenigstens zeitweise Anrufe blockiert hatten, 22 Prozent nicht ans Telefon gegangen waren, auch wenn es klingelte, und dass 29 Prozent jemand anders ans Telefon geschickt hatten, während 32 Prozent andere gebeten hatten, zu anderen Zeiten wieder anzurufen. Während all diese Strategien meistens nur sporadisch, jedenfalls nicht oft angewandt wurden, sind störende Anrufe für viele Menschen eindeutig ein Problemthema, um dessen Lösung sie sich bemühen.

Was schließlich die Frage der Privatsphäre beim Telefonieren betrifft, so hatten 39 Prozent die Strategie gewählt, zum Telefonieren in einen anderen Raum zu gehen; 30 Prozent hatten telefoniert, wenn niemand anders zu Hause war, und 18 Prozent waren zum Telefonieren aus dem Haus gegangen. Bei den jüngeren Altersgruppen lagen die Prozentzahlen jeweils höher. Auch die Privatsphäre ist also eindeutig ein Konfliktbereich, und eine beträchtliche Anzahl von Leuten bemüht sich um Lösungsmöglichkeiten.

All dies war in den 1990er Jahren. Die zeitgemäßere Frage lautet: Was geschieht, wenn wir heute viel mehr Kommunikationsoptionen haben, wobei Handys und das Internet nur die offensichtlichsten großen Alternativen sind? Dabei ist noch zu bedenken, dass auch in Bezug auf diese Technologien fortlaufend Innovationen und Entwicklungen zu verzeichnen sind, etwa das Aufkommen der Textbotschaften (SMS), nachdem das Handy bereits dabei war, sich einen Massenmarkt zu erobern. Zu nennen sind aber auch Änderungen in den Tarifstrukturen für Mobil- wie auch für Festnetztelefone. Eine Reihe von Fragen hinsichtlich des expandierenden Kommunikationsrepertoires betrifft das Verhältnis zwischen alten und neuen Elementen. An anderer Stelle wurde zum Beispiel der Versuch unternommen, die Umstände zu erforschen, unter denen neue Kommunikationsmittel ältere ersetzen oder ergänzen. Dazu gehörten Fragen nach der Kontinuität zwischen Alt und Neu, denn wir wissen generell, dass vieles von dem, was die Menschen mit neuen Kommunikationstechnologien tun, auf vergangenen Gewohnheiten aufbaut (vgl. Jouet 2000). Man kann auch fragen, wie wir uns an die neuen Optionen gewöhnen und wie wir ganz allgemein mit einem komplexeren Repertoire zurechtkommen. Wie wählen wir beispielsweise die passenden Medien aus, wenn wir kommunizieren wollen? (Vgl. Haddon 2003b; Haddon/Vincent 2005)

Im vorliegenden Beitrag geht es jedoch um die Frage: In welchem Verhältnis stehen die neuen Kommunikationsoptionen zu den altbe-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

kannten Kommunikationsproblemen? Welchen Beitrag leisten sie zur Lösung der Konflikte? Drei Möglichkeiten sollen hier erörtert werden:

1. Neue Optionen gelten als Lösungen für alte Probleme.
2. Neue Optionen verschieben die Gewichte im zu lösenden Konflikt und verändern die Verhandlungen zwischen den Haushaltsmitgliedern.
3. Neue Kommunikationsoptionen können selbst zu neuen Problemen und Konflikten führen, die geregelt werden müssen.

Die Lösung alter Probleme

Nehmen wir das Beispiel der (für einige Leute zu bestimmten Zeiten) störenden Anrufe, für die schon in den 1990er Jahren eine Reihe von Lösungsstrategien entwickelt worden war. Selbst in diesem Stadium stand mit der Innovation des Anrufbeantworters noch eine weitere Lösungsmöglichkeit für das Problem zur Verfügung. Zwar waren Anrufbeantworter eigentlich dafür gedacht, bei Abwesenheit des Adressaten Anrufversuche zu registrieren, aber sie wurden schnell auch umfassend als Anruffilter eingesetzt. Wiederum mit Bezug auf die genannte europäische Studie, bei der die Daten aus fünf europäischen Ländern kombiniert wurden, benutzten 18 Prozent der Befragten ihren Anrufbeantworter häufig, um Anrufe zu filtern, 32 Prozent gelegentlich. In einem späteren Stadium bot die Anrufer-Identifizierung auf dem Telefondisplay eine ähnliche Filterfunktion. Daraus ist zu entnehmen, dass wir uns nicht nur auf völlig neue Kommunikationskanäle konzentrieren dürfen, wenn wir das Repertoire der Optionen betrachten, sondern auch das verwandte Repertoire der Innovationen bei Geräten oder Dienstleistungen berücksichtigen müssen.

Es wurde bereits festgestellt, dass die Privatsphäre beim Telefonieren in den 1990er Jahren manchmal, und für manche Menschen mehr als für andere, wichtig genug war, um ein Spektrum von Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln. Schon bei europäischen Untersuchungen Mitte der 1990er Jahre, als Handys noch längst nicht so verbreitet waren wie heute, gaben 14 Prozent der Befragten an, dass ein Mobiltelefon aus ebendiesem Grund (Privatsphäre) benutzt wurde (vgl. Haddon 1998a und 1998b). Spätere Forschungen, speziell zu Jugendlichen, zeigten in der Tat, wie das Handy es jungen Leuten ermöglichte, der elterlichen Überwachung ihrer Anrufe zu entgehen (vgl. Ling/Helmersen 2000; Ling 2004).

Dasselbe ließe sich hinsichtlich anderer »Probleme« sagen, die in den 1990er Jahren festgestellt wurden. Zum Beispiel boten Handy und Festnetztelefon sowie später Breitbandleitungen Zugang zu mehr als einer Telefonleitung; damit wurde das Problem gelöst, dass ein Haus-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

haltsmitglied den einzigen Telefonanschluss des Hauses lange blockierte. In manchen Haushalten sorgte die Tatsache, dass Eltern ihre Kinder verpflichteten, mittels vorausbezahlter Handykarte selbst für ihre Gesprächskosten aufzukommen, für die Möglichkeit, Streitigkeiten über Telefonkosten zu vermeiden (vgl. Ling/ Helmersen 2000).

Die eben genannten Beispiele zeigen zwar, dass neue Elemente im Repertoire der Kommunikationsmöglichkeiten Lösungen für ältere Konfliktbereiche bringen können, doch ist auch diese Aussage unweigerlich eine Vereinfachung. Kehren wir darum nochmals zum Beispiel des Anrufbeantworters zurück. Anrufbeantworter können nämlich selbst ein neues Problem – oder wenigstens Ärgernis – sein, weil manche Anrufer diese Geräte überhaupt nicht leiden können.[3] Manchmal nährte das Wissen, dass ein Anrufbeantworter auch als Filter benutzt werden kann, den Verdacht, dass sich die Angerufenen hinter ihren Anrufbeantwortern versteckten. Dann wurde bisweilen versucht, die Betreffenden durch direkte Ansprache zum Abheben zu veranlassen. Andere Anrufer dagegen lernten, mit Anrufbeantwortern am anderen Ende der Leitung zu rechnen, und störten sich nicht weiter an der asynchronen Kommunikation. Manchmal zogen sie diese Situation sogar vor und sprachen bewusst auf den Anrufbeantworter, wenn sie wussten, dass der oder die Betreffende am anderen Ende der Leitung nicht erreichbar war. Dann war man allerdings bisweilen überrascht und unvorbereitet, wenn der Gesprächspartner den Anruf doch persönlich entgegennahm. Allgemeiner gesagt, eine neue Option kann ein altes Problem auf einer Ebene lösen, dafür aber auf anderer Ebene zu neuen Interaktionen, Problemen oder Strategien führen.

Problemverlagerungen

Neue Optionen lösen nicht nur alte Probleme, sondern sie verändern auch das zu lösende Problem. So hatten wir etwa in den 1990er Jahren gewisse Sorgen oder wenigstens Befürchtungen hinsichtlich der Höhe tatsächlicher oder potenzieller Telefonrechnungen verzeichnet – mit Beispielen von Eltern, denen besonders daran gelegen war, ihren Kindern die Benutzung des Telefons zu rationieren. Eine neuere, im kleinen Maßstab durchgeführte britische Studie (vgl. Haddon/Vincent 2005) ließ nun erkennen, dass die zugrunde liegende Sorge wegen der

3. In der europäischen Erhebung des Jahres 1996 waren 55 Prozent der Befragten verärgert, wenn sie mit einem Anrufbeantworter verbunden wurden. Damals sagten 36 Prozent, sie würden dann sofort wieder auflegen; 12 Prozent hörten sich erst die Ansage an und legten dann auf, 44 Prozent hinterließen eine Nachricht, und 7 Prozent gaben an, dass ihre Reaktion von den jeweiligen Umständen abhänge (vgl. Haddon 1998b).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Telefonkosten weiterhin vorhanden war. Inzwischen haben sich in Großbritannien die Tarifoptionen aber grundlegend geändert; angeboten werden jetzt zahlreiche Tarifpakete für Handys und sogar für Festnetztelefonate, vor allem Flatrate-Angebote für bestimmte Tageszeiten oder für den ganzen Tag. Darum haben jetzt einige Haushalte aus unserer Untersuchung für ihr Festnetztelefon Flatrate-Tarife abgeschlossen. Damit war die Frage der Gesprächsrationierung für die Kinder nicht länger relevant. Trotzdem gab es noch immer Versuche, die Kinder zu überreden, beispielsweise eher Festnetztelefonate zu führen, statt zu anderen Kanälen wie dem Handy Zuflucht zu nehmen, weil für solche Anrufe zusätzliche Gesprächskosten entstanden. Oder wenn der Pauschaltarif vorsah, dass Handy- oder Festnetzgespräche nur zu einer bestimmten Tageszeit ohne Mehrkosten zu führen waren, waren Kinder (und Erwachsene) manchmal dazu zu bewegen, nur zu den billigen Zeiten zu telefonieren, wenn solche Gespräche effektiv »umsonst« waren.

Überdies ergaben sich Diskussionen über Kostensenkung nicht nur, wenn bestimmte Gespräche geführt wurden oder – noch häufiger – wenn die Telefonrechnung eingegangen war, sondern auch wenn es um die Frage ging, welche Telefonanbieter und Tarife überhaupt gewählt werden sollten oder zu welchem Anbieter bzw. Tarif gewechselt werden sollte. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Problem der Telekommunikationskosten weiterhin virulent sein kann, dass sich Details der Lösungsstrategien und das Wesen der Suche nach Lösungen unter veränderten Umständen allerdings ändern können.

Neue Probleme, neue Strategien

Neue Kommunikationsoptionen können auch neue Probleme und neuen Handlungsbedarf schaffen. Eine britische Studie, bei der ein Tag im Leben von Familien samt deren Kommunikationsvorlieben untersucht wurde, zeigte eingangs einige der neuen Frustrationen oder Irritationen auf, die sich durch das vergrößerte Arsenal der Telekommunikationsoptionen ergaben. So kam es zum Beispiel immer häufiger vor, dass Anrufer zunächst einen Kanal versuchten, etwa die Festnetzverbindung, und wenn dort niemand zu erreichen oder die Leitung besetzt war, noch einen weiteren Kanal. Manchmal war jedoch zu viel Hektik im Spiel. Oder der Angerufene wollte, weil er gerade auf der anderen Leitung telefonierte, nicht noch über einen weiteren Kanal angerufen werden – wie eine der Befragten im folgenden Zitat feststellte:

»Wenn ich etwas überhaupt nicht mag, dann ist es, wenn mein Mann mich zu Hause anzurufen versucht und die Leitung belegt ist. Dann weiß er doch, dass ich gerade telefoniere! Und trotzdem ruft er noch auf dem Handy an. Wenn ich schließlich am Handy bin,

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

ist er schon nicht mehr dran. Das macht er öfter so. Und das ärgert mich wirklich« (Haddon/Vincent 2005).

Ein angemessenes Verhalten für solche Fälle hatte sich noch nicht herauskristallisiert. Bisweilen konnte auch die enorme Zunahme des Kommunikationsvolumens im Gefolge der Tatsache, dass nun mehrere Kommunikationskanäle zur Verfügung standen, zur Belästigung werden:

»Manchmal wird die Privatsphäre wirklich beeinträchtigt. Dann wird man einfach nicht in Ruhe gelassen, wenn man das Ding nicht abschaltet. [...] Zum Beispiel (ruft) mein Mann (an und fragt): ›Wo bist du, und was machst du gerade?‹ (und ich denke:) ›Ach, lass mich doch in Ruhe und mach mich nicht verrückt‹« (Haddon/Vincent 2005).

Wenn wir uns jetzt speziell dem Mobiltelefon zuwenden, so haben verschiedene Studien untersucht, wie das Handy an verschiedenen öffentlichen Orten als störend empfunden werden kann.[4] Daraus haben sich Beobachtungen ergeben, wie die Telefonnutzer die Beziehungen zu den anderen regeln, die ebenfalls anwesend sind, wenn ein Handyanruf kommt – sei es, dass sie mit dem Angerufenen zusammengehören, sei es, dass sie nur zufällig in der Nähe sind – und zugleich die Beziehung zum Handy-Gesprächspartner managen (vgl. etwa Ling 1997; Ling 2004; Fortunati 2003). Wann gehen die Betreffenden zum Beispiel zur Seite, um den Handyanruf entgegenzunehmen; wann zeigen sie den anderen an, dass dieser Anruf nicht lange dauern wird? Sie müssen jetzt daran denken, wie sie unter den gegebenen Umständen die Beziehung zum Telefongesprächspartner managen; wie sie vielleicht kurz die Situation erläutern und die für einen Anruf zur Verfügung stehende Zeit skizzieren. Inzwischen ist das Thema, wie man seine Erreichbarkeit am Handy kontrollieren und managen kann, eines, über das man sich wirklich Gedanken machen muss. Man muss Strategien entwickeln, wann man das Handy einschaltet und wie man dann mit bestimmten Gesprächen umgeht: ob man sie sofort annimmt oder lieber auf Voicemail weiterleitet (vgl. Licoppe/Heurtin 2001 und 2002).

Auch das Thema Versand von Textbotschaften per Handy (SMS) ist

4. Bei einer Befragung im Jahre 1996 reagierten 47 Prozent der Befragten negativ, wenn sie erlebten, dass andere ihr Handy an öffentlichen Orten benutzten (vgl. Haddon 1998b). Nun wäre eigentlich zu erwarten gewesen, dass sich im Zeichen einer immer größeren Verbreitung von Handys diese Aversionen vermindert hätten, doch die Benutzung in der Öffentlichkeit, manchmal auch als Missbrauch wahrgenommen, konnte immer noch ein überraschend hohes Maß an negativen Reaktionen hervorrufen. Bei Untersuchungen für Eurescom im Jahre 2000 (vgl. Mante-Meijer et al. 2001), stimmten fast zwei Drittel der Befragten der Aussage zu, dass Mobiltelefone für andere störend seien (vgl. Ling 2004).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

nicht unbedingt konfliktfrei. Manchmal ergeben sich Probleme im Umgang mit Peer groups in sozialen Netzwerken. Ein potenzielles Konfliktthema ist etwa, wann SMS überhaupt angebracht ist anstelle einer anderen Kommunikationsform oder eines persönlichen Gesprächs unter vier Augen (wenn man zum Beispiel die Beziehung zum Freund oder zur Freundin beenden will). Auch die Erwartung, wie schnell man auf das Geschenk einer Textbotschaft zu reagieren habe, kann zum Problem werden (vgl. Taylor/Harper 2003). Das gilt allerdings in gleicher Weise auch für die Erwartungen bei telefonischen Botschaften auf Anrufbeantwortern oder bei E-Mail. Was schließlich die innerfamiliären Beziehungen angeht, so zeigt ein Beispiel aus der britischen Studie, dass ein Teenager daheim beträchtliche Ängste und unmittelbare telefonische Rückrufe der Eltern auslöste, als er in einer SMS-Botschaft aus dem Urlaub angedeutet hatte, dass es ein kleines Problem gebe. Dieser Fall wirft auch ein Schlaglicht auf die Frage, wann und bei welchen Themen es angemessen ist, eine SMS-Botschaft zu schicken; die potenziellen Folgen einer Kurzbotschaft sind stets mit zu bedenken.

Ähnliche Fragen ergaben sich auch bei der Angemessenheit einiger E-Mails – weniger bei Spam, sondern eher bei Mails von und an bekannte soziale Netzwerke. Dies hat zu Äußerungen darüber geführt, wie relativ unreif das Medium immer noch sei, wenn es zu »unnötigen« E-Mails führe (die als Belästigung schon fast wie Spam seien) oder zu E-Mails, die an die falschen Empfänger geraten oder Missverständnisse verursachen. Auch hier gilt, dass die Menschen begonnen haben, Lösungsstrategien für all diese potenziellen oder tatsächlichen Probleme zu entwickeln, auch wenn manche Mitmenschen von einigen dieser Probleme frustriert bleiben.[5]

Zusammenfassung

Zu Beginn des vorliegenden Beitrags wurde festgestellt, dass das bessere Verstehen von Kommunikationsproblemen zur Erhellung des Kommunikationsverhaltens beitragen kann. Die angeführten Beispiele illustrieren jene Faktoren, die bei Anrufen eine Rolle spielen, die man zu tätigen bereit ist (obwohl manchmal zwischenmenschlicher Druck ausgeübt wird, Anrufe und Kosten zu begrenzen), und die man entgegenzunehmen bereit ist (wenn einige dieser Anrufe als störend empfunden werden). Die Beispiele zeigen, warum manche Anrufe zu bestimmten Zeiten und an bestimmten Orten erfolgen (man denke an die Diskussionen über die Privatsphäre beim Telefonieren) und warum,

5. Dieser Absatz bezieht sich auf ein noch laufendes Projekt des Autors für das Oxford Internet Institute; dabei geht es um Interviews zu den E-Mail-Erfahrungen der Befragten.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

wenn die Zahl der Kommunikationsoptionen steigt, eher der eine Kommunikationskanal oder die eine Kommunikationsweise gewählt wird als eine andere (zum Beispiel Festnetz- oder Handytelefonate, Anruf oder SMS etc.).

Eingangs wurde auch gesagt, dass dies ein Faktor (aber nur einer unter mehreren relevanten) zum besseren Verständnis sei, warum neue Kanäle und Optionen angenommen werden (und – dies kann man jetzt hinzufügen – warum sie in welchem Ausmaß genutzt werden). Dies ist für die Entwickler neuer Informations- und Kommunikationstechnologien und -dienste von Bedeutung. In der Telekommunikationsbranche hat es, auch wenn sich die Gegebenheiten gerade leicht verändern, Tradition, sich die Bedürfnisse der Nutzer genauer anzusehen. Zum Teil lässt sich dieser Ansatz vielleicht auch von den Problemen herleiten, die die Nutzer in der Praxis erleben, wobei nicht nur Herausforderungen, was die Benutzbarkeit betrifft, zu bewältigen sind, sondern auch einige der eher sozialen, zwischenmenschlichen Probleme, von denen im vorliegenden Beitrag die Rede war. Vielleicht kann das Nachdenken über tatsächliche und potenzielle Probleme jener Art, wie sie hier beschrieben wurden, dazu beitragen, dass neue Produkt- und Dienstleistungsmöglichkeiten geschaffen werden. Zumindest kann so vielleicht vermieden werden, dass vorhandene Spannungen noch verschärft oder neue Dilemmata geschaffen werden. Ganz allgemein wünschen sich die Telekommunikationsfirmen natürlich, dass wir von ihren Produkten immer mehr konsumieren, doch haben einige der dargestellten Beispiele gezeigt, welche Spannungen durch die Kosten des gegenwärtigen Nutzungsniveaus von Telekommunikationsprodukten entstehen.

Wenn wir uns nun den sozialen Folgen dessen zuwenden, was für viele Menschen ein erweitertes Kommunikationsrepertoire ist, so können wir eingangs wiederum fragen, in welchem Maß sich die skizzierten Probleme dadurch verändert haben. Wurden manche gelöst, wurden sie transformiert, oder führen neue Kommunikationsoptionen zu neuen, möglicherweise substanzielleren Problemen? Oft lautet, wenn nach sozialen Folgen zu fragen ist, die Fragestellung: Wie viel ist gleich geblieben, wie viel hat sich verändert, und ist dieser Wandel relativ oberflächlich oder signifikanterer Art? In den angeführten Beispielen zeigt sich, dass diese Art Fragestellung sich gut auf die Problematik der Telefonkostenbegrenzung anwenden lässt – das Thema ist immer noch nicht ausgestanden, aber einige Diskussionen und Entscheidungen in den Haushalten unterscheiden sich heute deutlich von der zuvor für die 1990er Jahre skizzierten Situation.

Abschließend kann, wenn wir von all diesen Einzelbeispielen absehen, die allgemeinere Frage gestellt werden, warum manches überhaupt als Problem erscheint oder warum bestimmte Dinge geregelt werden mussten. Welche Erwartungen gibt es, woher rühren diese,

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

verletzen einige Verhaltensweisen Normen, die es schon vor den neuen Telekommunikationsoptionen gab? Solche Fragen wurden hinsichtlich einiger Handyprobleme gestellt (vgl. etwa Ling 1997; Ling/Julsrud/Kroug 1997), doch sie müssen ganz allgemein für jedes neue Medium und jede Neuerung gestellt werden.

Außerdem ist natürlich zu fragen, wie viel an der Art und Weise, wie wir unser Kommunikationsrepertoire managen, bereits endgültig geregelt ist und was sich noch im Fluss befindet. Anders gesagt, in welchem Ausmaß existieren, obwohl Strategien zur Problemlösung entwickelt werden, weiterhin Spannungen oder Frustrationen; wie weit sind die Menschen noch dabei, verschiedene Problemlösungsmöglichkeiten auszuprobieren und mit anderen auszuhandeln?

Literatur

Carmagnat, Marie-France (1995), *Les Telécommunications en situation de mobilité. Usages et prospective*, CNET PAA/TSA/UST/4141, Januar.

Fortunati, Leopoldina (2003), »Mobile Phone and the Presentation of Self«, Vortrag auf der Konferenz »Front Stage/Back Stage and the Renegotiation of the Social Sphere«, Grimstad, Norwegen, 22.-24. Juni.

Haddon, Leslie (1994), »The Phone in the Home: Ambiguity, Conflict and Change«, Vortrag auf dem COST 248 Workshop »The European Telecom User«, Lund, Schweden, 13.-14. April.

Haddon, Leslie (1998a), »Il Controllo della Comunicazione. Imposizione di Limiti all'uso del Telefono«, in: Leopoldina Fortunati (Hg.), *Telecomunicando in Europa*, Milano: Franco Angeli, S. 195-247.

Haddon, Leslie (1998b), *The Control of Communication: Imposing Limits on Telephony*, Report für Telecom Italia.

Haddon, Leslie (2003a), »Domestication and Mobile Telephony«, in: James E. Katz (Hg.), *Machines That Become Us: The Social Context of Personal Communication Technology*, New Brunswick, NJ: Transaction Publishers, S. 43-56.

Haddon, Leslie (2003b), »Research Questions for the Evolving Communications Landscape«, Vortrag auf der Konferenz »Front Stage/Back Stage and the Renegotiation of the Social Sphere«, Grimstad, Norwegen, 22.-24. Juni.

Haddon, Leslie (2004), *Information and Communication Technologies in Everyday Life: A Concise Introduction and Research Guide*, Oxford: Berg.

Haddon, Leslie/Silverstone, Roger (1993), *Teleworking in the 1990s: A View from the Home*, SPRU/CICT Report Series, Nr. 10, University of Sussex, Falmer.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Haddon, Leslie/Silverstone, Roger (1995), *Lone Parents and Their Information and Communication Technologies*, SPRU/CICT Report Series, Nr. 12, University of Sussex, Falmer.

Haddon, Leslie/Silverstone, Roger (1996), *Information and Communication Technologies and the Young Elderly*, SPRU/CICT Report Series Nr. 13, University of Sussex, Falmer.

Haddon, Leslie/Vincent, Jane (2005), »Making the Most of the Communications Repertoire: Choosing between the Mobile and the Fixed-Line«, in: Kristóf Nyíri (Hg.), *A Sense of Place: The Global and the Local in Mobile Communication*, Wien: Passagen Verlag, S. 231-240.

Jouet, Josiane (2000), »Retour critique sur la sociologie des usages«, in: *Réseaux* 100, S. 490-521.

Licoppe, Christian/Heurtin, Jean-Philippe (2001), »Managing One's Availability to Telephone Communication through Mobile Phones: A French Case Study of the Development Dynamics of Mobile Phone Use«, in: *Personal and Ubiquitous Computing* 5 (2), S. 99-108.

Licoppe, Christian/Heurtin, Jean-Philippe (2002), »France: Preserving the Image«, in: James E. Katz/Mark Aakhus (Hg.), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge: Cambridge University Press, S. 94-109.

Ling, Richard S. (1997), »›One Can Talk about Common Manners!‹: The Use of Mobile Telephones in Inappropriate Situations«, in: Leslie Haddon (Hg.), *Communications on the Move: The Experience of Mobile Telephony in the 1990s*, COST248 Report, Farsta: Telia, S. 73-96.

Ling, Richard S. (2004), *The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society*, San Francisco: Morgan Kaufmann.

Ling, Richard S./Helmersen, Per (2000), »›It Must Be Necessary, It Has to Cover a Need‹: The Adoption of Mobile Telephony among Pre-adolescents and Adolescents«, Vortrag auf dem Seminar »Sosiale Konsekvenser av Mobiltelefoni«, Oslo, 16 Juni.

Ling, Richard S./Julsrud, T./Kroug, E. (1997), »The Goretex Principle: The Hytte and Mobile Telephones in Norway«, in: Leslie Haddon (Hg.), *Communications on the Move: The Experience of Mobile Telephony in the 1990s*, COST248 Report, Farsta, Telia, S. 97-120.

Mante-Meijer, Enid/Haddon, Leslie/Concejero, Pedro/Klamer, Lajla/Heres, J./Ling, Richard S./Thomas, F./Smoreda, Z./Vrieling, I. (2001), *Checking It Out with the People – ICT Markets and Users in Europe*, Report für EURESCOM, Heidelberg.

Taylor, Alex S./Harper, Richard (2003), »The Gift of the Gab: A Design Oriented Sociology of Young People's Use of mobilZe«, in: *CSCW: An International Journal*, Amsterdam: Kluwer, S. 267-296.

Vincent, Jane/Haddon, Leslie (2004), *Informing Suppliers about User Behaviours to Better Prepare Them for Their 3G/UMTS Customers*, UMTS Forum Report Nr. 34.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Vom Teenagerleben zur viktorianischen Moral und zurück: Der technologische Wandel und das Leben der Teenager

Richard Harper

Einleitung

Oft hören wir, Handys und speziell das »Simsen«, der Versand von Textbotschaften per Handy, hätten das Leben der Teenager verändert (vgl. Ling 2004; Nyíri 2003). Man kann sich leicht vorstellen, wie sich Teenager früher fragten, was ihre Freunde wohl vorhätten, und wie sie ihren Kopf anstrengen mussten, um es herauszubekommen. Heute dagegen können sie anrufen oder eine SMS schicken. So haben sich die Grenzen des Teenagerlebens verschoben. Was früher unmöglich war, ist heute für ein paar Cent zu haben (vgl. Harper/Palen/Taylor 2005). Doch ist die Veränderung wirklich so groß? Man sollte auch bedenken, dass das, was die Teenager herausfinden, wenn sie ihre Freunde anrufen oder ihnen eine SMS schicken, nichts wirklich Überraschendes ist, weder für sie noch für uns. Wahrscheinlich erfahren sie, dass ihre Freunde wie sie selbst sich in ihren Zimmern aufhalten, über zu viele Hausaufgaben stöhnen und sich danach sehnen, woanders zu sein. Und diese Indolenz, dieser Teenager-Ennui, ist – da würden wohl alle zustimmen – kaum etwas Neues und wird gewiss auch im »Handyzeitalter« nicht vergehen (vgl. Katz/Aakhus 2002; Brown/Green/Harper 2001; Harper 2003).

Abgesehen von den Besonderheiten des Teenagerlebens geht es hier nicht zuletzt um das Wesen sozialen Erlebens. Es ist wichtig, sich bewusst zu machen, dass Individuen sich ihr eigenes mentales Bild der Welt erschaffen – ein Bild, das erfasst, wo sie selbst sind, wo die anderen sind, wo sie selbst und diese anderen gewesen sind und wohin sie gehen werden. Jeder tut das auf seine Weise, und es war wohl der phänomenologische Philosoph und Gelegenheitssoziologe Alfred Schütz,

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

der diese Vorgänge am gründlichsten erforscht hat (vgl. *Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt*, 1932). Das Zentrum dieser Erfahrung – wenn man so will, das Herzstück dieser gestalthaften Erlebnis- und Erfahrungswelt – ist das Individuum, und es kommt wesentlich darauf an, wie umfassend diese Welt ist: wie viele Menschen sie bevölkern, wie viele Erinnerungen darin eingegangen sind und welche Zukunftsaussichten sie bietet.

Demnach besteht das Problem von Teenagern vor allem darin, dass ihre Versuche, sich eine solche Welt zu erschaffen, noch recht bescheiden sind: amateurhaft und unausgegoren, wie die Heranwachsenden selbst. Statt sich beispielsweise durch Gespräch und Austausch mit Leuten, die unterschiedliche Ansichten haben und aus verschiedenen sozialen Positionen kommen, einen weiten Horizont und einen reichhaltigen mentalen Raum zu schaffen, verfestigen sie ihren engen, beschränkten Horizont durch Intensivierung ihrer Erlebnisse in einer Welt, die allein von Gleichartigen bevölkert wird: von Menschen in identischer Lage, im selben Alter, vom selben Geschlecht, aus derselben Schulklasse und aus derselben geographischen Nachbarschaft (vgl. Gergen 2002). Es dominieren Trägheit, Sorglosigkeit und ziellose Unternehmungen; sie »hängen« jetzt mit ihrem Handy genauso »herum«, wie sie in früheren Zeiten an den Straßenecken »herumhingen« (vgl. Grinter/Eldridge 2001). Es überrascht daher nicht, dass diesem ganzen Erleben eine gewisse innere Spannung zugrunde liegt – eine Spannung, die damit zu tun hat, wie der Charakter dieser Individuen heranreift, wie er wächst, sich weiterentwickelt und schließlich die selbst auferlegten Scheuklappen abstreift und die Jugend hinter sich lässt.

Eine Erkundung der Teenagerwelt

Doch wie funktioniert dieser Reifeprozess? Etwa durch permanentes Verbundensein mit anderen Teenagern (vgl. Ito 2003)? Wird ein Jugendlicher reifer, wenn er Tag und Nacht Textbotschaften versenden kann (vgl. Kaseniemi 2001)? Fördert die Möglichkeit, aus dem eigenen Zimmer heraus mit anderen Teenagern zu telefonieren, die ebenfalls in ihren Zimmern hocken, das Erwachsenwerden?

Und damit bin ich auf Umwegen beim »Haken« angekommen, um den es in diesem Kapitel geht. Ich will das Wesen des Teenagerlebens erkunden, speziell das Leben mit dem Handy. Und ich habe eingangs erwähnt, dass häufig gesagt wird, dieses Leben werde durch das Handy stark verändert. Man könne am gegenwärtigen Handeln der Teenager schon ablesen, wie sich die Zukunft entwickeln werde (vgl. Nyíri 2003; Plant 2001).

Aber ist es denn wirklich so, wie es scheint? Ist die Zukunft wirklich bereits unter uns, in den schwitzigen Händen unserer Kinder?

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Oder liegt sie nicht ganz woanders – dort, wo man ihrer nicht im Zeichen großartiger Teenager-Ängste ansichtig wird, sondern in Gestalt muffiger Vergangenheit, nicht in zögerlichen Befreiungsversuchen, sondern in der Wiederbelebung altmodischer Sitten, die wir selbst lange vergessen haben?

Ganz gleich, wie die Antwort auf diese Fragen ausfällt, eine Möglichkeit, sich dem Kern der Sache zu nähern, besteht darin, zu erforschen, wie Teenager, darin allen Menschen gleich, sich eine eigene mentale Welt erschaffen, die von Freunden, Familienmitgliedern und Fremden bevölkert wird – eine Welt, die sich in den Dingen verkörpert, mit denen sie sich umgeben, aber auch in dem, was sie tagaus, tagein tun. Diese Welt ist – wiederum wie alle sozialen Welten – ein moralisch sanktioniertes Konstrukt, gelungen oder misslungen, chaotisch oder effizient in Gestaltung und Handhabung. Doch in zwei Punkten unterscheidet sich die Welt der Teenager von anderen Welten: Erstens ist die Adoleszenz bekanntlich eine Welt des individuellen Übergangs – vom sozial verantwortungsfreien und sorglosen Leben zu Verantwortung und Übernahme von Lasten (diese Verlagerung äußert sich in körperlichen Veränderungen ebenso wie im Wandel des sozialen Status). Zweitens ist es mangels eigener Erfahrungen der Teenager eine objektiv begrenzte, enge Welt, zugleich aber aus Sicht der Teenager eine zerrissene Welt voller Agonie, Zweifel und Arroganz. Für die Teenager selbst ist ihr Leben in der Tat ein Melodrama. Dabei ist diese Welt, so lautet meine These, wie auch das Ausagieren dieser Welt durch die Teenager, in Wahrheit allzu prosaisch und uninspiriert.

Meine Erkundung dieser Welt beginnt mit der Feststellung, dass es im Alltag der Teenager und derer, die mit ihnen zu tun haben (ganz besonders der Eltern), eine Reihe von Gradmessern gibt, die anzeigen, wie gut der soziale Reifungsprozess vorangeschritten ist. Vor allem zwei derartige Gradmesser will ich in den Mittelpunkt meiner Untersuchungen stellen. Da ist erstens die Frage der finanziellen Kosten – nicht nur für Handys und SMS, sondern auch für alle möglichen Dinge des Alltags. Ich werde zeigen, dass die Art und Weise, wie Teenager mit den Kosten für Mobiltelefonate und Textbotschaften umgehen, ein Ausweis dafür ist, wie sie auch mit anderen Kosten ihres Alltags umgehen. Eine verschwenderische Einstellung zum Geldausgeben für Kleidungsstücke etwa spiegelt sich auch in – und kann erschlossen werden aus – der Art und Weise, wie die Betreffenden in der Lage sind, ihre Handykosten in den Griff zu bekommen – oder auch nicht. Der zweite Gradmesser bezieht sich auf Regelsysteme des Sprecherwechsels im mündlichen Gespräch, die auch auf SMS-Botschaften anwendbar sind. Ich werde zeigen, wie die in der Handykommunikation herrschenden Systeme der Etikette und des angemessenen Verhaltens genutzt werden, um feine, aber oft folgenreiche Unterscheidungen zwischen Teenagern verschiedener Altersstufen, Geschlechter und sozialer Einbin-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

dung zu etablieren. Darin spiegelt sich wiederum der empfindliche und doch komplexe Verhaltenskodex aller sozial kompetenten Erwachsenen, gleich welchen Alters, hinsichtlich der Gesprächskultur. Es sei allerdings angemerkt, dass es anscheinend Individuen sind, die schon auf die zwanzig zugehen, die in der Art und Weise, wie sie diese Systeme forcieren, am strengsten und komplexesten vorgehen, wodurch sie einige Altersgenossen von der Kommunikation mit sich ganz ausschließen, andere nur nach gewissen Zugangsregeln zulassen – Regeln, die älteren und jüngeren Altersgruppen längst nicht so wichtig sind.

Wenn ich in meiner Untersuchung nur zwei Gradmesser auswähle, sollte es sich von selbst verstehen, dass ich nicht den Anspruch erhebe, alle Dimensionen des Teenagerlebens zu erkunden; das wäre viel zu ehrgeizig, wenn es denn überhaupt möglich wäre, was ich bezweifle. Diese beiden Gradmesser wurden ausgewählt, weil sie in unserer Datenbasis besonders aussagekräftig sind. Ganz nebenbei illustrieren sie auch die Bedeutung einiger Faktoren, die in weiten Bereichen der Teenager-Forschung – aus welchen Gründen auch immer – außer Acht gelassen werden.

Die Mobiltelefonkosten

Mit diesen methodischen Überlegungen im Hinterkopf wende ich mich nun meiner Datenbasis zu. Sie wurde von verschiedenen Kollegen anlässlich eines Forschungsprojekts zusammengetragen, das der Entwicklung von Festnetz- und Mobiltelefonie im Kontext des Familienlebens gewidmet war. Solche Forschungen sind Teil einer fortlaufenden Projektserie eines großen britischen Mobilfunkanbieters; sie umfassen das Studium von Tagebuchnotizen sowie Interviews in britischen und schwedischen Haushalten. Rund 59 Personen aus 21 Haushalten wurden befragt und beobachtet. Alle verfügten sowohl über ein Handy als auch über ein Festnetztelefon. Erforscht werden sollten vor allem die Gründe für die Benutzung des einen oder des anderen Geräts.

Die hinsichtlich Festnetz- und Mobiltelefongebrauch den Strategien der Mobilfunkanbieter zugrunde liegende Annahme lautet, dass für die Wahl des Telefons in erster Linie Kostengründe maßgeblich sind. Weil die Mobilfunkanbieter in der Lage waren und sind, für ihre Mobiltechnologie außerhalb des Hauses Preisaufschläge in Form hoher Gesprächsgebühren zu kassieren, sehen sie vorerst keinen Grund, auf diese Aufschläge zu verzichten, nur um aus Handys auch im häuslichen Gebrauch eine vergleichbare Erfolgsgeschichte zu machen. Unsere Forschungen dienten dazu, Ansatzpunkte zu finden, wie neue häusliche Einsatzmöglichkeiten für Handys zu schaffen seien, ohne die hohen Handy-Gesprächsgebühren reduzieren zu müssen.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Unsere Forschungen ergaben, dass die so oft, besonders in Interviews und Gruppenbefragungen (*focus groups*), als Schlüsselfaktor genannten Kosten nur selten das tatsächliche Verhalten steuerten. Andere Faktoren, etwa die Verwendung des Handys als »virtuelles Adressbuch«, die Bequemlichkeit und Benutzerfreundlichkeit, also »die leichte Handhabung und Fragen der Gewohnheit, all diese Faktoren waren wichtiger«. Ohne allzu sehr in Einzelheiten zu gehen, kann ich schon hier einen besonders interessanten Punkt hervorheben: Die Handy-Gesprächskosten spielen zwar im Bewusstsein der Menschen durchaus eine Rolle, aber sie werden nicht isoliert von allen möglichen anderen Kosten betrachtet. Die Handykosten wurden bei den Befragten eher im Zusammenhang eines generellen Kostenbewusstseins und Kostenmanagements diskutiert. Eine Passage aus einem Interview mit einem britischen Familienvater beleuchtet diese These geradezu paradigmatisch:

»Wissen Sie, Handyrechnungen sind so ungefähr das Einzige, worüber ich mit meinen Töchtern reden kann, wenn das, worüber ich mit ihnen wirklich reden will, zum Beispiel ist, dass sie nicht einfach Dinge aus dem Kühlschrank wegessen sollen, ohne Bescheid zu sagen. Ich meine, sie müssen doch einfach lernen, dass es noch andere im Haus gibt; und die einzige Möglichkeit, die mir einfällt, um sie darauf zu stoßen, ist, mit ihnen über Handyrechnungen zu reden. Dann kann ich mit ihnen über das Geld und das Zusammenleben und das Teilen reden, ohne pompös daherzukommen wie ein viktorianischer Patriarch.«

Worauf wollte dieser Vater hinaus? Wollte er, wie manche Soziologen hier sicher sagen würden, sein Machtmonopol im Haushalt ausüben (vgl. Ito 2003)? (Massey 1994 spricht von Macht über einen bestimmten Raum, und eine allgemeinere Version des Arguments bietet Foucault 1977.) Oder war er einfach etwas exzentrisch und streng, unfähig, sich mit dem Gedanken abzufinden, dass Kinder sich um Ausgaben einfach keine Sorgen machen? Meine These lautet, dass er einfach ein ganz normaler Erwachsener und ein ganz gewöhnlicher Vater war, der sich Gedanken darüber machte, wie er seinen Kindern beim Erwachsenwerden helfen könne.

Eine Vignette aus dem Familienleben

Lassen Sie mich diesen Punkt noch etwas sorgfältiger ausführen, wiederum mit Bezug auf diese spezielle Familie. Wenn die Handy-Telefonrechnungen kamen, nahm dieser Vater sie aus dem Umschlag und ließ sie für seine beiden Töchter, die schon auf die zwanzig zugingen, deutlich sichtbar herumliegen. Er platzierte sie auf dem Küchentisch oder am Kühlschrank, damit sie auf keinen Fall übersehen werden konnten. So wussten die Töchter nicht nur, dass die Rechnungen ge-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

kommen waren, sondern auch: »Dad hat sie da hingelegt, weil er uns ins Gewissen reden will.«

Dabei machte die Höhe der Telefonrechnungen dem Vater eigentlich keine Sorgen. »Das müssen sie selbst wissen«, sagte er. Er wollte vielmehr darüber sprechen, wie sich in den betreffenden Telefonrechnungen bestimmte Verhaltensweisen zeigten, die er für unverantwortlich hielt. Und diese Kosten hatten mit den Handys selbst vielleicht nichts zu tun.

Im konkreten Fall hatte der Vater zum Beispiel bemerkt, dass immer dann, wenn beide Töchter zu Hause waren (die eine hatte gerade ihr Universitätsstudium begonnnen und war zweimal in den Ferien daheim gewesen), seine eigenen Festnetz-Telefonkosten in die Höhe geschnellt waren. Aus seiner detaillierten Rechnung konnte er entnehmen, dass die höheren Gesprächskosten vor allem darauf zurückzuführen waren, dass viele Verbindungen zu Mobiltelefonen statt zu Festnetztelefonen gewählt worden waren. Nun sagte er sich zu Recht, dass viele dieser Gespräche, wären sie im selben Netz von einem Handy aus geführt worden, billiger gewesen wären. Auch war er überzeugt, dass in vielen derartigen Fällen die eigenen Handys der Töchter im dafür richtigen Netz registriert waren. So waren es seiner Meinung nach in vielen Fällen die Töchter selbst, die lieber aus dem Festnetz telefoniert hatten – und zwar nicht etwa, weil dann bewusst auf Vaters Kosten telefoniert werden konnte, sondern weil sie zu bequem gewesen waren, ihr eigenes Handy hervorzusuchen und dieses für die Telefonate zu benutzen. Ihr kostspieliges Verhalten war also in erster Linie unbedacht und verantwortungslos.

Der Grund, warum dieser Vater mit seinen Töchtern reden wollte, war also, dass es ihm nicht unbedingt etwas ausmachte, Rechnungen zu bezahlen, auch nicht die Rechnungen seiner Töchter, sondern dass er etwas dagegen hatte, unnötige Rechnungen zu bezahlen. Eine Kostensenkung war möglich, wenn die Einzelnen an die wirtschaftliche Situation der Gesamtfamilie dachten. Das eigentliche Thema des Vaters war also, dass die Mädchen Ausgaben für weitgehend individuelle Angelegenheiten hielten, nicht für die Ausgaben einer Gemeinschaft. Darum war aus ihrem Handeln nicht ersichtlich, dass sie auch an die anderen dachten. Grob gesagt meinte der Vater, die Mädchen würden, wenn sie erst begriffen, dass manche Kosten Gemeinschaftskosten sind, ihr Verhalten ändern. Dass sie aus dem Festnetz telefoniert hatten, obwohl es vom Handy aus billiger gewesen wäre, diente dem Vater nur als Beispiel und Ansatzpunkt. Er hoffte, wenn er ihr Verhalten in diesem speziellen Punkt zur Sprache brächte, würden die Mädchen auch in anderen vergleichbaren Punkten, die das gemeinsame Familienleben berührten, ihr Verhalten ändern. Rücksicht zu nehmen – dieses allgemeine Thema war dem Vater ungleich wichtiger als die tat-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

sächlichen Kosten von irgendetwas Speziellem. Es ging ihm, wenn Sie so wollen, um eine moralische Frage.

Nun bietet der Begriff »Macht« anscheinend eine schöne soziologische Handhabe zur Erörterung dieses Themas. Schließlich existiert ein klares Machtgefälle zwischen dem Vater und seinen Töchtern, besonders in ökonomischer Hinsicht. Krass formuliert: Wer das meiste Geld hat, sagt, wo's langgeht. Doch wo liegt der Erkenntniswert der Feststellung, dass Väter mehr Macht haben als ihre Teenager-Töchter? Wenn es der Soziologie nur darum ginge, wissenschaftlich verbrämt zu wiederholen, was jeder auch mit gesundem Menschenverstand sehen kann, dann wäre sie schon längst von der Bildfläche verschwunden. Nein, Ziel und Zweck der Soziologie ist es, das Wesen sozialer Erfahrungen zu sezieren und die Elemente freizulegen, sodass wir klarer – und manchmal in neuem Lichte – sehen können. All dies muss allerdings geschehen, ohne dass die Konkretheit der untersuchten Erfahrungen dabei Schaden nimmt.

Lassen Sie mich zur Illustration noch ein weiteres Beispiel aus dem Diskurs zwischen diesem Vater und seinen Töchtern anführen. Zu der durchgeführten Studie gehörten im Untersuchungszeitraum mehrere Besuche in den jeweiligen Haushalten. Beim ersten Besuch in dieser Familie spielte wie gesagt das Thema Gesprächskosten eine Rolle (also Geld und Macht). Bei einem späteren Besuch ging es um ein ganz anderes, gleichwohl irgendwie verwandtes Thema:

»Sehen Sie, das hört sich irgendwie verrückt an, aber ich hatte fürs Abendessen ein paar Würste im Kühlschrank liegen, und als ich an den Kühlschrank ging, stellte ich fest, dass (eine der Töchter) sie aufgegessen hatte. Wenigstens muss *sie* es gewesen sein. Nun, es geht zwar nur um Würste – obwohl dies besondere Würste waren, die ich gekauft hatte – und ich habe auch nichts dagegen, wenn sie gegessen werden, aber jetzt ist nichts zum Kochen da, und ich habe keine Lust zu (dem nächsten Supermarkt) zu gehen.«

Im ersten Beispiel war es dem Vater eigentlich nicht um die Mobilfunkrechnungen gegangen, sondern die Ankunft der Telefonrechnung war der einzige für diesen Vater denkbare Vorwand gewesen, sich mit den Töchtern beim Essen zusammenzusetzen und eine, wie er sagte, »vernünftige Unterhaltung« über gemeinsame Verantwortung und das Teilen zu führen. Im zweiten Fall ging es beim gemeinsamen Gespräch ebenfalls nicht um Telefonkosten, sondern in Wirklichkeit um die heimlich gegessenen Würste. Nur hatte der Vater das Gefühl, dass seine Töchter ihn ausgelacht hätten, wenn er das Thema explizit auf die Tagesordnung gesetzt hätte. Womit er wahrscheinlich Recht hatte. Nur durch das Zursprachebringen eines auch nach Meinung der Töchter hinreichend ernsten Gegenstands wie Telefonrechnungen hatte der Vater die Chance, indirekt auch Themen zur Sprache zu bringen, die

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

die Töchter für belanglos hielten, die für den Vater aber hohen Symbolwert hatten. Kurz, er wollte Diskussionen über Telefonrechnungen nutzen, um weitergehende moralische Themen ins Gespräch zu bringen – in der Hoffnung, sie würden möglicherweise auch bei anderen Streitpunkten zu positiven Verhaltensänderungen führen.

Die Frage gehört in einen weiteren Kontext: Als diese Teenager noch Kinder waren, durften sie sich wahrscheinlich Dinge einfach nehmen, ohne zu fragen, und sie benutzen, ohne Anstoß zu erregen, doch als sie älter wurden und als nun wohl auch der Zeitpunkt, da sie aus dem Haus gingen, näher rückte, lag dem Vater sehr daran, dass geteilte Verantwortung zur Norm ihres Lebens wurde. Er war der Ansicht, dass zum Erwachsenwerden auch die Fähigkeit gehört, Verantwortung zu übernehmen. Eine dieser gemeinsamen Verantwortlichkeiten betrifft die im Haushalt anfallenden Rechnungen, eine weitere die gemeinsame Vorratshaltung. Die Mädchen sollten einfach aufhören, sich so zu verhalten, als gingen sie die anderen Haushaltsmitglieder wenig oder gar nichts an; sie sollten Umsicht lernen und sich fragen, welche Auswirkungen ihr Verhalten für andere hatte. Kurz, der Vater wollte, dass seine Töchter anfingen, sich wie Erwachsene zu verhalten. Dazu gehört auch, nicht einfach den Kühlschrank zu leeren, weil das eben bedeutet, dass andere im Haus abends vielleicht hungern müssen, weil sie sich auf dieselben Würste als Abendessen eingestellt hatten.

Somit war hier keine sinistre elterliche Machtausübung im Spiel; eine solche Beschreibung träfe die Sache nicht. Ich habe dieses Beispiel bewusst gewählt, um meine These zu unterstreichen, dass das Teenagerleben im Grunde eine recht prosaische Angelegenheit ist. Hier spielt sich kein Melodrama ab, sondern letztlich nur das ermüdende Ringen von Eltern und Kindern um mehr Einsicht, Umsicht und weniger Selbstsucht. Natürlich kann dieses Ringen nach außen auch wie ein Melodrama wirken, speziell aus der Sicht der betroffenen Teenager; aber auch das unterstreicht meine These. Kein echtes, sondern ein falsches Drama, keine echten Kämpfe um gesellschaftlich-familiäre Strukturen, sondern Streitereien um Würstchen.

Soziale Benimmregeln beim Texten

Das Problem für diese Teenager und den Haushalt, dem sie angehören, liegt demnach im schwierigen, sozial organisierten Prozess des Übergangs von einer sozialen Rolle zu einer anderen. In unserem Beispiel versucht der Vater, diesen Prozess zu erleichtern, so gut er kann. Seine Töchter hielten diese Bemühungen bestimmt bestenfalls für harmlos, schlimmstenfalls für öde, aber ganz gewiss kicherten sie über die väterlichen Aktionen. Doch lässt sich ein solcher Wandel des Sozialstatus – von der Kind- zur Erwachsenenrolle – nicht nur durch Zwang und

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

wohlwollende Ermutigungen erreichen; die Teenager selbst tragen ebenfalls dazu bei, auch wenn die Art und Weise, wie sie dies tun – und die manifesten Folgen dieser Leistung – ihnen vielleicht gar nicht so klar sind.

Mein Ansatzpunkt für die Untersuchung dieser Frage ist das System der Wechselbeziehungen bei der Handykommunikation, insbesondere das dort herrschende Regelsystem der sozialen Etikette. Dabei ist der SMS-Austausch ein Genre der Handykommunikation (und im weiteren Sinne auch Bestandteil der Gesprächskultur). Ich werde auch hier ähnlich argumentieren wie bei der Frage der Telefonkosten und mich auf die soziale Rollenverschiebung und den sozialen Reifungsprozess der Jugendlichen konzentrieren, der zu einer erhöhten sozialen Kompetenz führt. Hier geht es um die Übernahme verschiedener sozial akzeptierter Muster des Handygebrauchs, die eng mit Altersdifferenzen unter Teenagern verbunden sind. Achtzehnjährige sind (auch nach ihren eigenen Maßstäben) systematisch versierter als Dreizehnjährige. Ich werde erläutern, dass der Rhythmus von Anruf und Antwort wie auch das Inhalts- und Themenmanagement bei Handygesprächen und SMS mit zunehmendem Alter der Teenager immer kunstvoller werden – so sehr, dass von einem bestimmten Zeitpunkt an eine Unfähigkeit, diese Dinge elegant zu handhaben, als Zeichen der Unreife gewertet wird. Anders gesagt, je erwachsener Teenager werden, desto stärker beginnen sie selbst, sich so zu verhalten, dass sie sich von anderen unterscheiden, die noch nicht so erwachsen sind. Diese Fertigkeiten und Kompetenzen haben mit sozialen Ritualen zu tun: *wann* man jemanden anspricht, *wie* man jemanden anspricht und *was* man dann sagt. Diese Gesprächsrituale sind ausgeklügelt und doch alltäglich, prosaisch und doch kunstvoll. Es geht um die sozial erworbene Fertigkeit, in der Kommunikation die angemessenen Schnittstellen von Zeit, Ort, Inhalt und Person sicherzustellen.

Der richtige Umgang mit Handygesprächen

Grob gesagt sind viele neue Handynutzer noch nicht in der Lage, mit Handys richtig umzugehen, was dazu führt, dass sie ihre Mobiltelefone exzessiv benutzen. Erst allmählich, wenn sie älter werden, von den eindrucksvollen Höhen des ersten Teenagerjahres mit dreizehn bis zu den mittleren und späten Teenagerjahren, verfeinern sich ihre diesbezüglichen Fertigkeiten; sie werden klüger, effizienter und eleganter.

Diese Fertigkeiten haben viele Formen, und ihre Entwicklung ist selbst ein Gradmesser für die allgemeinen sozialen Fertigkeiten des betreffenden Individuums. In Kaseniemis *Mobile Message* (2001) berichten zum Beispiel Teenager, wie lästig sie Freunde finden, die gerade ihr erstes Handy bekommen haben und nun anscheinend die ganze

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Zeit nicht anderes tun als zu telefonieren und SMS-Botschaften zu verschicken. Ist jedoch der erste Begeisterungsschwall erst einmal überstanden, so beginnen sie, ihre Geräte »angemessener« einzusetzen, lesen wir dort. Doch was das heißt, ist wiederum nicht eindeutig, sondern variabel und komplex. Dieselbe Gruppe von Probanden berichtet auch über Unterschiede im Handyverhalten der beiden Geschlechter: Mädchen behandeln, was sie über ihr Handy austauschen, stärker als Privatsache als die Jungen. Auch stellen Mädchen sich bei dem, was sie sagen und wie sie es sagen, stärker auf das Geschlecht ihres Gegenübers am Handy ein.

In unserem eigenen Forschungscorpus (vgl. auch Taylor/Harper 2003) finden sich rituelle Kommunikationen, die erforderlich sind, wenn Mädchen und Jungen zusammen ausgehen: Der Gutenacht-Text etwa, den der Junge dem Mädchen zum Tagesabschluss schickt, ist heutzutage ein soziales Muss. Wird keine solche Botschaft geschickt, ist am nächsten Morgen »Appell auf dem Exerzierplatz«. Ein ständiger Strom von Kurznachrichten während des Schultags ist ebenfalls ein Gradmesser für Hingabe und Bewunderung; bleiben solche Nachrichten aus, gilt das als Zeichen dafür, dass es mit der »Einheit« (dem *item*, wie Paare im englischen Teenagerjargon genannt werden) nicht mehr weit her ist.

All diese kleinen Unterschiede, was Inhalte, Häufigkeit der Anrufe, wer wen anruft, etc. angeht, sind gewissermaßen nicht nur für die Betroffenen sichtbar und nicht nur von privater Bedeutung, sondern auch von öffentlichem Interesse, weil alle denselben Mustern, Austauschregeln und Ritualen unterliegen. Jungen beschweren sich bei anderen Jungen über die lästige Pflicht, der Liebsten Gutenacht-Texte schicken zu müssen, die Mädchen dafür bei den Mädchen, dass die Jungen zu faul seien, welche zu schicken, und so weiter, und so weiter.

Diese Muster variieren natürlich ein wenig, je nach dem Verhaltenskodex, der in anderen Gesellschaften und Kulturen gilt: In Japan zum Beispiel, erfahren wir bei Rivière und Licoppe (2005), werden SMS-Botschaften zwischen Personen von unterschiedlichem Sozialstatus versandt, um den Fauxpas einer unpassenden Störung durch einen Anruf zu vermeiden; zwischen Vertrauten, etwa Ehepartnern, gibt es keine solche Angst, darum kann auch zu jeder Tages- und Nachtzeit angerufen werden. In Frankreich wird dagegen SMS nicht in erster Linie bevorzugt, wenn man nicht stören will, sondern wenn Streit in engen Beziehungen vermieden oder gemildert werden soll; so schicken Mädchen ihren Freunden etwaige Beschwerden lieber per SMS, weil dann keine Gewaltausbrüche seitens dieser Freunde zu befürchten sind; umgekehrt bevorzugen Jungen in solchen Fällen SMS, weil die Mädchen dann nicht mit Tränen und Weinen reagieren können. Irgendwie verhindert das Texten nicht nur, dass diese vielleicht unvermeidlichen körperlichen Reaktionen sichtbar werden; die Kommunika-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

tionssituation selbst sorgt dafür, dass sie gar nicht erst entstehen. Mädchen sind anscheinend weniger weinerlich, wenn sie per SMS kommunizieren, Jungen weniger gewalttätig. Ich enthalte mich hier eines Kommentars, was uns das über die jeweiligen Kulturen sagt; derartige Fragen werden in den genannten Fachartikeln angesprochen. Mir geht es hier allein darum, dass Teenager beginnen, recht ausgeklügelte Muster für ihre Handykommunikation untereinander zu entwickeln, und dass diese Muster sich immer mehr konkretisieren, wenn die Jugendlichen älter werden. Was unter Dreizehnjährigen noch akzeptabel war, darüber lacht man als Achtzehnjähriger nur noch und ist peinlich davon berührt (vgl. Kaseniemi 2001).

Wer mit wem spricht

Die oben genannten Forschungen lenken die Aufmerksamkeit auf die selbst erlangte Kompetenz und Wendigkeit der Teenager hinsichtlich des »Wer, wann und was« bei Handyverbindungen. Ich möchte mich im Folgenden besonders auf einen Aspekt dieses Kommunikationsmusters konzentrieren. Abermals beziehe ich mich dabei auf unsere Forschungen zum Telefongebrauch in den Haushalten.

Wie wir feststellten, war einer der Hauptgründe dafür, dass Teenager, auch wenn sie von daheim anrufen, lieber ihr Handy benutzen, und generell dafür, dass sie lieber Handys als Festnetztelefone anrufen, der Umstand, dass sie hier sicher sein können, wen sie am anderen Ende der Leitung erreichen. Denn ein Mobiltelefon zählt, trotz allem, was oben zu den Kosten gesagt wurde, zu jenen Artikeln, für die im Wesentlichen nur eine Person verantwortlich ist. Darum wird ein Anruf auf das Handy dieser Person in aller Regel auch nicht von jemand anderem entgegengenommen. Ruft man dagegen einen Festnetzanschluss an, so kann jeder den Anruf entgegennehmen, der sich im Umfeld dieses Telefons befindet, wenn es klingelt.

Interessant ist daran zum Teil, wie sehr besonders Teenager es hassen, mit der Familie ihres Freundes oder ihrer Freundin zu sprechen. »Oh, die sind so komisch zu mir«, merkte einer der von uns Befragten dazu an. Anscheinend sind Gespräche zwischen Teenagern und Eltern, ob innerhalb der eigenen Familie oder über Familiengrenzen hinweg, immer schwierig.

Ein weiterer, vielleicht sogar noch interessanterer Punkt ist das virtuelle Adressbuch. Gemeint ist das Adressbuch auf Handys, das die Möglichkeit bietet, spezielle Namen mit speziellen Telefonnummern zu verbinden. Möglich ist dies, weil der GSM-Mobilfunkstandard verlangt, dass die Nummer des Anrufers dem Angerufenen nicht vorenthalten werden darf (Rufnummernanzeige, Calling Line Identification). Dieses virtuelle Adressbuch schafft in Verbindung mit der Annahme, dass nur

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

eine Person das Recht hat, auf diesem Handy Anrufe entgegenzunehmen, so etwas wie eine enge Verknüpfung zwischen gesellschaftlicher Etikette und Technologie.

In weiten Teilen eines anderen Forschungsprojekts, über das Geschenkverhalten von Teenagern (vgl. Berg/Taylor/Harper 2003; Taylor/Harper 2002 und 2003), zeigte sich wie in unseren Forschungen in den Haushalten (*domestication analysis*) deutlich die entscheidende Bedeutung des virtuellen Adressbuchs als Hilfsmittel und Instrument zur Bewältigung der Rituale menschlicher Kommunikation. Besonders deutlich wird dies, wenn jemand mit einem anderen nicht mehr kommunizieren will (etwa wenn ein Mädchen mit ihrem Freund Schluss gemacht hat); dann wird der Name des in Ungnade Gefallenen in aller Form – man könnte fast sagen: rituell – aus dem Adressbuch gelöscht. Dieser Akt kann den anderen natürlich nicht daran hindern, weiterhin dieses Handy anzurufen; aber er hat zur Folge, dass bei einem eingehenden Anruf der Name des Betreffenden nun nicht mehr auf dem Handydisplay erscheint. Er wird folglich wie jeder andere anonyme Anrufer behandelt.

Nun wäre es zwar eigentlich normal, dass jeder eingehende Anruf entgegengenommen wird, ganz gleich von wem er kommt; und im Fall der Festnetztelefonie war dies das übliche Verhalten. Doch bei Handys und mit den Möglichkeiten der technologischen Infrastruktur, die in der Rufnummernanzeige resultieren, lassen sich die Geräte jetzt so verwenden, dass der Angerufene vorab entscheiden kann, ob er den Anruf entgegennehmen will oder nicht. Dies geschieht durch die Vorprogrammierung, abgestuft nach sozialer Zugangsberechtigung. Wer das Recht hat, jederzeit auf diesem Handy anzurufen, wird im Adressbuch verankert; wem dieses Zugangsrecht nicht gewährt wird, der wird nicht ins Adressbuch aufgenommen. Eintrag oder Ausschluss sind nicht unwiderruflich, sondern flexibel; es kommt ganz auf den aktuellen Stand des Verhältnisses zwischen den beiden Personen an.

Was nun allerdings an diesem ganzen System als ein geradezu komischer Anachronismus seltsam berührt, ist, dass Teenager, besonders ältere Teenager, die schon auf die zwanzig zugehen, diese Koppelung von virtueller und realer Zugangsberechtigung benutzen, um ihren Handy-Telefonverkehr auf fast schon rigide und exklusive Weise zu regeln. Sie nehmen tatsächlich nur noch in den seltensten Fällen Anrufe entgegen, die nicht durch den Namen des Anrufers auf dem Display legitimiert sind. Der Grund: Es könnte ja jemand sein, den sie aus dem Verzeichnis der Kommunikationsberechtigten, also aus ihrem Adressbuch gestrichen haben. Kurz, statt jederzeit und für jeden zur Kontaktaufnahme zur Verfügung zu stehen, wie es den Intentionen dieser Technologie entspricht – der Wunsch, ständig erreichbar zu sein, war geradezu der Grund für deren Entwicklung –, begrenzen solche Teen-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

ager in der Praxis ihre soziale Welt auf jene, die ein Zugangsrecht haben, und schließen alle anderen aus, denen dieses Zugangsrecht im Adressbuch nicht ausdrücklich verliehen wurde.

Dieser streng geregelte gesellschaftliche Umgang wirkt auf mich wie die gesellschaftlichen Gepflogenheiten der viktorianischen Oberklasse, wo Besucher nur dann vorgelassen wurden, wenn sie zunächst beim Butler ihre Visitenkarte abgegeben hatten. Diese Karte ermöglichte dem Gastgeber die Entscheidung, ob der Besucher ein Zugangsrecht genoss oder nicht. Wie seltsam, dass es heutzutage, im 21. Jahrhundert, die Teenager sind, die sich auf solche Mittel verlassen. Sie benutzen eine moderne Technologie, um soziale Umgangsformen zu stützen, über die sie sich, sollte man meinen, lustig machen und mokieren würden, wenn ihre Eltern dergleichen praktizierten.

Zusammenfassung

Diese Schlussfolgerungen ergeben sich nicht nur aus unseren eigenen Forschungen, sondern auch aus denen anderer: in Finnland (vgl. Kopomaa 2000), Deutschland (vgl. Höflich/Gebhardt 2003), auf den Philippinen (vgl. Ellwood-Clayton 2003) und in vielen anderen Ländern (vgl. Harper/Palen/Taylor 2005). Die neuen Handytechnologien gestatten es den Teenagern in der Tat, an ihren Beziehungen intensiver zu arbeiten, als dies früher möglich gewesen wäre. Sie ermöglichen ihnen auch die Realisierung von früher unerfüllten, ja unerfüllbaren Gedanken, Ideen und Wünschen: selbst zu entscheiden, wer mit ihnen kommunizieren darf und wer nicht. Die daraus resultierenden sozialen Systeme sind zugleich komplex, subtil, hochdifferenziert und rigide. Und sie sind wohlgemerkt nicht das Werk derer, die Macht über Teenager haben, sondern die Teenager selbst sind es, die solche Verhältnisse schaffen.

Gleichwohl ist diese soziale Welt (mitsamt den Mustern, die sie konstituieren) von innen bedroht, und zwar durch die Teenager selbst. Sie treffen konfuse und oft auch heikle Entscheidungen: wer in ihrem Adressbuch sein sollte und wer nicht, wann sie als erste eine SMS schicken sollten und wann nicht, und so weiter. Ihre Urteile in diesen Dingen stehen oft im Widerspruch zu denen anderer – zu Urteilen, die gelegentlich umsichtiger und verlässlicher sind –, wobei zu diesen anderen nicht selten auch andere Teenager gehören, zumal solche aus einer anderen Altersgruppe und solche, die im Umgang mit mobiler Kommunikation schon versierter sind. Kurz gesagt, es ist eine Welt aus komplexen und definierbaren Regeln, wobei jedoch die Fähigkeit der Teenager, auf sozial sanktionierte Weise danach zu handeln, sehr variabel und oft auch sehr schwankend ist. Zwar ist diese moralische

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

(Zugangs-)Ordnung selbstgemacht, doch sollte man nicht allzu überrascht sein, dass es sie gibt – letztlich haben wir es ja mit Teenagern zu tun.

Damit bin ich wieder bei meiner Ausgangsfrage angelangt, ob sich die Welt so verändern wird, wie wir das allgemein erwarten, und ob die Veränderungen stets nur in eine neue, freiere Zukunft führen. Ich fragte eingangs, wie sehr sich das Teenagerleben durch – und im Zeichen der – Handys tatsächlich verändere. Ich wollte, dies mein Ansatz, mit Hilfe empirischen Untersuchungsmaterials zeigen, wie die Textur des Teenagerlebens tatsächlich aussieht. Im ersten empirischen Teil des vorliegenden Beitrags, in dem es um die Telefonkosten ging, konnte ich zeigen, dass die tatsächlichen Kämpfe zwischen Eltern und Teenagern, die einen wesentlichen Teil der Teenagerexistenz ausmachen, außerordentlich prosaisch, für die Teenager selbst aber seltsam emotional sind. Während ihrer Ansicht nach die elterlichen Versuche, mit ihnen über Telefon- und SMS-Kosten zu diskutieren, Eingriffe in ihre Privatsphäre sind, sehen die Eltern hier oft nur einen geeigneten Ansatzpunkt für vernünftige Gespräche, um die Jugendlichen zu der Einsicht zu bewegen, dass in der Welt auch auf andere Rücksicht zu nehmen ist. Während für die eine Personengruppe das Ziel solcher Gespräche darin besteht, einer anderen Gruppe von Individuen die Anerkenntnis abzuringen, dass sie Teil der Gesellschaft sind, will die andere Gruppe mit ebendieser Gesellschaft gar nichts zu tun haben, weil sie langweilig, uninteressant und – wie schrecklich! – »alt« ist.

Im zweiten empirischen Teil des Kapitels haben wir dann aber gesehen, dass es in gewisser Hinsicht manchmal gerade die Teenager sind, die sich auf eine Art und Weise verhalten, die man als »alt« oder konservativ bezeichnen kann – insbesondere im Hinblick auf Gesprächs- und soziale Zugangsregeln, auf Fragen, wer am Handy und per SMS wem wie zu antworten hat. Wir haben gesehen, dass die Teenager sehr strikte Regeln anwenden, wenn es darum geht, wer sie anrufen darf, wann sie selbst anrufen, wie lang die Gespräche und welche Themen zulässig sind, und so weiter, und so weiter. Phrasen wie »Jetzt nicht« oder »Genug ist genug« würde man vielleicht eher mit Eltern in Verbindung bringen. Aber es ist die Teenagermoral, die sich mit solchen Maximen genau und zutreffend beschreiben lässt.

Literatur

Berg, Sara/Taylor, Alex S./Harper, Richard (2003), »Mobile Phones for the Next Generation: Device Designs for Teenagers«, in: *Proceedings of CHI 2003*, Fort Lauderdale, FL: ACM Press, S. 433-440.

Brown, Barry/Green, Nicola/Harper, Richard (Hg.) (2001), *Wireless World: Social and Interactional Aspects of the Mobile Age*, London: Springer.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Ellwood-Clayton, Bella (2003), »Virtual Strangers: Young Love and Texting in the Filipino Archipelego of Cyberspace«, in: Kristóf Nyíri (Hg.), *Mobile Democracy: Essays on Society, Self and Politics*, Wien: Passagen Verlag, S. 225-239.

Foucault, Michel (1977), *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*, Übers. A. Sheridan, New York: Pantheon.

Gergen, Kenneth J. (2002), »The Challenge of Absent Presence«, in: James E. Katz/Mark Aakhus (Hg.), *Perpetual Contact: Mobile Communication, PrivateTalk, Public Performance*, Cambridge: Cambridge University Press, S. 227-241.

Grinter, Rebecca E./Eldridge, Margery A. (2001), »Y Do Tngrs Luv 2 Txt Msg?«, Vortrag auf der Seventh European Conference on Computer Supported Cooperative Work, Bonn, 18.-20. September.

Harper, Richard (2003), »Are Mobiles Good for Society?«, in: Kristóf Nyíri (Hg.), *Mobile Democracy: Essays on Society, Self and Politics*, Wien: Passagen Verlag, S. 185-214.

Harper, Richard/Palen, Leysia/Taylor, Alex S. (Hg.) (2005), *The Inside Text: Social, Cultural and Design Perspectives on SMS*, Dordrecht/Boston/London: Kluwer.

Höflich, Joachim R./Gebhardt, Julian (Hg.) (2003), *Vermittlungskulturen im Wandel. Brief, E-Mail, SMS*, Frankfurt am Main: Peter Lang.

Ito, Mizuko (2003), »Mobile Phones, Japanese Youth, and the Replacement of Social Contact«, Vortrag auf der Konferenz »Front Stage/Back Stage and the Renegotiation of the Social Sphere«, Grimstad, Norwegen, 22.-24. Juni.

Kaseniemi, E.-L. (2001), *Mobile Message: Young People and a New Communication Culture*, Tampere: Tampere University Press.

Katz, James E. (2003), »A Nation of Ghosts? Choreography of Mobile Communication in Public Spaces«, in: Kristóf Nyíri (Hg.), *Mobile Democracy: Essays on Society, Self and Politics*, Wien: Passagen Verlag, S. 21-33.

Katz, James E./Aakhus, Mark (Hg.) (2002), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge: Cambridge University Press.

Kopomaa, Timo (2000), *The City in Your Pocket: Birth of the Mobile Information Society*, Helsinki: Gaudeamus.

Ling, Richard S. (2004), *The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society*, San Francisco: Morgan Kaufmann.

Massey, Doreen (1994), *Space, Place and Gender*, Minneapolis: University of Minneapolis Press.

Nyíri, Kristóf (Hg.) (2003), *Mobile Democracy: Essays on Society, Self and Politics*, Wien: Passagen Verlag.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Plant, Sadie (2001), *On the Mobile: The Effects of Mobile Telephones on Social and Individual Life*, Untersuchung im Auftrag von Motorola, http://www.motorola.com/mot/doc/o/234_MotDoc.pdf (14. Juli 2005).

Rivière, Carole Anne/Licoppe, Christian (2005), »France/Japan: Major Trends with Respect to Mobile Phones«, in: Richard Harper/Leysia Palen/Alex S. Taylor (Hg.), *The Inside Text: Social, Cultural and Design Perspectives on SMS*, Dordrecht/Boston/London: Kluwer.

Taylor, Alex S./Harper, Richard (2002), »Age-Old Practices in the ›New World‹: A Study of Gift-Giving between Teenage Mobile Phone Users«, in: *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems: Changing Our World, Changing Ourselves*, Minneapolis, S. 439-446.

Taylor, Alex S./Harper, Richard (2003), »The Gift of the Gab: A Design Oriented Sociology of Young People's Use of mobilZe«, in: *CSCW: An International Journal*, Amsterdam: Kluwer, S. 267-296.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Zweiter Teil:
Mobile Persönlichkeiten

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Emotionale Bindungen im Zeichen des Mobiltelefons

Jane Vincent

Einleitung

Im vorliegenden Beitrag geht es um zwei Aspekte emotionaler Bindungen im Zeichen des Mobiltelefons – um die persönliche Kontaktpflege mit Hilfe des Mobiltelefons und um die gefühlsmäßigen Bindungen der Handynutzer an ihr Gerät. Erörtert wird, wie das Handy dazu dient, ständig mit anderen verbunden zu sein, und wie es als Leitung für emotionale Bindungen fungiert: einerseits bei der Kontaktpflege zu Freunden und Familienangehörigen, andererseits bei der Organisation sozialer und geschäftlicher Netzwerke. Die These dieses Kapitels lautet, dass das Handy Intimität und das Gefühl einer permanenten Verbundenheit fördert – mit geliebten Menschen, aber auch mit weniger willkommenen Anrufern. In diesem Zusammenhang werden Belege aus verschiedenen Studien erörtert, die von der Autorin in den beiden letzten Jahren durchgeführt wurden, insbesondere aus zwei Studien für das globale Branchenforum UMTS Forum (UMTS: Universal Mobile Telecommunications System). Dieses Forum hat sich die Aufgabe gestellt, die soziale Gestaltung der Mobilkommunikation der dritten Generation (3G) zu erkunden, die gerade überall eingeführt wird (vgl. Vincent/Harper 2003; Vincent/Haddon 2004). Die 3G-Technologie erweitert die Möglichkeiten des Handys als Mobilgerät beträchtlich: Zu den Nutzungsmöglichkeiten für Telefongespräche und SMS-Verkehr kommen noch der Internetzugang, Kamera- und Videonutzung, Musik- und Radioübertragung sowie Spielmöglichkeiten hinzu, und das ist noch immer nicht alles. Das vorliegende Kapitel stellt dazu Fragen, bietet Ideen und weitere Untersuchungsmöglichkeiten.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Die Untersuchung der sozialen Gepflogenheiten von Handynutzern

Handynutzer in Großbritannien und Deutschland wurden nach ihrer Beziehung zu ihrem Handy und nach ihren diesbezüglichen Gefühlen befragt (vgl. Vincent/Harper 2003; Vincent/Haddon 2004).[1] Dabei stellte sich heraus, dass viele von ihnen hinsichtlich der auf dem Handy gespeicherten und über das Handy vermittelten Inhalte intensive Gefühle hegten und bereits eine Abhängigkeit von diesem Gerät verspürten – teils sogar eine übermäßige Abhängigkeit. Einige der Befragten berichteten, dass sie während des ganzen Tages Verbindung zu ihren Ehepartnern und Freunden hielten. »Meine Frau ruft mich gern auf dem Handy an – sie wäre hilflos, wenn ich kein Handy hätte, und sie benutzt ihrs die ganze Zeit.« Andere stellten fest, dass sie mehr mit ihren Freunden kommunizierten: »Ich liebe es [mein Handy], weil wir uns frei austauschen können.« Bei manchen war die Bindung an ihr Gerät jedoch so eng, dass sie ohne diesen Schatz gar nicht mehr leben konnten: »Wir hatten abgemacht, dass sie ihre alten Handys ihrem jüngeren Bruder weitergeben sollte; später fand ich jedoch heraus, dass sie es nicht getan hatte, sondern sie unter ihrem Kopfkissen aufbewahrte. Die Textbotschaften und Anrufe, die sie von diesen Handys aus mit ihren Freunden ausgetauscht hatte, waren ihr so kostbar, dass sie den Gedanken nicht ertragen konnte, jetzt könnte ihr Bruder dieses Handys benutzen.« Bei einer anderen Befragten kollidierte der Wunsch, die Beziehung aus der Ferne intensiv zu pflegen, mit dem Schlafbedürfnis: »Ich schicke meinem Freund eine SMS, er solle doch jetzt bitte mit dem Texten aufhören, damit ich schlafen gehen kann.« Schon diese wenigen Beispiele zeigen, welche Rolle Handys im Alltag der Menschen spielen, ganz besonders aber, welche Auswirkung Handys auf die Beziehungen zwischen Liebenden haben.

Obwohl nur wenige Menschen tiefe Gefühle für ihr Handy hegen, benutzen sie es allem Anschein nach, um emotionale Ziele zu erreichen; und die meisten verwenden auch emotionale Sprachkategorien, um ihre Nutzung des Handys zu charakterisieren. Schon die oben angeführten Beispiele belegen, dass die Menschen unterschiedlich auf ihren eigenen Handygebrauch und auf den der anderen reagieren. Bei unseren Untersuchungen wurde ein ganzes Spektrum an Emotionen und Sorgen hinsichtlich des Handygebrauchs identifiziert, das im Folgenden in Tabelle 1 zusammengefasst ist.

1. Zur Erforschung der Handynutzung durch Familien, Jugendliche und Geschäftsleute, sowohl was die persönliche als auch was die geschäftliche Nutzung betrifft, wurden in den Jahren 2002 und 2003 in London und Erfurt Fragebogen, Tagebucheinträge, Interviews und Gruppenbefragungen ausgewertet.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Tabelle 1: Zusammenfassung der Sorgen bezüglich Handy und Emotionen (vgl. Vincent/Harper 2003)

Emotionen	Zum Ausdruck gebrachte Sorgen
Panik	Abwesenheit oder Trennung vom Gerät
Fremdheit	Zwischen denen, die ein Handy besitzen, und denen, die keines besitzen
Cool-Sein	Relaxed sein und Bestandteil der Handykultur sein
Irrationales Verhalten	Kann das Herz nicht dem Verstand unterordnen, etwa bei Handygesprächen am Steuer
Erregung	Neuheit, vielseitige Aufgabenbewältigung (*multi-tasking*), Intimität eines in der Öffentlichkeit empfangenen Textes
Ängste	Angst und Verlangen: z.B. etwas über andere nicht zu wissen und nicht wissen zu wollen; Gegensatz: zu viel Wissen über andere

Wenn das ganze Spektrum der 3G-Dienstleistungen verfügbar wird, speziell jene Dienste, die standortgebundene Daten anbieten, dann werden sich die emotionalen Reaktionen der Menschen wahrscheinlich noch intensivieren – was nicht immer von Vorteil ist. Die durch das Handy gebotene Selbstbestätigung wird dann unter Umständen durch zunehmende Störungen mit weniger willkommenen Interventionen, etwa durch die Aufzeichnung privaten Verhaltens an öffentlichen Orten oder durch das Eindringen in die intimen Räume eines Handy-Freundeskreises, beeinträchtigt (vgl. Vincent 2005). »Freundschaftsraum« (*buddy space*) ist nur einer von mehreren Begriffen, die zur Beschreibung der intimen, privaten Welt jener Gemeinschaft, in der jeder Handynutzer irgendwo zu Hause ist, verwendet werden. Jedes Mal, wenn das Handy angeschaltet wird, wird die abwesende Gegenwart der anderen »Buddys«, die man über das Handy erreichen könnte, aufgerufen: die Frage, ob sie zu diesem Zeitpunkt mit wechselseitiger Kommunikation aktiv beschäftigt sind.

Die mit der Benutzung von Kommunikationsgeräten verbundene Erregung, das Gefühl des »Cool-Seins« und der Wunsch, aus seiner sozialen Gruppe nicht ausgeschlossen zu sein, dominieren weiterhin die Reaktion der Menschen auf ihr Handy. Zunehmend werden Handys für scheinbar bedeutungsloses Geschwätz verwendet, wie die folgende Beobachtung eines Befragten zeigt: »›Ich komme jetzt; ich bin unterwegs‹ … Manchmal sind Anrufe wirklich die reinste Zeitverschwendung … ›Ich komme‹, wissen Sie, das ist doch belanglos.« Es gibt allerdings auch Menschen, für die das Handy noch nicht Bestandteil ihres Lebens ist und die sich weiterhin dagegen wehren: »Ich besitze kein Handy, habe nie eins gehabt und werde auch nie eines haben. Ich habe keine

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Kinder, und meine Frau besitzt ebenfalls kein Handy. Ich bin Verkaufsleiter – ich mache Termine mit den Leuten, ich rufe sie an – mich brauchen sie nicht anzurufen.«

Die Emotionen, die die Befragten zur Beschreibung ihrer Beziehung zu allem, wofür das Handy steht, nannten, betrafen nicht alle Arten von Kommunikation in gleicher Weise. Bei den Untersuchungen ergab sich in der Tat als eine zentrale Erkenntnis, dass vor allem die Handyverbindungen von Person zu Person Emotionen weckten, während die Verbindungen von Personen ins Internet nicht denselben emotionalen Wert hatten. Die massenhafte Versendung von SMS-Textbotschaften, die sogar zur Entstehung eines neuen Slangs für diese Form persönlicher Kommunikation geführt hat, verdeutlicht gegenüber der massenhaften Ablehnung des WAP (Wireless Application Protocol), einem speziellen Internetprotokoll für Handys, also der Kommunikation zwischen Personen und einem Informationsdienst, diese Feststellung geradezu exemplarisch. Natürlich spielt, wenn es um die Akzeptanz solcher Dienstleistungen geht, auch der Preis eine Rolle, aber selbst kostenlose WAP-Angebote stießen kaum auf Interesse (vgl. Vincent 2004). Es scheint, als wären die Leute bereit, fast jeden Preis zu zahlen, damit sie miteinander telefonieren und »simsen« (sich SMS-Botschaften schicken) können. Dieser Wunsch nach ständiger Verbundenheit und handyvermittelter Bestätigung kann jedoch zu einer Situation führen, in der sich ein Werteparadox ergibt. Für manche Menschen ist ihr Handy inzwischen zu wertvoll geworden, als dass sie den Gedanken ertragen könnten, es zu verlieren, und so lassen sie es in manchen Situationen lieber zu Hause: »Ich nehme es nicht mit in den Club, weil es ganz schrecklich wäre, wenn ich's verlieren würde.«

Erklärungen für die emotionale Bindung an das Handy

Erklärungen für die emotionale Bindung an das Handy lassen sich finden, wenn man zwei besondere Aspekte der räumlichen Schnittstelle dieser Beziehung zwischen Nutzer und Handy untersucht. Da ist zunächst die Feststellung, dass das Mobiltelefon für den Nutzer ein fetischartiges Symbol ist, eine Artikulation der eigenen Persönlichkeit. Jedes Handy reflektiert auf einzigartige Weise das Leben des Nutzers zu diesem speziellen Zeitpunkt. So »enthält« das Gerät Erinnerungen, mit den gespeicherten Textbotschaften und Rufnummern verbundene Gefühle, Verabredungen, eigens ausgewählte Klingeltöne, im Telefon statt in der Brieftasche mit sich herumgetragene Fotos, und so weiter. Das Handy als Symbol betrifft »mich, mein Handy und meine Identität«. Doch würde wahrscheinlich nichts dergleichen geschehen, wenn der zweite Punkt nicht wäre: Die Bindung der Menschen an ihr Handy ist nicht das Ergebnis einer monomanen, exklusiven Beschäftigung mit

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

diesem Gerät, sondern es sind eher die Beziehungen zu anderen Menschen, die den Anstoß zur emotionalen Bindung der Nutzer an ihr Handy geben. Diese beiden Gründe – das Handy als Symbol und der emotionale Stellenwert der sozialen Gruppen, mit denen der Nutzer per Handy kommuniziert – sind die wichtigsten Erklärungen, aber es sind noch weitere Gründe für solche emotionalen Bindungen zu bedenken. Gemeinsame Grundlage dieser Erklärung ist die Feststellung, dass das Verhältnis zwischen Mensch und Handy von Gefühlen bestimmt ist. Wir sind empfindende Wesen, werden ständig von unserer Umgebung verändert und emotional berührt. Unsere Handys reflektieren zu jedem Zeitpunkt, wer wir sind. Wir interagieren mit ihm so, wie wir es mit anderen Computergeräten nicht tun – wir liebkosen es, wir umklammern es in Krisensituationen, jederzeit bereit, es zu benutzen, um Hilfe oder Trost zu holen, und wir wissen, dass unsere Lieben es genauso machen, möglicherweise sogar zur selben Zeit. Als lebendige, in stetem Wandel begriffene, fühlende Wesen erleben wir, wie unsere eigenen Mobiltelefone und die Handys anderer einen steten Einfluss auf unser Leben haben.

Die Arbeit von Maturana und Varela (vgl. Varela/Maturana/Uribe 1974) über sich selbst organisierende Systeme in der Natur (»Autopoiesis«) bietet einen Ansatz zur Beschreibung der Art und Weise, wie Menschen von ihren Handys beeinflusst werden: Die Irrungen und Wirrungen des Alltagslebens, die sich über das Handy manifestieren, berühren den Handynutzer emotional, wodurch die mit diesen Ereignissen gekoppelten emotionalen Bindungen Bestandteil des autopoietischen Zustands des betreffenden Individuums werden. Bestimmte soziale Gepflogenheiten bei der Handynutzung führen anscheinend zu intensiveren Beziehungen. Beispiele dafür sind Freunde, die sich ständig gegenseitig anrufen, auch wenn es nichts Besonderes zu berichten gibt, oder Zweierbeziehungen, die durch einen ständigen Austausch von SMS-Botschaften gestärkt werden, wenn die Partner nicht zusammen sein können.

Die genannten Untersuchungen ergaben, dass Menschen per Handy mit anderen sprechen, die sie bereits kennen, und dass sie, wie gesagt, emotional miteinander sprechen. »Wir geraten oft in Panik, wenn die Batterie zu Ende geht«, sagten Befragte, oder: »Ohne mein Handy würde ich mir jetzt sehr, sehr verloren vorkommen.« Die Nutzer verwenden ihr mobiles Telefon aber auch, um Verabredungen und Planungen zu ändern oder sich ganz kurzfristig überhaupt erst miteinander zu verabreden, sei es geschäftlich oder privat. »Ruf mich an, wo du bist, und ich komme dann dorthin.« Das Handy ist somit ein wichtiger Bestandteil unseres emotionalen Speichers, insofern es eine Speicherablage für Verbindungen zu Dingen ist, die emotionale Reaktionen hervorrufen. Und zugleich spielt das tragbare Telefon eine funktionale Rolle bei der Bewältigung des Alltags. Diese alltägliche Verwendung

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

des Handys unterstreicht einen einzigartigen Aspekt der Beziehung, die die Menschen zu ihrem Gerät haben. Schon der Akt der Handybenutzung bezieht simultan mehr Sinneserfahrungen ein als der Umgang mit allen anderen Computergeräten: Wir berühren das Gerät simultan zum Hören und Sehen, denn wenn wir mit unseren Freunden Verbindung halten, sind sie auf dem Display auch visuell präsent, etwa in Form von Adressbucheinträgen oder früheren SMS-Botschaften. Tabelle 2 bietet eine diesbezügliche Interpretation einiger sozialer Praktiken, die bei unseren Untersuchungen identifiziert wurden. Wenn diese Gepflogenheiten zu den menschlichen Sinnen in Beziehung gesetzt werden, geraten die bei unserem Verhältnis zum Mobiltelefon angesprochenen Gefühlsaspekte in den Blick.

Tabelle 2: Gefühlsbeziehungen zwischen Mensch und Mobiltelefon. Die Manifestation sozialer Praktiken in den Sinneswahrnehmungen der Nutzer (vgl. Vincent 2005: 226).

Sinn	**Manifestation sozialer Praktiken hinsichtlich des Handygebrauchs**
Tastsinn	Das Gerät wird in der Tasche oder am Körper getragen, gehalten oder liebkost; man trägt es ständig bei sich. Man weiß, dass die anderen, mit denen man kommuniziert, ihr Gerät ebenfalls berühren oder es ganz in ihrer Nähe haben, oft zur gleichen Zeit, wie man selbst spricht oder eine SMS schickt.
Hören	Man hört anderen mit Hilfe des Geräts zu, in Echtzeit oder über den Anrufbeantworter (Voice Mail); man hört Radio oder Musik. Man produziert neue Klingeltöne und personalisiert andere »Geräusche«, die das Gerät hervorbringt – man lässt andere an diesem kreativen Prozess teilhaben.
Sehen	Man schaut sich das Adressbuch und andere auf dem Gerät gespeicherte persönliche Daten an; man schaut auf das Display, um zu sehen, wer anruft, oder ob man die richtige Nummer gewählt hat; man wählt die Empfänger aus, die eine Gruppen-SMS erhalten sollen. Man sieht nach, welche Botschaften versandt und empfangen wurden. Man zeigt und teilt mit anderen Bilder und SMS-Botschaften. Man fertigt sich neue Bildschirmschoner an, personalisiert Farben und Bilder.
Riechen und Schmecken	Nur mittelbar, vielleicht durch Worte oder Bilder evoziert, welche Atmosphäre vermitteln oder Anlass zur Kommunikation geben

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Man könnte überdies argumentieren, dass die Sinne auch als Ergebnis der Benutzung von Mobiltelefonen auf völlig neue Weise betroffen sind. Statt dass unser Körper wie beim Piercen physisch und mechanisch durchbohrt wird – mit dem Ziel, die sinnliche Erregbarkeit zu erhöhen –, pierct umgekehrt das Handy die Sinne auf eher metaphysische Weise. Maldonado (2003: 20) erörtert den Körper und wie sich die Technologie unablässig anschickt, ihn irgendwie zu übertreffen oder es ihm gleichzutun; doch wird dabei, stellt der Autor fest, »meistens ein ganz wesentlicher Aspekt übersehen. Der natürliche Tastsinn des Menschen hat nicht nur mit Kontakt zu tun; Berühren ist nicht nur Berühren. Unser Tastsinn nimmt viele Faktoren wahr, selbst ohne deren direkten Kontakt zu unserer Haut.« Das Gleiche gilt für alle unsere Sinne; jeder von ihnen deckt ein viel weiteres Spektrum ab als die einfache Funktion, die er auf den ersten Blick zu haben scheint. Die Gefühlsbeziehung zwischen Handy und Nutzer beinhaltet wesentlich mehr als den physischen Kontakt mit diesem Gerät beim Führen eines Telefongesprächs.

Zusammenfassung

Unter Bezugnahme auf neuere Forschungen bietet der vorliegende Beitrag Einsichten in die Art und Weise, wie Menschen ihre Handys im Alltag verwenden. Darüber hinaus wird speziell der Begriff der emotionalen Bindung an das Mobiltelefon untersucht. Bei den angebotenen Erklärungen für dieses scheinbar einzigartige Verhalten wurde die Rolle der sozialen Bezugsgruppen (*buddy groups*) als Fokus für die emotionale Bindung hervorgehoben. Die ständigen Veränderungen, die sich im Alltagsleben der Menschen ergeben, finden ihren Niederschlag häufig im Handygebrauch – selbst wenn manche Menschen gar kein eigenes Handy besitzen. Änderungen und Anpassungen von Verabredungen, das informelle Absprechen neuer Termine, die durch Textbotschaften geförderte Beziehung zwischen Liebenden und der beruhigende Kontakt zwischen Familienmitgliedern – sie alle haben Auswirkungen auf die Autopoiesis des Individuums. Die Vielfalt der Rollen, die das Handy im Alltagsleben übernimmt, trägt nicht zuletzt zur Komplexität der Debatte bei; doch allen funktionalen Zweckbestimmungen liegt diese beständige, wachsende emotionale Bindung des Nutzers an sein Handy zugrunde. Die These, dass dies teilweise darauf zurückzuführen sei, dass die Sinne des Menschen durch alles, was dieses Gerät an Assoziationen hervorruft, geschärft, ja geradezu gepierct werden, bietet Erklärungen für diese Emotionalität. Mit Sicherheit erfordert und lohnt dieser Gegenstand weitere Untersuchungen im Bereich der Mobilkommunikationsforschung, unter sozialwissenschaftlichen ebenso wie unter ingenieurwissenschaftlichen Aspekten.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Literatur

Maldonado, Tomás (2003), »The Body: Artificialization and Transparency«, in: Leopoldina Fortunati/James E. Katz/Raimonda Riccini (Hg.), *Mediating the Human Body: Technology, Communication and Fashion*, Mahwah, NJ/London: Lawrence Erlbaum & Associates.

Varela, Francisco J./Maturana, Humberto/Uribe, Ricardo (1974), »Autopoiesis: The Organization of Living Systems, Its Characterization and a Model«, in: *Biosystems* 5, S. 187-196.

Vincent, Jane (2004), »The Social Shaping of the Mobile Communications Repertoire«, in: *The Journal of Communications Network* 3 (1).

Vincent, Jane (2005), »Are People Affected by Their Attachment to Their Mobile Phone?«, in: Kristóf Nyíri (Hg.), *A Sense of Place: The Global and the Local in Mobile Communication,* Wien: Passagen Verlag, S. 221-230.

Vincent, Jane/Harper, Richard (2003), *The Social Shaping of UMTS: Educating the 3G Customer*, UMTS Forum Report Nr. 26.

Vincent, Jane/Haddon, Leslie (2004), *Informing Suppliers about User Behaviours to Better Prepare Them for Their 3G/UMTS Customers*, UMTS Forum Report Nr. 34.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Das Mobiltelefon im Spannungsfeld zwischen privater und öffentlicher Kommunikation: Ergebnisse einer internationalen explorativen Studie

Joachim R. Höflich

Das Mobiltelefon als »indiskretes Medium«

Das Verhältnis von Privatem und Öffentlichem ist nicht statisch. Unter den vielfältigen Einflüssen auf eine laufende Neukalibrierung des Privaten und Öffentlichen sind es nicht zuletzt die Medien, die zu einer Grenzverschiebung beitragen oder zumindest solche Entwicklungen verstärken, gleichwohl aber nicht nur prägen, sondern in einem rekursiven Sinne dadurch geprägt werden. Wenn es schon eine von Sennett (1990) verortete Tendenz zu einer »Tyrannei der Intimität« gibt, dann haben die Medien, allen voran die Massenmedien, keinen unwesentlichen Anteil daran (*Big Brother* ist nur ein, wenn auch prominentes Beispiel). Das Private, ja Intime wird hemmungslos in die Öffentlichkeit getragen. Wie weitreichend mediale Einflüsse auf die Orientierungen im Alltag sind, darüber ist zu diskutieren. Doch Verschiebungen von Grenzen scheinen leichter hingenommen zu werden, und auch Empfindsamkeiten, ob und wann es sich um Indiskretionen handelt, dürften sich verändern (vgl. Weiß 2002: 68). Nicht zuletzt gehört im Zuge einer zunehmenden Mediatisierung des Alltags dazu, dass Medien, die bislang häuslich waren, ihr angestammtes Heim verlassen, wie etwa im Falle des Fernsehens auf öffentlichen Plätzen, des Walkman oder des mobilen Internet.

Von aktueller Bedeutung und Brisanz ist das mobile Telefon. Folgt man Geoff Cooper (2001: 22), dann ist es Inbegriff einer »indiskreten Technologie«. Gemeint ist damit nicht allein, dass mit ihr eine indiskrete Form der Kommunikation vermittelt wird, sondern dass sie gerade bislang diskrete, also voneinander getrennte Domänen oder Kategorien – hier des Öffentlichen und Privaten – ineinander gehen lässt. Was

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

beim häuslichen Telefon verborgen war, wird nun kollektiv zugänglich; was auf der »Hinterbühne« ablief, wird nun auf der »Vorderbühne« ausgetragen.[1] »Mit dem Handy verliert das Telefonieren seine Intimität, das Private dringt in die Öffentlichkeit« (Burkart 2000: 218). Unter Umständen ist es sogar möglich, im öffentlichen Raum ungestörter zu telefonieren als zu Hause. Nicht zuletzt für Jugendliche hat das Mobiltelefon gerade deshalb seine besonderen Reize, weil es gestattet, an den Eltern (und somit an der elterlichen Kontrolle) vorbei zu telefonieren. Und gelegentlich mag es gerade deshalb besonders attraktiv sein, sich im öffentlichen Raum zu zeigen, weil man sich dadurch in den Vordergrund rücken kann – und hierzu wird eben das Handy als ein Vehikel der Selbstdarstellung auf der Vorderbühne verwendet.

Das Mobiltelefon, das Private und das Öffentliche

Das Mobiltelefon trägt nicht nur dadurch zu einer Privatisierung des öffentlichen Raumes bei, weil private oder gar intime Themen öffentlich ausgetragen werden. Es handelt sich nachgerade um ein privates Medium, weil das Netzwerk der damit verbundenen Medien im Kern aus Personen besteht, die sich bereits kennen, mehr noch: zu denen ausgeprägte Beziehungen bestehen. Das spiegelt sich schon darin wider, dass es in der Tat auch nur einen begrenzten Kreis im Umfeld des Telefonierenden gibt, der über die Rufnummer des Mobiltelefons verfügt: Mobiltelefonnummern sind in der Regeln nicht in einem Fernsprechverzeichnis aufgeführt und schon deshalb privat. »Das heißt, dass man mit Hilfe des Mobiltelefons andere erreichen kann, die einem besonders nahe stehen, und auch von diesen erreicht werden kann – anders gesagt, von einem besonders begrenzten sozialen Netzwerk. […] Nur dieses Netzwerk hat die Erlaubnis anzurufen, während den Mobilfunkteilnehmern insgesamt der wechselseitige und offizielle Zugang verweigert wird« (Fortunati 2002a: 524). Gelangt das Mobiltelefon in den öffentlichen Raum, dann wird dieser zugleich in etwas Privates verwandelt, mit der Folge einer … mit der Folge einer »unkontrollierten Aneignung öffentlichen Raumes« (Fortunati 2002a: 522; vgl. auch Kopomaa 2000: 92f.). Telefonierende ziehen sich aus der gegebenen Situation zurück und bilden eine Art kommunikative Insel, indem sie eine Art »improvisierte Freiluft-Handy-Telefonzelle« (Lasen 2003: 19) suchen, eine Nische, in der sie ungestört reden können. Damit wird auch zum Ausdruck gebracht, dass mit ihnen im Hier und Jetzt der Präsenzsituation (zumindest temporär) nicht zu rechnen ist. Man mag andere ignorieren können. Ob dies anders herum funktioniert, ist eine andere Frage: Anwesende Dritte werden zu unfreiwilligen Mithörern

1. Zur Unterscheidung von Vorder- und Hinterbühne vgl. Goffman (1969: 99ff.).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

eines Telefonats, wiewohl sie von diesem auch nur die Hälfte hören. Das Mobiltelefon erzeugt schon gerade aufgrund von dessen Aufdringlichkeit eine Störung der öffentlichen Kommunikationsordnung; alleine dessen Klingeln stellt eine Störung dar. Erst recht wird es zu einem Problem, weil die bisher vertrauten Nähe-Distanz-Arrangements durcheinander kommen.

Zumal unter dem Vorzeichen des Lebens in der Großstadt sind wir alltäglich damit konfrontiert, Distanz trotz oder gerade wegen der Bedingungen von Nähe herzustellen. So vermerkt Bahrdt (1969: 79): »Die der Öffentlichkeit eigene Distanz zwischen den Individuen bzw. zwischen Individuum und Gesamtheit ist nicht nur eine negative Voraussetzung, die die Integrationsformen der Öffentlichkeit notwendig macht, sondern auch ein konstitutives Moment. Ihr verdankt das öffentliche Leben seine spezifische Spannung, Lebendigkeit, Variabilität und Bewusstheit.« Dabei tritt die Persönlichkeit bei einer »sorgfältig gepflegten Distanz« nicht als »Ganzes« in Erscheinung, sondern nur ein partialer Teil von ihr. Um Bloßstellungen zu vermeiden, gehört es auch dazu, dass Persönliches, das nicht für andere gedacht ist und so gesehen auch die Offenheit der Kontakte stören würde, zurückgehalten wird (vgl. Bahrdt 1969: 66). Georg Simmel (1995: 123) spricht von einer Reserviertheit, die dem Stadtbewohner eigen sei, die »Distanzen und Abwendungen« bewirke, ohne die das der Großstadt eigene Leben nicht möglich sei. Zu einer für das öffentliche Leben konstitutiven Wahrung von Distanz trotz Nähe gehört auch das, was Richard Sennett »Zivilisiertheit« nennt. Er meint damit »ein Verhalten, das die Menschen voreinander schützt und es ihnen zugleich ermöglicht, an der Gesellschaft anderer Gefallen zu finden. […] Zivilisiertheit zielt darauf, die anderen mit der Last des eigenen Selbst zu verschonen« (Sennett 1990: 335). Unzivilisiert ist wiederum, so Sennett, just das Gegenteil, nämlich Andere mit dem eigenen Selbst zu belasten. Doch es geht nicht nur darum, dass wir andere in Distanz bzw. zu anderen Distanz halten, sondern auch darum, dass wir mit Situationen von Nähe adäquat umgehen. Ein Mechanismus beispielsweise, der vor allem dann greift, wenn wir in Hörweite von anderen sind, wird von Erving Goffman »civil inattention« genannt. Gemeint ist damit keine Ignoranz anderen gegenüber, sondern eine Haltung, als ob andere gleichgültig wären, als ob wir (auch wenn dies faktisch nicht der Fall ist) anderen nicht zuhören würden (vgl. Goffman 1971a: 85; 1974: 294; 1994: 153).

Das Mobiltelefon bringt die bisherigen Nähe-Distanz-Praktiken durcheinander. Es werden Teile der Persönlichkeit anderen zugänglich gemacht, die ansonsten verborgen geblieben wären. Es handelt sich insofern um ein »unzivilisiertes« Verhalten, als dass man anderen gegen deren Willen »Lasten des eigenen Selbst« aufbürdet. Weil das Mobiltelefon nachgerade einen Schub der zwischenmenschlichen Nähe auslöst, gilt es die Arrangements von Nähe/Distanz respektive Privatsphä-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

re/Öffentlichkeit neu zu kalibrieren (vgl. Ling 2005). Doch wenn das Verhältnis von Privatem und Öffentlichem gerade nicht kulturell invariant ist und überdies mit einer kulturell differenten Einbindung des Gebrauchs des Mobiltelefons zu rechnen ist, dann sind gerade hier kulturell unterschiedliche Lösungen zu erwarten. In Europa beispielsweise gibt es klare Unterschiede in der Einschätzung, an welchen Orten man das Mobiltelefon eingeschaltet lassen darf oder wo man es besser ausschalten soll. Franzosen und Deutsche, so berichtet Haddon (1998), würden es verglichen mit Italienern, Spaniern oder Engländern weitaus eher als einen Fauxpas ansehen, wenn im Restaurant das Handy eingeschaltet ist.

Kulturvergleichende Studien sind meist darauf hin ausgerichtet, Unterschiede herauszustellen. Doch demgegenüber sind gleichwohl Gemeinsamkeiten mitzudenken. Mit Katz et al. (2003: 85) mag man sich fragen: Gibt es so etwas wie eine internationale Kultur des Mobiltelefons, die Kontinente übergreifend ist? Gibt es nicht auch eine internationale Teenager-Kultur, bei der das Mobiltelefon eine bedeutsame Rolle spielt? Gibt es kulturelle Universalien respektive Beinahe-Universalien bezüglich der Bedeutung von Kommunikation im Leben der Menschen?

Ergebnisse der explorativen Studie

Das Aufspüren von kulturellen Unterschieden und Gemeinsamkeiten im Umgang mit dem Mobiltelefon in verschiedenen europäischen Ländern war das Ziel einer zwischen November 2002 und Januar 2003 von uns durchgeführten Interview-Studie. Sie ist gleichsam als Teil eines umfassenden Forschungsprojektes zu sehen, in dessen Zentrum die wachsende Durchdringung des Alltags mit Medien der Telekommunikation sowie der damit verbundene Wandel kommunikativer Alltagspraktiken steht (siehe dazu auch Höflich/Gebhardt 2003; 2005). Die Studie hat dabei den Charakter einer Pilotstudie, die im weiteren Verlauf durch zusätzliche Untersuchungen ergänzt werden soll, wozu auch qualitative Beobachtungsstudien des Kommunikationsverhaltens auf öffentlichen Plätzen gehören (Höflich 2005). Wenngleich sich unser Forschungsprojekt dabei an der von Glaser und Strauss (1967) beschriebenen Strategie der »grounded theory« orientiert, so haben wir uns hier im Gegensatz zu der ansonsten vielleicht üblichen Vorgehensweise dazu entschieden, eine quantitative Studie als Ausgangspunkt unserer Forschungsarbeit zu nehmen. Die Intention hierbei war es, erste Einblicke in das Spannungsverhältnis zwischen privater und öffentlicher Kommunikation zu erhalten und die so gewonnenen quantitativen Daten als Impulsgeber für weitere vertiefende, qualitative Studien zu verwenden.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Möchte man sich der Nutzung des Handys im Spannungsverhältnis zwischen öffentlicher und privater Kommunikation aus einer kulturvergleichenden Perspektive nähern, so ist man zunächst mit der Frage konfrontiert, nach welchen Kriterien die jeweiligen Untersuchungsländer auszuwählen sind. Es muss also entschieden werden, wie das der Studie zugrunde liegende »theoretical sampling« gezogen werden soll. Wenngleich diese Problematik in der entsprechenden Literatur sehr unterschiedlich diskutiert wird (vgl. dazu etwa Hantrais 1996; Przeworski/Teune 1970), ist eine Auswahlstrategie angewandt worden, die Przeworski und Teune (1970: 31ff.) folgt. Diese lässt sich als eine Strategie beschreiben, bei der die entsprechenden Länder nach dem Prinzip ihrer größtmöglichen Gemeinsamkeiten (»most similar«), aber auch ihrer größtmöglichen Unterschiede (»most different«) selektiert werden. Entsprechend kamen für die Untersuchung nur solche Länder in Frage, die zwar auf der einen Seite eine ganze Reihe gemeinsamer Merkmale teilen (zum Beispiel soziale, ökonomische und politische Strukturen – hier aber auch die Diffusionsrate des Mobiltelefons), von denen man aber auf der anderen Seite davon ausgehen kann, dass sie sich hinsichtlich anderer Merkmale deutlich voneinander unterscheiden. So wurden schließlich Finnland, Deutschland, Italien und Spanien in die Untersuchung aufgenommen.

Repräsentativität konnte bei dieser explorativen und Hypothesen generierenden Pilotstudie nicht das Ziel sein. Es ist deshalb einleuchtend, dass selbst wenn im Weiteren auf das kommunikative Verhalten der »Finnen«, »Deutschen«, »Italiener« oder »Spanier« Bezug genommen wird, nichts über die Bewohner dieser Länder im Allgemeinen ausgesagt werden kann oder will. Im Vordergrund steht dabei der Versuch, mögliche Problemfelder der Nutzung des Mobiltelefons im Spannungsfeld zwischen privater und öffentlicher Kommunikation aufzudecken, um so mögliche Anhaltspunkte für die Konzeption zukünftiger Forschungsstudien zu erhalten. Integraler Bestandteil der von uns gewählten Forschungsstrategie bildete ein Anfang 2003 an der Universität Erfurt abgehaltener Expertenworkshop, in dem die erhobenen quantitativen Daten mit ausgewiesenen Wissenschaftlern auf dem Gebiet der mobilen Kommunikation und aus den jeweiligen Untersuchungsländern diskutiert worden sind. Ziel hierbei war es, dem Risiko eines allzu »ethnozentristisch« getrübten Blickwinkels vorzubeugen und dadurch gleichsam die Validität unseres Datenmaterials besser einschätzen zu können.[2]

2. In diesem Zusammenhang sei ausdrücklich Prof. Leopoldina Fortunati (Italien), Virpi Oksman (Finnland) und Prof. Santiago Lorente (Spanien) gedankt, die mit ihren Kommentaren und Diskussionsbeiträgen wertvolle Hinweise mit Blick auf die Interpretation des von uns gewonnenen Datenmaterials lieferten. Die jeweils von ihnen abgegebenen Einschätzungen werden an verschiedenen Stellen in Form schriftlicher Zitate

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Ein mögliches mit der Nutzung des Mobiltelefons im öffentlichen Raum einhergehendes Spannungsverhältnis zeichnet sich zunächst einmal dadurch ab, mit wem üblicherweise über was am Handy gesprochen wird. Gemeint ist damit das Potenzial des Mobiltelefons, Intimität außerhäusig zu machen oder, um es mit den Worten von Leopoldina Fortunati (2002b: 49) auszudrücken: »Dieses Gerät versetzt uns in die Lage, die Intimität persönlicher Beziehungen beizubehalten, während wir uns von einem Ort zum anderen bewegen, anders gesagt, in einer öffentlichen Dimension, die traditionell der Ort extravertierter sozialer Beziehungen ist.«

Die Bedeutsamkeit des Mobiltelefons als intimes Kommunikationsmedium zeigt sich dabei schon in dessen Entwicklung von einem ehemals dominanten Medium beruflicher Kommunikation hin zu einem Beziehungsmedium. Nicht unähnlich dem Festnetztelefon sind inzwischen auch im Falle des Mobiltelefons Lebensgefährten, Familienmitglieder sowie gute Freunde und Verwandte die häufigsten Kommunikationspartner:

»In diesem Sinn sind Mobiltelefone im Wesentlichen persönliche Geräte zur Aufrechterhaltung des persönlichen Lebens und persönlicher Bindungen, zur Förderung des Zusammenhalts zwischen Personen, die sich bereits relativ fest aneinander gebunden haben« (Harper 2003: 94). Auch die von uns erhobenen Daten legen eine solche Einschätzung nahe (siehe Abbildung 1).

Neben der Kommunikation mit dem Lebensgefährten fungiert das Mobiltelefon zudem als ein ausgesprochenes Familienmedium, wenngleich sich hier deutliche länderspezifische Unterschiede zeigen. Ins-

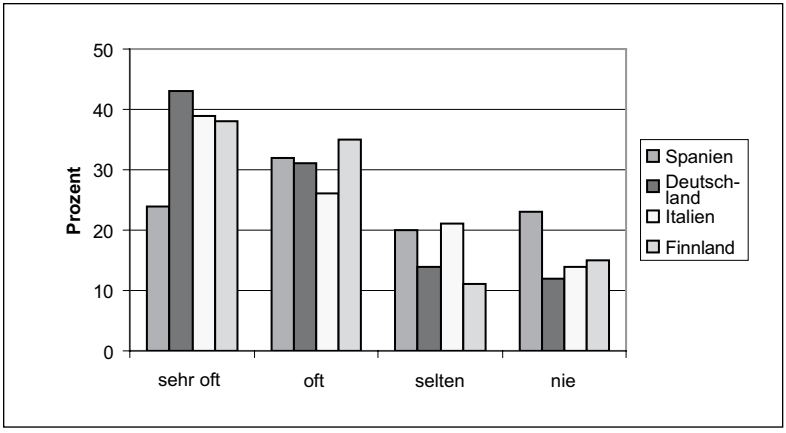
wiedergegeben und beziehen sich dabei auf die Mitschriften der an der Universität Erfurt abgehaltenen Expertendiskussion. Wenngleich das in den jeweiligen Ländern gezogene Befragungssample keinen Anspruch auf Repräsentativität erheben kann, so wurden die Untersuchungspersonen – 100 Interviewteilnehmer je Land – doch nach einer vorab festgelegten Quotierung (z.B. soziodemographische Merkmale und die Größe des Wohnorts) gezogen. Obwohl dabei ein relativ breiter Querschnitt der Bevölkerung erreicht werden konnte, ist der Anteil der Studierenden über alle Länder hinweg und insbesondere im deutschen Interviewsample am höchsten. Die zweitgrößte Befragungsgruppe in den vier untersuchten Ländern stellen Angestellte und Beschäftigte im öffentlichen Dienst. Der Großteil der Befragungspersonen ist zwischen 15 und 24 Jahre alt, womit der Anteil jüngerer Menschen über alle Länder hinweg überproportional vertreten ist. Von den insgesamt 400 Untersuchungsteilnehmern sind 51 Prozent weiblichen und 49 Prozent männlichen Geschlechts, wobei die Verteilung zwischen Männern und Frauen in allen Ländern etwa gleich groß ist. Unterscheidet man nach der Größe der Gemeinde bzw. Stadt, so ergibt sich ein Spektrum von Befragten, die aus einer Gemeinde von weniger als 5000 Einwohnern kommen bis hin zu einer Stadtgröße von mehr als 500.000 Einwohnern. Die Mehrzahl der Interviewpersonen kommen dabei aus städtischen Regionen um Tampere (Finnland), Erfurt (Deutschland), Udine (Italien) und Madrid (Spanien).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

besondere in Italien scheint sehr häufig auf das Mobiltelefon zurückgegriffen zu werden, wenn es gilt, die Kommunikation mit Familienmitgliedern aufrechtzuerhalten.

Die Nutzung des Mobiltelefons zur Kommunikation privater Gesprächsinhalte im öffentlichen Raum kann aus verschiedenen Gründen

Abbildung 1: Mobile Kommunikation mit Lebensgefährten (n=400).



unpässlich sein. Einen in dieser Hinsicht bedeutsamen Aspekt stellt die Organisation von Nähe und Distanz zwischen den Kommunikationspartnern einerseits und den mitanwesenden Dritten andererseits dar. Ein solches Nähe/Distanz-Management hängt dabei zum einen von spezifischen raum-zeitlichen Charakteristika einer jeweiligen Kommunikationssituation ab (z.B. von der räumlichen Distanz zu anderen, der Größe und der räumlichen Anordnung wie auch der Gesprächs- und Umgebungslautstärke). Dieses Management ist zum anderen eng mit der Existenz spezifisch wirksamer sozialer und kommunikativer Regeln verbunden – so etwa in Bezug auf die Frage, ob der Gebrauch eines Mediums oder sogar ein Face-to-face-Gespräch mit anderen als zulässig betrachtet wird. Von besonderer Bedeutung ist in diesem Zusammenhang, inwiefern die Nutzung eines Handys das in sozialen Situationen eingeforderte Engagement entzieht (vgl. Burkart 2000: 219). Solche situative Gegebenheiten lassen sich nach dem Grad ihres jeweils erforderlichen Engagements unterscheiden und zwar insofern, als es sich dabei um dominante oder untergeordnete Engagementanforderungen handeln kann. Entsprechend ist zu vermuten, dass es Orte gibt, an denen die Verwendung eines Mobiltelefons als mehr oder weniger störend wahrgenommen wird. Dies wäre schließlich davon abhängig, wie stark dessen Nutzung von den Mitanwesenden als ein Verstoß gegen das gegenseitig eingeforderte Engagement angesehen wird. Tabel-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

le 1 zeigt jene Orte, an denen die Nutzung des Mobiltelefons als besonders störend empfunden wird.

Tabelle 1: Orte, an denen das Handy als »besonders störend« wahrgenommen wird (n=400).

Im Kino, Theater oder Museum	92.0 %
Auf offiziellen Veranstaltungen (z.B. einem Vortrag)	91.5 %
In Kirchen	89.6 %
In Warteräumen (z.B. beim Arzt)	70.8 %
In Restaurants	57.5 %
Auf geselligen Veranstaltungen (z.B. einer Party)	47.5 %
Bei der Arbeit	41.8 %
In öffentlichen Verkehrsmitteln (z.B. Bus und Bahn)	37.5 %
In Bars oder Cafés	34.4 %
Auf Sportveranstaltungen	29.5 %
Zu Hause bei anderen	27.1 %
In Geschäften	25.0 %
Zu Hause bei mir	18.3 %
In Wartehallen (z.B. in Bahnhöfen)	14.0 %
Auf der Straße	8.1 %
In öffentlichen Parkanlagen	7.0 %
In Fußgängerzonen	6.0 %

Wenngleich in diesem Zusammenhang nicht näher auf die hier aufgelisteten Situationen eingegangen werden kann, so zeigen sich hinsichtlich der Beurteilung der Handynutzung an unterschiedlichen Orten doch deutliche kulturspezifische Unterschiede. Dies kann nun wiederum als ein Hinweis darauf gedeutet werden, dass die jeweiligen Situationen in das Gesamtgefüge eines kulturell jeweils unterschiedlich gehandhabten »Situationshaushalts« eingebettet sind und nur vor diesem Hintergrund verstanden werden können.

Zumindest mit Blick auf die ersten vier der in Tabelle 1 aufgelisteten Situationen wurden die von uns erhobenen Daten von den Teilnehmern der Expertendiskussion als »typisch« für die hier untersuchten Länder bezeichnet. Anders verhielt sich dies jedoch hinsichtlich der übrigen Orte und Situationen. So wurden die diesbezüglich erhobenen Daten nicht nur von Santiago Lorente, sondern auch von Virpi Oksman und ebenso von Leopoldina Fortunati als eher ungewöhnlich für die von ihnen untersuchten Länder eingestuft. Anders formuliert:

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Nicht nur in Spanien, sondern auch in Finnland und Italien scheint die Nutzung des Mobiltelefons im Rahmen der aufgelisteten Situationen weitaus weniger zu stören, als dies von den Ergebnissen suggeriert wird. Insbesondere scheint dies für den Arbeitsplatz, für Bars, Cafés und Restaurants, aber auch für öffentliche Parkanlagen und Fußgängerzonen zu gelten.

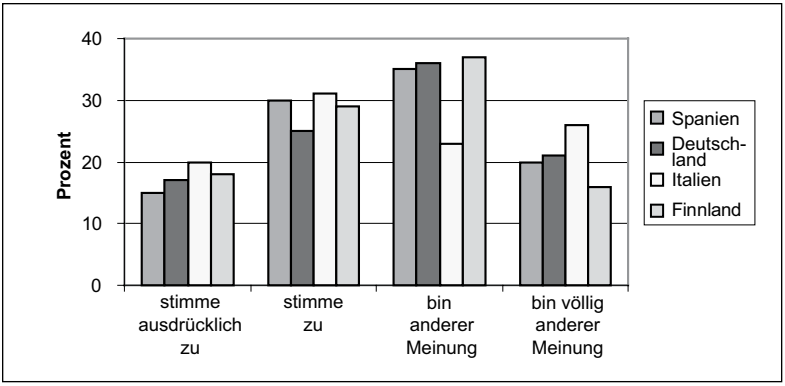
Mit Blick auf die Frage, in welchem Ausmaß der Gebrauch des Handys in unterschiedlichen Situationen als störend empfunden wird, verwies Leopoldina Fortunati zudem auf die Bedeutsamkeit der in einem Land vorfindbaren Diffusionsrate des Mobiltelefons. So konnte sie auf der Grundlage einer von ihr im Jahre 1996 in Italien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien und Spanien durchgeführten Fragebogenuntersuchung (n=6609) aufzeigen, dass das Handy vor allem in solchen Ländern als Störfaktor wahrgenommen wird, wo auch die Verbreitung von Mobiltelefonen besonders hoch ist – ein Zusammenhang, der sich insbesondere in Italien, aber auch in Großbritannien nachweisen lässt (vgl. Fortunati 1998). Wenngleich sich ihren Ergebnissen zufolge gerade Deutschland als ein Land herausstellte, in dem das öffentliche »Zurschaustellen« privater Angelegenheiten am Mobiltelefon am skeptischsten betrachtet wurde, so stellte sie mit Blick auf die von uns erhobenen Daten dennoch fest, »dass die Prozentzahlen in der zweiten und dritten Gruppe von Situationen für Italien, und wahrscheinlich auch für Deutschland, zu hoch sind«.

Der Rahmen mobiler Kommunikation lässt sich dadurch kennzeichnen, dass hier die Anwesenheit Dritter keine Marginalie, sondern einen nachgerade integralen Bestandteil der Kommunikationssituation darstellt. Wendet man sich der Frage zu, wie die Menschen in den von uns untersuchten Ländern mit diesem Umstand umgehen, dann ergibt sich folgendes Bild: Fast die Hälfte der Befragten empfindet es als eher unangenehm, wenn Fremde während eines Handytelefonats anwesend sind. Knapp ein Drittel versucht solche Situationen zu vermeiden, fast jeder Fünfte schaltet das Handy ganz aus und immerhin 40 Prozent ist es sogar peinlich, wenn das Handy in Situationen klingelt, in denen andere Menschen anwesend sind. Während die Anwesenheit Dritter ebenso wie die Tatsache der Medienverwendung bei medienvermittelten Kommunikationsprozessen von den Gesprächspartnern häufig ausgeblendet wird (vgl. Gergen 2002), so scheint dies im Falle der Mobiltelefonnutzung anders zu sein. Hier ist man sich der Medienverwendung in Anwesenheit eines zumindest latent vorhandenen Publikums durchaus bewusst. Entsprechend wurde auch das Statement: »Wenn ich mit dem Handy telefoniere, dann vergesse ich manchmal, dass fremde Personen anwesend sind«, von 60 Prozent der befragten Personen eindeutig abgelehnt. Nur gerade sechs Prozent der Befragten schlossen sich dieser Aussage ausdrücklich an. Das Erstaunliche hierbei ist allerdings, dass obwohl die Nutzung des Mobiltelefons auf öf-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

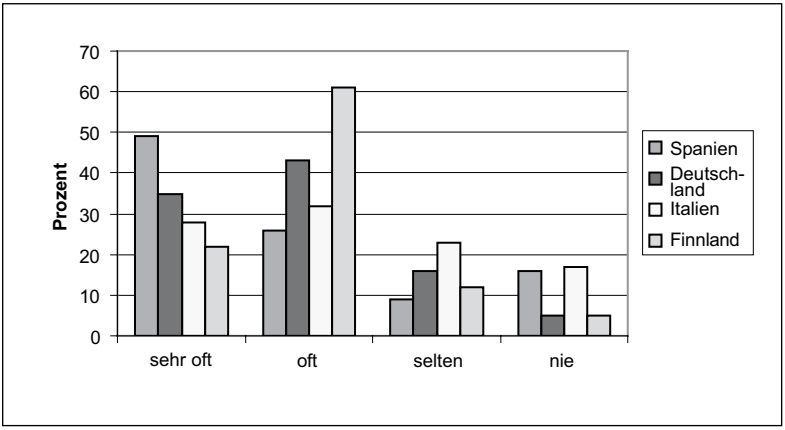
fentlichen Plätzen – insbesondere in Italien – zu einem inzwischen weit verbreiteten Phänomen geworden ist, es gerade die italienischen Interviewpartner waren, die dem Statement zustimmten: »Wenn Fremde anwesend sind, ist es mir unangenehm, mit dem Handy zu telefonieren«. Dieser Sachverhalt ist in Abbildung 2 wiedergegeben.

Abbildung 2: Handynutzung in Anwesenheit Dritter (n=400).



Ebenso kann aus diesem Antwortverhalten nicht geschlossen werden, dass die Menschen in Gegenwart Dritter auch tatsächlich leise sprechen, wenn sie auf das Handy zurückgreifen (siehe Abbildung 3). So

Abbildung 3: Mobiltelefon und Sprechverhalten in Anwesenheit Dritter (n=400).



sind es neben den spanischen Befragungspersonen gerade die italienischen Untersuchungsteilnehmer, die sich gegenüber dem Statement:

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

»Wenn Fremde anwesend sind, dann spreche ich leise oder drehe mich weg«, ablehnend äußerten.

Diese Ergebnisse erstaunten nicht nur Leopoldina Fortunati, sondern auch Santiago Lorente, der etwa in Bezug auf Abbildung 3 feststellte: »Ich habe das Gefühl, dass diese Resultate für Spanien zu hoch sind […], weil Handygespräche in Gegenwart anderer in Spanien fast so üblich geworden sind wie das Tragen eines Regenschirms oder einfach Gespräche mit anderen in der Öffentlichkeit.« Hinsichtlich der Lautstärke, mit der in der Öffentlichkeit mittels des Mobiltelefons gesprochen wird, verwies Santiago Lorente neben den möglicherweise kulturell bedingten Aspekten vor allem auch darauf, dass solche Verhaltensmuster eng mit dem Bildungsgrad sowie daran gekoppelten Höflichkeitsvorstellungen zu tun haben könnten: »Gebildetere Menschen sind oft die höflicheren; sie sprechen daher leise oder wenden sich von den anderen ab.« Wenngleich er diesbezüglich zu bedenken gab, dass auch das Gegenteil zutrifft: »Auf jeden Fall trifft es zu, dass Südeuropäer (z.B. Griechen, Italiener, Portugiesen und Spanier) dazu neigen, in der Öffentlichkeit lauter zu sprechen als ihre nordeuropäischen Gegenstücke.« Diese Einschätzung wurde auch von Virpi Oksman mit Blick auf die von ihr in Finnland beobachteten Verhaltensweisen bestätigt. Unabhängig davon ist es jedoch sicherlich richtig, dass die Nutzung des Handys in verschiedenen öffentlichen Situationen durchaus als störendes Element wahrgenommen wird. Dies geschieht schon alleine deshalb, weil es durch die Inanspruchnahme von zu viel »Lautraum« (Goffman 1971b: 71) – sei dies nun ein zu laut geführtes Telefonat oder ein zu laut eingestellter Klingelton – zu Störungen kommen kann. Dabei geht vielen Menschen bereits das schiere Herumhantieren mit dem Handy auf die Nerven, wenn der Situation dabei ein zu hohes Maß an Engagement entzogen wird.

Ein weiteres als störend empfundenes Moment privater Handygespräche in der Öffentlichkeit ergibt sich dadurch, dass andere nur die eine Seite des telefonisch vermittelten Dialogs hören können (vgl. Ling 2002). Entgegen dieser immer wieder geäußerten Vermutung zeigte sich jedoch bei unserer Studie, dass dem nicht zwingend so ist. Nur knapp acht Prozent aller Befragten finden es besonders störend, dass sie nur »eine Seite« des Gesprächs mithören können, wenngleich dieser Anteil bei den italienischen Untersuchungsteilnehmern mit 13 Prozent wiederum etwas höher liegt als bei den anderen Befragten. Hingegen wird es als deutlich störender angesehen, dass man dabei Dinge von anderen Menschen mitbekommt, die einen eigentlich gar nichts angehen.

Auch wenn von Land zu Land jeweils unterschiedliche Vorstellungen darüber existieren, wie man sich in der Öffentlichkeit zu verhalten hat, gibt es dennoch deutliche Hinweise darauf, dass die Menschen unabhängig von ihrer jeweiligen kulturellen Einbettung sehr wohl ein Be-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

dürfnis nach einer von anderen respektierten Privatsphäre im öffentlichen Raum besitzen. Dem stimmten auch die Teilnehmer unserer Expertendiskussion zu, wenngleich sich Santiago Lorente und Leopoldina Fortunati mit Blick auf die oben angeführten Ergebnisse durchaus skeptisch äußerten. So würde das häufig diskutierte Phänomen, Dinge von anderen Menschen mitzubekommen, die einen eigentlich gar nichts angehen, weder in Spanien noch in Italien zu größeren Irritationen führen. Ihrer Ansicht nach fiel der Anteil an Befragungspersonen, die dem oben genannten Statement ihre Zustimmung gaben, deutlich zu hoch aus. Demgegenüber konnte sich Virpi Oksman den in Finnland deutlich über 40 Prozent liegenden Anteil damit erklären, dass die Finnen ein durchaus starkes Bedürfnis nach einer von anderen respektierten Privatsphäre hätten – ein Phänomen, das sich schon alleine darin zeigen würde, dass die öffentlichen Telefonzellen in Finnland bis vor wenigen Jahren so konstruiert wurden »dass keine Außenstehenden irgendetwas von den privaten Telefongesprächen hören konnten«.
Allerdings, so Oksman weiter, würden die Finnen inzwischen sogar in der Öffentlichkeit alle nur erdenklichen Gesprächsthemen über das Mobiltelefon abhandeln.

Schlussbemerkungen

Das Mobiltelefon gibt uns einen weiteren Grund, darüber nachzudenken, inwiefern sich durch den Prozess der zunehmenden Mediatisierung des kommunikativen Alltags Grenzen zwischen öffentlicher und privater Kommunikation verschieben. Dabei handelt es sich um Grenzen, die ohnehin schon immer in Bewegung waren und sich überdies sowohl historisch als auch kulturell voneinander unterschieden. Wenngleich der hier verfolgte kulturvergleichende Ansatz fruchtbare Einblicke in die Konstitution öffentlicher und privater Kommunikationsräume liefern konnte, so muss auch darauf verwiesen werden, dass ein solcher Vergleich immer auch der Gefahr unterworfen ist, kulturellen Stereotypen zu verfallen.

In unserer Studie ging es weniger darum, solche kulturellen Unterschiede herauszuarbeiten, sondern vielmehr, Gemeinsamkeiten im Umgang mit dem Mobiltelefon im Spannungsfeld zwischen öffentlicher und privater Kommunikation aufzuspüren. Nichtsdestoweniger ist bei deren Interpretation allergrößte Vorsicht geboten, worauf ja auch die Ergebnisse einer ganzen Generationen ethnologisch orientierter Forschungsarbeiten verweisen. So kommen kulturvergleichende Analysen immer wieder zu dem Ergebnis, dass eine ganze Reihe der in unterschiedlichen Kulturen beobachteten Verhaltensmustern nicht auf die Existenz kultureller Unterschiede zurückzuführen sind, sondern vielmehr durch kultur-unabhängige sozio-ökonomische Faktoren zu erklä-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

ren sind. Doch ist mit der Kultur allemal zu rechnen, denn was auf einer Oberflächenstruktur als ähnlich erscheinen mag, kann durchaus je unterschiedlich in einer kulturellen Tiefenstruktur verankert sein.

Literatur

Bahrdt, Hans Paul (1969), *Die moderne Großstadt. Soziologische Überlegungen zum Städtebau*, Hamburg: Wegner.

Burkart, Günter (2000), »Mobile Kommunikation. Zur Kulturbedeutung des ›Handy‹«, in: *Soziale Welt* 51, S. 209-232.

Cooper, Geoff (2001), »The Mutable Mobile: Social Theory in the Wireless World«, in: Barry Brown/Nicola Green/Richard Harper (Hg.), *Wireless World: Social and Interactional Aspects of the Mobile Age*, London: Springer, S. 19-31.

Fortunati, Leopoldina (Hg.) (1998), *Telecomunicando in Europa*, Milano: Franco Angeli.

Fortunati, Leopoldina (2002a), »The Mobile Phone: Towards New Categories and Social Relations«, in: *Information, Communication and Society* 5 (4), S. 513-528.

Fortunati, Leopoldina (2002b), »Italy: Stereotypes, True and False«, in: James E. Katz/Mark Aakhus (Hg.), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge: Cambridge University Press, S. 42-62.

Gergen, Kenneth J. (2002), »The Challenge of Absent Presence«, in: James E. Katz/Mark Aakhus (Hg.), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge: Cambridge University Press, S. 227-241.

Glaser, Barney G./Strauss, Anselm L. (1967), *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, Chicago: Aldine.

Goffman, Erving (1969), *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*, München: Piper.

Goffman, Erving (1971a), *Verhalten in sozialen Situationen. Strukturen und Regeln der Interaktion im öffentlichen Raum*, Gütersloh: Bertelsmann.

Goffman, Erving (1971b), *Relations in Public: Microstudies of the Public Order*, Harmondsworth: Penguin

Goffman, Erving (1974), *Das Individuum im öffentlichen Austausch. Mikrostudien zur öffentlichen Ordnung*, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Goffman, Erving (1994), *Interaktion und Geschlecht*, Frankfurt am Main/New York: Campus.

Haddon, Leslie (1998), »Il Controllo della Comunicazione. Imposizione di Limiti all'uso del Telefono«, in: Leopoldina Fortunati (Hg.), *Telecomunicando in Europa*, Milano: Franco Angeli, S. 195-247.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Hantrais, Linda (Hg.) (1996), *Cross-National Research Methods in the Social Sciences*, London: Pinter.

Harper, Richard (2003), »Are Mobiles Good or Bad for Society?«, in: Kristóf Nyíri (Hg.), *Mobile Democracy: Essays on Society, Self and Politics*, Wien: Passagen Verlag, S. 185-215.

Höflich, Joachim R. (2001), »Das Handy als ›persönliches Medium‹. Zur Aneignung des Short Message Service (SMS) durch Jugendliche«, in: *kommunikation@gesellschaft* 2 (1), http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B1_2001_Hoeflich.pdf (4. November 2004).

Höflich, Joachim R. (2005), »A Certain Sense of Place. Mobile Communication and Local Orientation«, in: Kristóf Nyíri (Hg.), *A Sense of Place: The Global and the Local in Mobile Communication*, Wien: Passagen Verlag, S. 159-168.

Höflich, Joachim R./Gebhardt, Julian (2002), »Mehr als nur ein Telefon. Jugendliche, das Handy und SMS«, in: Judith Bug/Matthias Karmasin (Hg.), *Telekommunikation und Jugendkultur*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 125-144.

Höflich, Joachim R./Gebhardt, Julian (2003), *Vermittlungskulturen im Wandel. Brief, E-Mail, SMS*, Frankfurt am Main: Peter Lang.

Höflich, Joachim R./Gebhardt, Julian (2005), »Changing Cultures of Written Communication: Letter, E-Mail, SMS«, in: Richard Harper/Leysia Palen/Alex S. Taylor (Hg.), *The Inside Text: Social, Cultural and Design Perspectives on SMS*, Dordrecht/Boston/London: Kluwer.

Katz, James E./Aakhus, Mark/Kim, Hyo D./Turner, Martha (2003), »Cross-Cultural Comparison of ICT's«, in: Leopoldina Fortunati/James E. Katz/Raimonda Riccini (Hg.), *Mediating the Human Body: Technology, Communication and Fashion*, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum & Associates, S. 75-86.

Kopomaa, Timo (2000), *The City in Your Pocket: Birth of the Mobile Information Society*, Helsinki: Gaudeamus.

Lasen, Amparo (2003), *A Comparative Study of Mobile Phone Use in Public Places in London, Madrid and Paris*, Digital World Research Centre, University of Surrey.

Ling, Richard S. (2002), »The Social Juxtaposition of Mobile Telephone Conversations and Public Spaces«, Vortrag auf der Konferenz »The Social and Cultural Impact/Meaning of Mobile Communication«, 13.-15. Juli 2002 in Chunchon, Korea.

Ling, Richard S. (2005), »Das Mobiltelefon und die Störung des öffentlichen Raums«, in: Joachim R. Höflich/Julian Gebhardt (Hg.), *Mobile Kommunikation. Perspektiven und Forschungsfelder*, Frankfurt am Main: Peter Lang.

Przeworski, Adam/Teune, Henry (1970), *The Logic of Comparative Social Inquiry*, New York: Wiley Interscience.

Sennett, Richard (1990), *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität*, Frankfurt am Main: Fischer.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Simmel, Georg (1995), »Die Großstädte und ihr Geistesleben«, in: Georg Simmel, *Aufsätze und Abhandlungen 1901-1908*, Bd. I, Gesamtausgabe Band 7, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 116-131.

Weiß, Ralph (2002), »Vom gewandelten Sinn für das Private«, in: Ralph Weiß/Jo Groebel (Hg.), *Privatheit im öffentlichen Raum. Medienwandel zwischen Individualisierung und Entgrenzung*, Opladen: Leske + Budrich, S. 28-87.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Die Rolle des Zwischen-Raums bei der Bewahrung der persönlichen und sozialen Identität

Michael Hulme und Anna Truch

Der Begriff des Zwischen-Raums (Interspace)

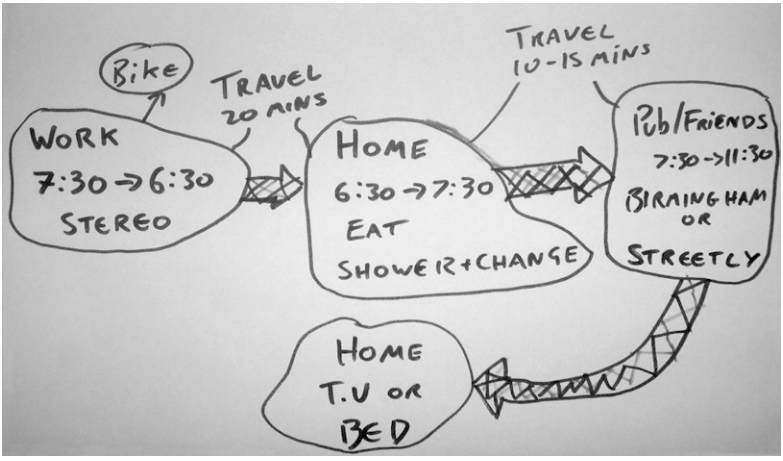
Definiert wird der im vorliegenden Beitrag erörterte Begriff des »Zwischen-Raums« (Interspace) als Ergebnis einer umfassenden empirischen Langzeitstudie unter qualitativen und quantitativen Aspekten zum Handygebrauch und den mit der Mobiltelefonie verbundenen Verhaltensweisen. Diese Langzeitstudie mit dem Titel »Me, My Mobile and I« (»Meine persönliche Identität, mein Handy und meine soziale Identität«) wurde in Großbritannien von der britischen Sozialforschungsfirma Teleconomy alljährlich von 2000 bis einschließlich 2004 durchgeführt. Anfänglich wurde der Begriff »Interspace« nur für den Zeitraum zwischen zwei getrennten, aber aufeinander bezogenen, spezifisch in Raum und Zeit verorteten Ereignissen verwendet (vgl. Hulme 2004), zum Beispiel für die Zeit der morgendlichen Fahrt zur Arbeit oder für den Zeitraum zwischen der Verabredung zu einem Treffen (z.B. an einem Mittwoch) und dem Treffen selbst (z.B. am darauf folgenden Freitag).

Die große Bedeutung dieses Zwischen-Raums im Alltag zeigt sich in Abbildung 1, der Skizze eines Probanden, in der aufgezeichnet ist, wie und wo er seine Zeit an einem typischen Tag verbrachte. (Alle Befragten wurden um derartige Skizzen gebeten, dabei aber nicht angeleitet; sie waren frei in ihrem Sprach- und Begriffsgebrauch und wurden auch nicht aufgefordert, Fahrzeiten zu definieren. Sie sollten lediglich bildlich skizzieren, wie sie ihre Zeit an einem typischen Tag verbrachten.) Beachten Sie, wie in der Skizze die Fahrzeit zwischen den Hauptaktivitätsbereichen des Tages hervorgehoben und genau eingegrenzt wird (»20 bzw. 10-15 Minuten«). In der gesamten Stichprobengruppe ergab sich überdies eine direkte Korrelation zwischen einerseits dem räumlichen und zeitlichen »Gleichgewicht« von Arbeit, häuslicher Sphäre und sozialen Aktivitäten (die meisten Probanden entschieden sich für diese Unterteilung in drei große Bereiche) und ande-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

rerseits den dazwischen liegenden Fahrten und der Benutzung des Mobiltelefons. Je ausgewogener die Zeit eines Individuums auf diese drei großen Bereiche verteilt war und je mehr Zeit für die Fahrten zwischen diesen Bereichen in Anspruch genommen wurde, desto häufiger und extensiver wurde das Handy benutzt. Im Folgenden wird diese Beobachtung als Anzeichen eines Widerstreits und Kampfes zwischen »Feldern« interpretiert, als Zeichen der Notwendigkeit »aktiver« Ausgleichsmaßnahmen, wobei die Übergangsräume und -zeiten (Interspace) der aktiven Restrukturierung dienen und als solche von großer psychosozialer Bedeutung sind.

Abbildung 1: Der »typische Tagesablauf« eines Befragten.



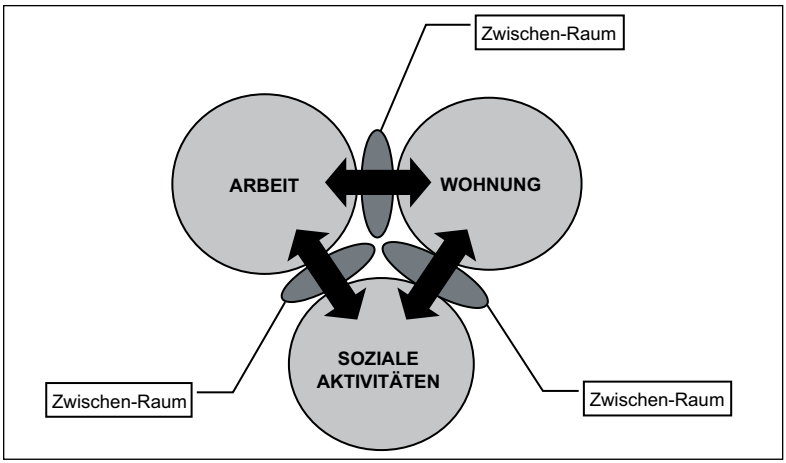
work = Arbeit; bike = Fahrrad; travel = Fahrt; home = Wohnung; eat = Essen; shower + change = Duschen + Umziehen; pub/friends = Kneipe/Freunde; Birmingham oder Streetly; home t.v. or bed = Wohnung, TV oder Bett

Das ursprüngliche Interspace-Konzept sah diesen Zwischen-Raum demnach nicht als einen Ereignisraum für eigene Aktivitäten an, sondern als Übergangs- und Durchgangsraum zwischen zwei Aktivitätsbereichen. Abbildung 2 zeigt die begriffliche Fassung von »Zwischen-Raum« als Übergangszone zwischen den drei Hauptereignisräumen, die im Lauf der Untersuchung immer wieder genannt wurden – Arbeit, Zuhause und soziales Umfeld.

Nach den von Teleconomy durchgeführten empirischen Untersuchungen des Mobiltelefonverhaltens (»Me, My Mobile, and I«, 2. Version, 2003) wurde der Begriff »Interspace« in den Untersuchungen des Jahres 2004 wieder aufgegriffen. Denn inzwischen war deutlich geworden, dass dieses Konzept wesentlich umfassender ist als seine anfäng-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Abbildung 2: Interspace als der Raum zwischen Arbeit, häuslichem Aufenthalt und sozialen Schauplätzen.



liche begriffliche Fassung. Es umfasst weit mehr als eine reine Übergangszone zwischen zwei Ereignisräumen.

Bei der Untersuchung der empirischen Daten ergab sich, dass die soziale Feldtheorie nützliche Einsichten für die weitere Forschung bieten könnte. Speziell Bourdieus Begriffe »Feld« und »Habitus« erwiesen sich als hilfreich bei Untersuchung und Erklärung der Dynamik des Zwischen-Raums – des dynamischen Wechselverhältnisses zwischen den Hauptereignisräumen, wie es sich in den empirischen Untersuchungsergebnissen zeigte.

»Feld« und »Habitus«

Bourdieu verwendet die Begriffe »Feld« und »Habitus« in seinen Untersuchungen der sozialen Praxis im Alltag von Individuen. Nach Bourdieu »repräsentieren Felder einen sozialen Raum oder einen ›Kampfplatz‹, auf dem sich Kämpfe oder Manöver um spezifische Ressourcen oder Interessen und den Zugang zu ihnen abspielen« (Jenkins 2002). Die in Abbildung 2 gezeigten Hauptereignisräume können als treffende Beispiele für »Felder« im Bourdieuschen Sinne dienen.

In einer seiner knappsten Definitionen des Begriffs »Habitus« spricht Bourdieu (1990) von einem »System aus dauerhaften und übertragbaren Dispositionen, strukturierten Strukturen, die prädisponiert sind, als strukturierende Strukturen zu fungieren, also als Erzeugungs- und Ordnungsgrundlage für Praktiken und Vorstellungen, die objektiv

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

an ihre Ergebnisse angepasst werden können, ohne bewusste Zielstrebigkeit oder eine ausdrückliche Bewältigung der zur Erreichung des Ziels erforderlichen Operationen vorauszusetzen«. Der Habitus ermöglicht eine Verhaltensregelung ohne strikte Beachtung eines Regelwerks und gestattet Individuen auf diese Weise, innerhalb der sozialen Praxis ihre eigenen Verhaltensmuster beizubehalten. Der Habitus stellt auch Verbindungen zwischen verschiedenen Feldern her, die nach Bourdieu (1993) »unveränderlichen Gesetzen« oder »strukturellen Mechanismen« unterliegen. Bourdieu sagt (1977), der Habitus sei das »einigende Prinzip der in verschiedenen Bereichen gültigen Praktiken«.

Die begriffliche Neufassung des »Zwischen-Raums« unter Verwendung des Habitus-Begriffs

Der Zwischen-Raum ist mehr als ein reiner Übergangsraum, denn er ist auch ein »soziomaterieller Raum«. Nach Freund und Martin (2001) versteht man darunter »das Medium, in dem Menschen handeln, in dem sich ihre Wege kreuzen, in dem sie sich bewegen und sich verorten«. Zugleich bildet der Zwischen-Raum als »Raum zwischen Räumen« auch eine »Grenze zwischen Feldern, in denen ein Kampf um die Vorherrschaft und um die Aufrechterhaltung der Feld-Integrität stattfindet« (Hulme 2004). So steht der Zwischen-Raum für einen Raum, in dem der subjektive Habitus zu seinem Recht kommt und dabei jeden Klassen-Habitus überlagert.

»Zwischen-Raum« (Interspace) wird darum begrifflich neu gefasst als eigenständiger Zeit/Raum, in dem sich sehr komplexe Prozesse abspielen, die in erster Linie mit Organisation und Verhandlungen zwischen den Grenzen der umgebenden Felder zu tun haben. Die empirischen Untersuchungen haben sogar zu dem Schluss geführt, dass der Zwischen-Raum zwischen zwei Ereignissen wichtiger sein kann als diese Ereignisse selbst. Der vorliegende Beitrag ist solchen Prozessen im Zwischen-Raum und ihrer Bedeutung gewidmet.

Die durch das Mobiltelefon herbeigeführte Komplexität

Die Langzeitstudie »Me, My Mobile and I« (Teleconomy 2001-2004) hat gezeigt, dass der Zwischen-Raum sich immer dichter bevölkert. Denn der Handygebrauch (SMS-Verkehr und Handytelefonate) hat dort rapide zugenommen.

Vor der Einführung des Mobiltelefons wurde die Zeitnutzung durch den jeweiligen Standort des Individuums definiert (vgl. Geser 2004; Fortunati 2002). Die Regelung der Kommunikation zwischen einem Individuum und seinem sozialen Netzwerk war ursprünglich von physi-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

scher Trennung bestimmt. Nach Fortunati (2002) »strukturierten diese Zeiten physischer Trennung, diese kostbaren Augenblicke der Pause, das Netz der Beziehungen in einem Rhythmus von Anwesenheit und Abwesenheit«.

Mit der Einführung des Mobiltelefons hat sich die Kommunikation jedoch von den Begrenzungen des physischen Raums gelöst; man ist jetzt jederzeit und überall erreichbar:

»Ganz allgemein bringen Mobiltelefone ein Element der Entropie in alle ortsgebundenen sozialen Ordnungen, weil sie diese mit kommunikativen Beziehungen durchdringen, die auf höchst heterogene und unvorhersehbare Weise Systemgrenzen überschreiten« (Geser 2004).

Die Menschen können, auch wenn sie unterwegs sind, miteinander Verbindung halten, eine Art »nomadischer Intimität« aufrechterhalten (vgl. Fortunati 2002). Die soziale Welt ist zu einem System vernetzter Gemeinschaften geworden, die nicht mehr durch einen Ort, sondern durch »symbolische Prozesse« zusammengehalten werden, zum Beispiel durch Vertrauensbildung (vgl. Nyíri 2003). Kommunikation und Grenzen sind wesentlich fließender geworden. Daraus folgt, dass Menschen, während sie physisch an einem Ort sind und dort eine bestimmte Rolle spielen, in demselben physischen Raum durch einen Handyanruf einer anderen Person aus einem ganz anderen Kontext in eine andere Rolle gezwungen werden können. Nach Meyrowitz (1985) ist dies eine Verletzung der Grenzen des Ortes (des physischen Raums), und damit verändert sich auch die soziale Bedeutung des jeweiligen Aufenthaltsortes:

»Das alte Zeitschema von Minuten, Stunden, Tagen und Wochen wird zerschlagen und einem ständigen Strom von Verhandlungen, Neukonfigurationen und zeitlichen Neuansetzungen unterworfen. Man kann jederzeit unterbrochen werden, darf aber selbst auch Freunde und Kollegen unterbrechen. Individuen, die diesen Telefon-Raum bewohnen, können niemals wirklich loslassen, weil das Handy ihre primäre Verbindung zum zeitlich und räumlich fragmentierten Netzwerk von Freunden und Kollegen ist, das sie sich selbst zurechtkonstruiert haben« (Townsend 2000).

Kurz gesagt, eine Folge der mobilen Kommunikation besteht darin, dass Planung und Anordnung der Aktivitäten und Rollen, mit denen wir verbunden sind, auf einer linearen Zeitachse zum Teil unkalkulierbar geworden sind. Sie überlappen sich mit anderen Planungen und Ereignissen – an die Stelle von Linearität ist Simultaneität getreten.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Die Auswirkungen des Mobiltelefons auf den Zwischen-Raum

In Bourdieusche Begrifflichkeit übersetzt, hat die Einführung des Mobiltelefons dem Zuschnitt der sozialen Felder und damit auch dem Wesen des Zwischen-Raums eine Dimension der Komplexität hinzugefügt. Als Folge der neuen Situation, dass die Menschen nun überall und jederzeit erreichbar sind, verschwimmen die Grenzen zwischen den Feldern zunehmend; sie sind nicht mehr klar zu definieren. Das Handy hat die Natur des Zwischen-Raums verändert, indem es die Kommunikation mit anderen nicht anwesenden Personen während des Transits von einem Feld zum andern ermöglicht hat.

In diesem Punkt hat sich die ursprüngliche begriffliche Fassung des Zwischen-Raums als unzureichend erwiesen. Statt eine reine Übergangszone zu sein, in der Felder als solche nicht existieren, hat sich der Zwischen-Raum zu einem Raum sui generis entwickelt, in dem sich allem Anschein nach viele Felder überlappen. Man kann den Zwischen-Raum somit als einen Raum betrachten, in dem sich ein fortwährender Kampf zwischen den ihn umgebenden Feldern um Vorherrschaft und Bewahrung der Integrität vollzieht. Im Zwischen-Raum spielt sich eine kontinuierliche Definition und Neudefinition von Grenzen mittels ständiger »Bewahrung, Nachfolge und Subversion« ab (um mit Bourdieu zu sprechen). Es ist zu erkennen, dass der Zwischen-Raum zwar selbst nicht die Struktur eines Feldes hat, dass seine »Topographie« jedoch, vom subjektiven Habitus kontrolliert, die vorherrschenden Felder in diesem Raum reflektiert.

Die Konfiguration des Zwischen-Raums wird von der Dominanz der ihn umgebenden Felder beeinflusst. Dabei beeinflusst wahrscheinlich stets eine Anzahl von Faktoren die relative Dominanz der beteiligten Felder. Russell W. Belk (1975) nennt ein System von Situationsvariablen, deren Einfluss auch im vorliegenden Fall wahrscheinlich ist:

- *Physische Umgebung*
  Geographische und/oder institutionelle Verortung und zugleich das Umfeld, in dem Kommunikation passiv oder aktiv stattfindet (Empfang oder Versand von Botschaften)
- *Soziale Umgebung*
  Gegenwart oder Abwesenheit anderer; soziale Rolle und soziale Interaktion
- *Zeitliche Perspektive*
  Tageszeit, zeitliche Beschränkungen oder andere unmittelbar bevorstehende Aufgaben, Datum im Kontext eines anderen signifikanten Ereignisses
- *Aufgabendefinition*
  Kognitive und emotionale Elemente, Einflüsse der Situation auf die Aufgabe, Wesen der Aufgabe

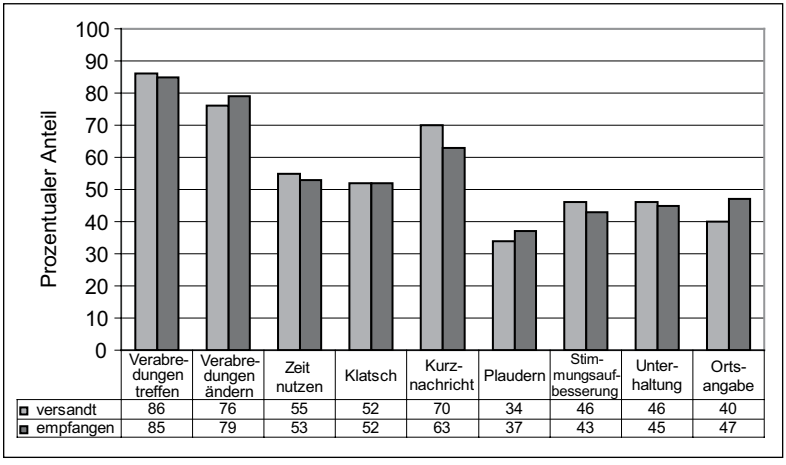
https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

– *Vorangegangenes*
  Was ein Individuum in den betreffenden Raum mitbringt: stimmungsbedingte Verhaltensweisen, Wissen etc.

Die Einführung des Mobiltelefons hat vielleicht auch mehr Möglichkeiten geschaffen, die einzelnen Felder zu organisieren, zum Beispiel per SMS in einer Arbeitsumgebung Freizeittreffen zu verabreden. Hier liegt ein Paradigmenwechsel vor, denn die Notwendigkeit, an einem speziellen physischen Ort zu sein, um ein bestimmtes Feld managen zu können, verschwindet zugunsten der Möglichkeit, jedes Feld aus der Mitte eines jeden anderen Feldes heraus managen zu können. Diese Fähigkeit, jedes Feld aus der Mitte anderer Felder heraus managen zu können, zieht eine Loslösung der Feldgrenzen von spezifischen physischen Orten nach sich. Dabei kommt jedoch gleichzeitig ein Element der »Entropie« ins Spiel (vgl. Geser 2004), und so vergrößert sich auch die Komplexität der Natur des Zwischen-Raums. Je fließender die Grenzen der Felder und des Zwischen-Raums werden, desto bewusster müssen die Felder gemanagt werden, um die Integrität der Grenzen, welche die Felder getrennt halten, zu bewahren. In diesem Zusammenhang kommt dem Zwischen-Raum eine zunehmend wichtigere Rolle zu.

Die Belege für die Verwendung des Mobiltelefons im Zwischen-Raum sind massiv. Dokumentiert wird dieser Handygebrauch in den Daten, die im Rahmen des Projekts »Me, My Mobile, and I« (3. Version, 2003) erhoben wurden. Sie zeigen zum Beispiel die wesentlichen Inhalte von SMS-Botschaften und Telefonaten, aufgeschlüsselt nach den wichtigsten Kategorien (vgl. Abbildungen 3 und 4).

Abbildung 3: Inhalte versandter und empfangener SMS-Botschaften.



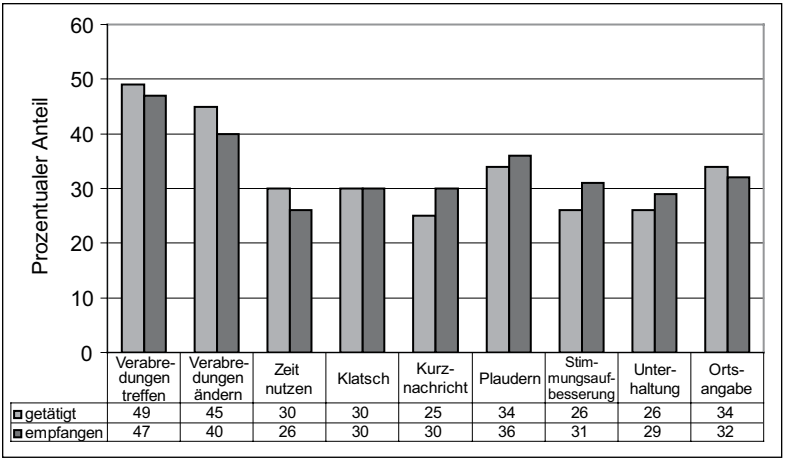
	Verabredungen treffen	Verabredungen ändern	Zeit nutzen	Klatsch	Kurznachricht	Plaudern	Stimmungsaufbesserung	Unterhaltung	Ortsangabe
versandt	86	76	55	52	70	34	46	46	40
empfangen	85	79	53	52	63	37	43	45	47

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Dabei stehen die Rubriken »Verabredungen treffen« und »Verabredungen ändern« für das Aushandeln von Feldgrenzen während des Aufenthalts im Zwischen-Raum.

Wie sich in der folgenden Erörterung zeigen wird, ist die Aufrechterhaltung von Feldgrenzen von entscheidender Bedeutung für die Stützung der sozialen Identität eines Individuums.

Abbildung 4: Inhalte getätigter und empfangener Telefonanrufe.



	Verabredungen treffen	Verabredungen ändern	Zeit nutzen	Klatsch	Kurznachricht	Plaudern	Stimmungsaufbesserung	Unterhaltung	Ortsangabe
getätigt	49	45	30	30	25	34	26	26	34
empfangen	47	40	26	30	30	36	31	29	32

Soziale Identitäten (Rollen)

Jedes Individuum hat seine eigene persönliche Identität, sein »Ich« oder »Selbst«, zugleich aber auch eine Reihe sozialer Identitäten oder Rollen. Dabei handelt es sich um Konzeptualisierungen dieser Person durch andere. Der pragmatische Philosoph und Psychologe William James stellte hinsichtlich sozialer Identitäten fest: »Ein Mensch hat so viele soziale Identitäten, wie es Individuen gibt, die ihn kennen und ein Bild von ihm in ihrem Kopf haben« (James 1892). Später modifizierte er diese Aussage wie folgt: »Es gibt so viele soziale Identitäten, wie es *Gruppen* von Individuen gibt, die den Betreffenden kennen.« [Es ist allerdings wichtig festzuhalten, dass die »Vielfalt« des Selbst lediglich eine Metapher ist; denn die soziale Identität hat nur mit Attributen des Individuums zu tun, wodurch die Einheit der persönlichen Identität, des persönlichen Wesenskerns, nicht in Frage gestellt wird.] Die sozialen Identitäten (Rollen) können bis zu einem gewissen Grad individuell gesteuert werden. Das Individuum kann bewusst oder unbewusst Aspekte auswählen, die der Außenwelt präsentiert werden sollen, und andere Aspekte verbergen.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Vor dem Zeitalter der Mobiltelefone waren soziale Identitäten im Allgemeinen ortsgebunden. Die zu einem speziellen Zeitpunkt dargestellte soziale Identität hängt weitgehend von der spezifischen Umgebung (dem jeweiligen Feld) ab, in der sich das Individuum gerade befindet, aber auch davon, mit wem es dort gerade zusammen ist. Zu Hause etwa werden Individuen weitgehend die Rolle eines Elternteils oder Ehepartners spielen, weil sie dort mit ihren Familien zusammen sind. Am Arbeitsplatz dagegen wird in gleicher Weise wahrscheinlich die Rolle des Arbeiters, Angestellten oder Managers im Vordergrund stehen, weil man dort unter Arbeitskollegen ist. Jede soziale Rolle oder Identität war früher eng mit einer physischen Umgebung sowie mit der am selben Ort befindlichen Gesellschaft verbunden. Graduell begann allerdings schon das Festnetztelefon, diesen Zustand zu verändern, obwohl dieses Gerät anfangs immobil und an einem bestimmten Ort lokalisiert war. Daher ist für jemanden, der an ein Festnetztelefon geht, ebenso wie für den Anrufenden im Allgemeinen klar, welche sozialen Identitäten zum Zeitpunkt des Anrufs im Spiel sind. Die Gespräche werden dementsprechend verlaufen.

Dagegen ist es bei Mobiltelefonen für den Anrufer nicht mehr unmittelbar klar, wo sich der oder die Angerufene zum Zeitpunkt des Anrufs gerade aufhält. Gleichfalls weiß der Angerufene nicht sofort, in welcher sozialen Rolle er gerade gefragt ist, weil ja theoretisch jeder aus jedem Lebensbereich jederzeit auf dem Handy anrufen kann. Wegen der generellen Verbindung sozialer Rollen mit speziellen sozialen Feldern sind, so wie die Grenzen zwischen den sozialen Feldern fließender geworden sind, auch die Grenzen zwischen den sozialen Identitäten wesentlich flexibler geworden.

Die Unsicherheit, die mit dieser Flexibilität bei der Abgrenzung sozialer Identitäten einhergeht, kann bei dem betreffenden Individuum enormen Stress verursachen – wegen der Jederzeit-und-Überall-Natur des Handys lässt sich unmöglich vorhersagen, welche soziale Identität im nächsten Augenblick gefragt ist. Gestresst können aber auch jene sein, die sich in der Umgebung des Handybenutzers befinden – die Nichtübereinstimmung von Verhaltensweisen und Rollenerwartungen am Telefon und abseits des Telefons kann Schwierigkeiten für andere mit sich bringen, die sich am selben Ort wie der Telefonierende aufhalten und die im Allgemeinen ein einheitliches Bild von diesem Individuum haben (vgl. Truch/Hulme 2005).

Allerdings bietet das Mobiltelefon parallel zur steigenden Flexibilität der Grenzen zwischen den sozialen Identitäten – einer Flexibilität, die durch die Handynutzung gefördert wird – auch die Möglichkeit zur Schaffung und Aufrechterhaltung solcher Grenzen. An dieser Stelle kommt der Zwischen-Raum ins Spiel; er bietet den Individuen Raum für die Organisation und Pflege ihrer Identitäten, aber auch den Raum, darüber nachzudenken, wie sie sich der Welt präsentieren wollen.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Identitätspflege im Zwischen-Raum

Das Managen der Feldgrenzen im Zwischen-Raum kann durchaus bewusst erfolgen; wahrscheinlicher ist jedoch, dass die diesbezüglichen Entscheidungen unbewusst getroffen werden. Dabei kann der Zwischen-Raum auf mancherlei Weise zur Identitätspflege genutzt werden.

Erstens bietet sich hier die Gelegenheit, vergangenen und zukünftigen Ereignissen Tiefe zu verleihen. Auf diese Weise kann die soziale Identität eines Individuums in einem speziellen Feld gestärkt werden. Wenn jemand auf der morgendlichen Zugfahrt zur Arbeit seine Zeit damit verbringt, SMS-Botschaften an sein soziales Netzwerk zu verschicken, hat dies zur Folge, dass die Identität des oder der Betreffenden in diesem sozialen Feld gestärkt wird. Zugleich ist dies ein Beispiel für den Kampf zwischen den Feldern im Zwischen-Raum – in diesem Fall behält das spezielle soziale Feld die Herrschaft, während das Feld »Arbeit«, mit dem sich der oder die Betreffende ebenfalls – gedanklich oder per Handy – verbinden könnte (ohne es allerdings zu tun), zu diesem Zeitpunkt seinen Einfluss auf die Topographie des Zwischen-Raums verliert.

Zweitens kann die »Erschaffung« und Pflege einer sozialen Identität – hierfür wird oft der Begriff »Eindruckssteuerung« (*impression management*) verwandt – sich jetzt einer ganzen Reihe von Kommunikationskanälen bedienen: von Angesicht zu Angesicht, SMS, Telefonanruf, E-Mail. Auf diese Weise wird auch der sozialen Identität Reichhaltigkeit und Tiefe verliehen; sie wird auf eine Weise gestärkt, die durch Verwendung nur eines Kommunikationskanals wahrscheinlich unmöglich wäre (vgl. Daft/Lengel 1984).

Drittens kann die Fähigkeit, unterwegs mit seinem sozialen Netzwerk Kontakte zu pflegen, eine wichtige Rolle bei der persönlichen Selbstbestätigung des betreffenden Individuums spielen. Denn das »psychische Wohlbefinden rührt von einer Identitätsbestätigung her« (vgl. Thoits 1989). Nach Weigert und Teitge (1986) erweist sich die Relevanz der Identität eines Individuums in einem bestimmten sozialen Feld durch die Untersuchung seiner sozialen Beziehungen in ebendiesem Feld. Auch Heidegger (1962 [1927]) sagt in *Sein und Zeit*, dass der Einzelne, indem er die Welt als Spiegel nutzt, ein Feedback erhält, das ihn in die Lage versetzt, sich selbst und sein Verhältnis zur äußeren Welt zu verstehen. So kann das Individuum also mit Hilfe des Feedbacks aus sozialen Kontakten über seine Identität nachdenken und diese in einem Zustand halten, der dem seelischen Wohlbefinden förderlich ist. Der Zwischen-Raum bietet meistens Gelegenheit dazu, sich ein solches Feedback zu besorgen.

Viertens kann die Ablösung des betreffenden Feldes und der sozialen Identität von einem physischen Ort eine ganze Reihe von Implika-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

tionen haben. Die Identitätspflege bleibt auch dann möglich, wenn die Notwendigkeit zu reisen abnimmt: »Wenn ich mein Handy benutze, heißt das, dass ich weniger unterwegs sein muss. Stattdessen schicke ich eine SMS, um die Leute zu mir zu bringen« (männlich, 29 Jahre, Manchester).

Die Fähigkeit zu kommunizieren, während man sich im Zwischen-Raum befindet, also an keinem signifikanten spezifischen physischen Ort weilt, ermöglicht potenziell die Schaffung von Identitäten, die überhaupt nicht an einen physischen Ort gebunden sind. Zum Beispiel ist in rein handyvernetzten Chat-Communities, die sich in Japan großer Beliebtheit erfreuen, wie bei jedem Internet-Chat die Schaffung einer rein virtuellen Identität möglich. (Dafür benötigt man allerdings 3G/UMTS-Handys.) In dem, was einst ein reiner Übergangs- und Durchgangsraum war, wird auf diese Weise sogar die Schaffung neuer Felder möglich.

Zusammenfassung

Die Entwicklung des Zwischen-Raum-Konzepts durch empirische Forschungen und die Anwendung von Bourdieus Theorie sozialer Felder ermöglicht ein besseres Verständnis der Implikationen des Mobiltelefongebrauchs und der Aufrechterhaltung von Identität in diesem »neuen Territorium«. Der Zwischen-Raum erscheint jetzt als ein Umfeld, in dem komplexe Prozesse ablaufen, die mit der Bewahrung, Strukturierung und Neustrukturierung von Feldgrenzen zu tun haben. Neben der Aufrechterhaltung solcher Feldgrenzen werden die Grenzen sozialer Rollen/Identitäten in Frage gestellt, gemanagt und aufrechterhalten. Der Einsatz von Handys hat zu einer stärkeren Flexibilisierung solcher Grenzen und in der Folge zu »Entropie« im Zwischen-Raum geführt. Weil man Handys sowohl als Instrumente zur Bewahrung von Grenzen wie auch als Verursacher neuer Grenzspannungen betrachten kann, ergeben sich daraus Möglichkeiten sowohl zur Pflege vorhandener Identitäten als auch zur Erkundung neuer Wege bei der Entwicklung und Schaffung sozialer Identitäten.

Literatur

Belk, Russell W. (1975), »Situational Variables and Consumer Behavior«, in: *Journal of Consumer Research* 2 (Dezember), S. 157-164.

Bourdieu, Pierre (1977), *Outline of a Theory of Practice*, Übers. R. Nice, Cambridge: Cambridge University Press.

Bourdieu, Pierre (1980), *Questions de sociologie*, Paris: Editions de Minuit.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Bourdieu, Pierre (1990), *The Logic of Practice*, Übers. R. Nice, Stanford: Stanford University Press.

Bourdieu, Pierre (1993), *Sociology in Question*, Übers. R. Nice, London/ Thousand Oaks, CA: Sage.

Daft, Richard L./Lengel, Robert H. (1984), »Information Richness: A New Approach to Managerial Behavior and Organizational Design«, in: *Research in Organizational Behavior* 6, S. 191-233.

Fortunati, Leopoldina (2002), »The Mobile Phone: Towards New Categories and Social Relations«, in: *Information, Communication, and Society* 5 (4), S. 513-528.

Freund, Peter E.S./Martin, George T. (2001), »Moving Bodies: Injury, Disease, and the Social Organisation of Space«, in: *Critical Public Health*, 11 (3), S. 203-214.

Geser, Hans (2004), *Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone*, Release 3.0, http://socio.ch/mobile/t_geser1.htm (14. Juli 2005).

Heidegger, Martin (1962 [1927]), *Being and Time*, Übers. J. Macquarrie/E. Robinson, New York: Harper. [Original: *Sein und Zeit*, Halle an der Saale 1927.]

Hulme, Michael (2004), »Examining Inter-Space – Working Paper Exploring Bourdieu's Concepts of ›Habitus‹ and ›Field‹ in Relation to Mobility Related Empirical Research«, Vortrag auf der Konferenz des Centre for Mobilities Research, Lancaster University, am 6. Januar 2004.

James, William (1892), *Psychology*, Cleveland, OH: World Publishing.

Jenkins, Richard (2002), *Pierre Bourdieu*, London: Routledge.

Meyrowitz, Joshua (1985), *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, New York: Oxford University Press.

Nyíri, Kristóf (2003), »Introduction«, in: K. Nyíri (Hg.), *Mobile Communication: Essays on Cognition and Community*, Wien: Passagen Verlag.

Thoits, Peggy A. (1989), »The Sociology of Emotions«, in: *Annual Review of Sociology* 15, S. 317-342.

Townsend, Anthony M. (2000), »Life in the Real-Time City: Mobile Telephones and Urban Metabolism«, in: *Journal of Urban Technology* 7:2, S. 85-104, http://urban.blogs.com/research/JUT-LifeRealTime.pdf (14. Juli 2005).

Truch, Anna/Hulme, Michael (2005), »Social Identity: The New Sociology of the Mobile Phone«, in: Kristóf Nyíri (Hg.), *A Sense of Place: The Global and the Local in Mobile Communication,* Wien: Passagen Verlag. [Vorfassung (2004) im Internet unter http://www.csmtc.co.uk/pieces/Mobile.pdf (8. Dezember 2005).]

Weigert, Andrew J./Teitge, J. Smith/Teitge, Dennis W. (1986), *Society and Identity: Toward a Sociological Psychology*, Cambridge/New York: Cambridge University Press.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Das Mobiltelefon als technologisches Artefakt

Leopoldina Fortunati

Fragestellung und Ansatz

Ein Charakteristikum des Mobiltelefons als Artefakt ist, dass es als Emblem der »Daumenkultur« gelten kann. Dieser Begriff beinhaltet eine Reduktion der Hand auf den Daumen. Seit Aristoteles ist die Hand, »das Instrument der Instrumente«, eine traditionelle Maßeinheit. Warum diskutieren wir dann heute über eine derartige Reduktion? Bezieht sich »Daumenkultur« auf einen minimalistischen Ansatz, oder gibt es wirklich einen spezifischen Spezialisierungsprozess des Daumens, im Gegensatz zum Rest der Hand? Soweit es meine Kompetenz gestattet, will ich versuchen, mich auf eine Rekonstruktion des soziologischen Rahmens zu konzentrieren, innerhalb dessen sich diese Akzentverschiebung von der Hand zum Daumen ereignet.

In diesem Zusammenhang müssen wir uns zunächst klar machen, dass Maschinen zwei unterschiedliche Elemente, sozusagen Organtypen, aufweisen, die für unsere Betrachtung relevant sind:

»[...] Anzeigeinstrumente (Skalen, Messgeräte, Kathodenröhren, Alarminstrumente auf visueller und auditiver Basis etc.) und Kontrollinstrumente (Knöpfe, Tasten, Schalter, Hebel, Griffe etc.). Um von den Anzeigeinstrumenten einer Maschine Botschaften zu empfangen, benutzen wir unsere Sinnesorgane (hauptsächlich Augen, Ohren und Tastsinn); um die Kontrollinstrumente zu bedienen, benutzen wir die Sinnesorgane und zusätzlich unseren Bewegungsapparat (vor allem die Gliedmaßen). Die erste Art von Organen bezeichnet man als ›Rezeptoren‹, die zweite als ›Effektoren‹« (Maldonado 1974: 72).

Im Allgemeinen neigen beim gegenwärtigen Stand des Maschinenbaus die Anzeigeinstrumente zur Hypertrophie, die Kontrollinstrumente dagegen zur Atrophie. In dieser Hinsicht bildet das Mobiltelefon allerdings eine Ausnahme, wenn man bedenkt, dass dessen Benutzerinterface weitgehend aus Kontrollinstrumenten (Tasten) besteht, die die Benutzung der Finger, einschließlich des Daumens, erfordern.

Damit wären wir bei der Kontrollmacht über die Maschine – derselben Kontrolldimension, zu der auch die Verwendung von Fernbe-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

dienungen gehört. Solche Ähnlichkeiten sind kein Zufall, denn einige Handys können auch als Fernbedienungen verwendet werden. Tatsächlich liegt ein wichtiger Grund für die Konvergenz dieser beiden Technologien wohl im »Hochgefühl« der Macht, das beide ihren Benutzern vermitteln. Dieses Hochgefühl könnte mit all dem Vergnügen, das es bereitet, in der Tat ein Teil der Erklärung dafür sein, warum Handys so außerordentlich populär sind.

Die Kehrseite des Vergnügens ist die Transformation des Platzes, den ein Handy benötigt. Der für die Bedienung zur Verfügung stehende Platz ist sehr begrenzt, weil man bei der Handy-Miniaturisierung große Risiken eingegangen ist. Parallel zu dieser Miniaturisierung sind auch die für die Benutzung erforderlichen Gesten minimal geworden (vgl. Montanari 1999: 187-188). Zum Beispiel sind die körperlichen Gesten, die erforderlich sind, um das Handy aus einer Tasche oder Handtasche zu nehmen, im Allgemeinen nicht sehr ausladend. Die für das Abfassen und Versenden einer SMS-Botschaft erforderlichen Gesten sind nicht nur minimalisiert, sondern auch spezialisiert. Hier sind in der Tat große Fingerfertigkeit und ein gewisses Tempo Voraussetzung. Unter den Jugendlichen sind eher die Mädchen als die Jungen daran interessiert, viele SMS-Botschaften abzusetzen – vielleicht weil sie ohnehin stärker dem Schreiben zuneigen.

In allgemeinen Analysen gilt das Mobiltelefon als ein Gerät, welches dazu beiträgt, das Sozialverhalten ortsungebunden zu machen, und welches in diesem Kontext seinerseits kontinuierlich neu interpretiert und gestaltet wird. Doch sollten technologische Objekte, wie Dina Riccò (1999) feststellt, nicht nur als Formen gelten, die bestimmte Funktionen erfüllen, sondern auch als Elemente, die ein Aggregat von Sinneswahrnehmungen hervorbringen – dies ist ein Forschungsansatz, der empirisch weiter verfolgt werden sollte. Es wäre in der Tat äußerst nützlich, Daten zu sammeln, die sowohl die innere, gefühlsmäßige Seite der Sinneswahrnehmungen als auch die äußere Seite dieser Sinnlichkeit betreffen: Geräusche, Klänge, Farben, und so weiter. Wie es Gilbert Simondon (1958) für alle Technologien gezeigt hat, lohnt es auch im Falle des Mobiltelefons, dieses Gerät als technologisches Artefakt zu betrachten, denn mit dem Handy und durch das Handy spielen sich wichtige Akkulturationsprozesse ab.

Das Thema Industriedesign hat eine durchaus zentrale Bedeutung für die Entwicklung einer Soziologie der Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT). Dieses Gebiet stößt in der Scientific Community auf zunehmendes Interesse, sowohl bei den Theoretikern als auch bei den Empirikern (vgl. etwa Latour/Woolgar 1979; Maldonado 1987). ICT-Wissenschaftler teilen heute eine komplexe Sicht in Designfragen; die Informations- und Kommunikationstechnologien inkorporieren im Gerätedesign eine gewisse Sicht der Benutzer (vgl. Akrich 1992; Oudshoorn/Pinch 2003); gleichzeitig sind jedoch in zunehmen-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

dem Maße die ICT-Nutzer selbst in der Lage, Funktionen und Dienstleistungen zu erfinden und auf dieser Basis zukünftige Entwicklungen dieser Geräte vorherzusehen (vgl. Bijker/Hughes/Pinch 1987; Sørensen 2004). Anders gesagt, ICT-Geräte werden als Artefakte betrachtet, die sich in einer Gesellschaft verändern, in der sie selbst zum gesellschaftlichen Wandel beitragen – einem Wandel, der seinerseits zur weiteren Modifizierung der Geräte führt.

Leider stößt diese Debatte oft an Grenzen, die zum einen in ihrer Abstraktheit begründet sind, zum anderen in mangelnder Artikulation beim Produktionsprozess der speziellen technischen Geräte (vgl. Stewart/Williams 2005). Das Mobiltelefon indes ermöglicht eine exemplarische, konkrete und spezifische Analyse der komplexen Interaktion zwischen Artefakten und Nutzern. Aus Platzgründen ist allerdings eine Beschränkung auf zwei Aspekte erforderlich: das Mobiltelefon als in der Welt der Fakten verankerter Fetisch (»*factish*«) und die von Nutzern eingeführten Designvarianten. Beide Punkte sollen im Rahmen des eben entwickelten theoretischen Ansatzes behandelt werden.

Das Mobiltelefon als Fetisch (»factish«)

Im Folgenden geht es also um das Design und den praktischen Einsatz eines spezifischen technologischen Geräts, des Mobiltelefons, das in der Forschung aus der umfassenderen Perspektive der Informations- und Kommunikationstechnologien bislang noch nicht die ihm gebührende Beachtung gefunden hat. Um die gegenwärtige Lesart des Mobiltelefons als technologisches Gerät zu illustrieren, sollen eingangs einige Fragen gestellt werden: Welche Verhaltensmuster projiziert das Mobiltelefon auf seine Nutzer (um eine Formulierung von Bruno Latour [1998] aufzugreifen)? Welches Aktionsprogramm ist dem Mobiltelefon eingeschrieben? Welchen Gewinn bringt das Mobiltelefon und welche Bindungen, Voraussetzungen und Nebeneffekte gehen damit einher? Welche Bedingungen werden dem nutzenden Subjekt von diesem Gerät auferlegt, und wie grundlegend modifiziert es das Wesen menschlicher Kommunikation (vgl. Norman 1993)? Das Handy als »verständige, denkende« Maschine (vgl. Maldonado 1997) weist ein »Innenleben« und ein Design auf, das immer kompliziertere Probleme aufwirft, obwohl die Konsumenten von Anfang an in den Produktionsprozess mit einbezogen wurden. Um die genannten Fragen und Probleme besser zu verstehen, sei hier kurz an verschiedene Ansätze aus der allgemeinen Technologiedebatte erinnert, verbunden mit einigen analysierenden Bemerkungen.

Der erste Ansatz sieht im technologischen Gerät lediglich ein neutrales Objekt, das zur Unterstützung sozialer Beziehungen vorübergehend genutzt wird. Wichtig sind hier allein die Nutzer, nicht das, was

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

ihnen zur Verfügung gestellt wird. Das technologische Artefakt ist also ganz darauf beschränkt, einige Bedürfnisse zu befriedigen und bestimmte Funktionen auszuführen. Diese Sicht vernachlässigt jedoch die im kapitalistischen System den Objekten und Waren als Verkörperungen von Tauschwerten beigemessene Macht. Als Tauschobjekte werden Waren in der sozialen Hierarchie des Kapitalismus fast auf demselben Niveau angesiedelt wie Individuen.

Der zweite Ansatz, vertreten unter anderen von James Gibson (1986), sieht in jedem technologischen Gerät ein Vehikel für ein Skript, welches das Verhalten der Nutzer konditioniert und diese zwingt, eine bestimmte Rolle zu spielen. Anders gesagt, das Mobiltelefon steht den Nutzern nicht einfach zur Verfügung, sondern gibt ihnen auch Instruktionen und verweist bereits durch seine Existenz auf seine kommunikative und unterhaltende Funktion. In der Abstraktheit einer solchen Perspektive wird allerdings nicht beachtet, dass ein solches Skript entsprechende Verhaltensweisen oft erst generiert, dass es sie nicht genau im Voraus festlegt, und dass Zurückhaltung beim Gebrauch nicht automatisch garantiert werden kann. Außerdem wäre die Aussage wesentlich klarer, wenn gesagt würde, dass dieses Skript jener Text ist, in dem bei allen Waren, auch bei Mobiltelefonen, deren Beherrschung und Kontrolle durch den Nutzer zum Ausdruck kommt.

Der dritte Ansatz wurde von den Protagonisten der deutschen kulturkritischen Technologiedebatte im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert vertreten (vgl. Maldonado 1991), die als einen weiteren Aspekt die Entstehung einer neuen Situation sahen, die nicht den ursprünglich intendierten Verhaltensmustern der Gerätenutzer entspricht. Handynutzer wollen zunächst vielleicht nur ein technologisches Gerät besitzen, um bei Bedarf auch unterwegs kommunizieren zu können. Wenn sie allerdings erst einmal im Besitz eines Mobiltelefons sind, machen sie damit auch alles, was möglich ist: Sie telefonieren zum Beispiel, wann immer ihnen danach ist, und überall, wo ihnen danach ist. Es gibt im Italienischen und Deutschen ein Sprichwort, das diesen Sachverhalt perfekt erfasst: »Gelegenheit macht Diebe«. Wer ein Handy in der Hand hat, wird eine andere Person; er ist wie verändert. In diesem Fall verursachen die Beherrschung des Geräts und das dem Mobiltelefon eingeschriebene Skript soziale Verhaltensänderungen, die über das hinausgehen, was in diesem Artefakt prä- und konfiguriert ist. Zugleich fallen diese sozialen Veränderungen (vgl. Sombart 1911) auf das Mobiltelefon zurück, das sich gleichfalls verändern muss. Im Zusammenhang dieses Ansatzes lässt sich überdies auch die Tatsache nicht ignorieren, dass das Handy – wahrscheinlich mehr noch als jede andere »verständige, denkende« Maschine – von der »Metis« (der weiblichen Intelligenz der praktischen Klugheit) geprägt ist (vgl. Latour 1998: 18).

Voll gestopft mit unsichtbaren Tricks kann dieses technologische

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Gerät in den Augen des normalen Benutzers durchaus etwas Magisches an sich haben. Um einen Ausdruck des Märchenanalytikers Vladimir Propp (1988) zu borgen: Das Handy scheint ein »magischer Helfer« par excellence zu sein. Zwar setzen Wissenschaft und Technologie, wie Max Weber (1991 [1918]: 227) gezeigt hat, im Prinzip die »Entzauberung der Welt« voraus, doch betrifft dies eher die makro- als die mikrosoziale Sphäre. In der mikrosozialen Sphäre können individuelle Wahrnehmungen durchaus im Banne einer gewissen Magie verharren. Das kommt auch in der Überschrift dieses Abschnitts zum Ausdruck: Um das ambivalente, hybride Wesen des Mobiltelefons zum Ausdruck zu bringen, wird dort der von Bruno Latour (1998: 32) geprägte Begriff »*factish*« verwendet, der den besonderen Status von technischen oder wissenschaftlichen Objekten auf den Punkt bringt: einerseits Fetisch, andererseits Faktum. In unserem Zusammenhang steht der erstere Aspekt im Vordergrund: Das Handy ist ein typischer Fetisch, weil wir darauf – fälschlicherweise – Phantasien, Arbeit, Gefühle, Emotionen, Abhängigkeiten und Erinnerungen projizieren. Auf diese Weise wird das Gerät zu einem Objekt, dem wir – im Zuge eines Inversionsprozesses bezüglich des Handlungsauslösers – die Aufgabe anvertrauen, uns zu überzeugen; dabei ist es ja nicht das Handy, das magische Handlungspotenziale besitzt, sondern wir selbst sind die Handelnden. Schon Georg Simmel (1991 [1900]) hat die potenzielle Verkehrung von Mitteln in Ziele durch die Technologie bemerkt. Doch im speziellen Fall des Mobiltelefons ist diese Verschiebung wahrscheinlich mit einem magischen Element verbunden, das in diesem Gerät sehr präsent ist.

Schließlich gibt es noch einen vierten Ansatz: Das dem Gerät eingeschriebene Skript wird abgewandelt oder verdreht, um auf sozialer Ebene unerwartete Nutzungen zu schaffen oder gar Innovationen des Handys selbst herbeizuführen. Diese Innovationen auf Seiten der Benutzer sind so wichtig, dass James Fleck (1988) vorgeschlagen hat, den Innovationsprozess als eine Kette anzusehen, die auch in der Konsumsphäre nicht abreißt. Er prägte dafür den Begriff »Innofusion« (aus »Innovation« und »Diffusion«). Der zweite große Abschnitt des vorliegenden Beitrags soll diesem vierten Ansatz gewidmet sein – mit dem Ziel, eine Taxonomie des innovativen Nutzerverhaltens zu entwickeln. Die weitergehende Erörterung der Bedeutung solcher Innovationen wird dagegen bei anderer Gelegenheit und an anderer Stelle erfolgen.

Physisch gesehen hat das Handy einen höchst wandelbaren Maschinenkörper, sodass es in der Semiotik als hochgradig variable geometrische Maschine bezeichnet wird (vgl. Montanari 1999). Im Vergleich zu anderen Informations- und Kommunikationstechnologien ist das Mobiltelefon das am schnellsten sich verändernde Artefakt – was auch damit zu tun hat, dass es eng am menschlichen Körper gehalten wird oder an der Oberfläche des menschlichen Körpers aufbewahrt wird. Damit gerät es in den Bereich der Mode, also in jenes für die Mo-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

derne typische Phänomen, von dem Simmel (1991 [1900]: 41) sagt, es stehe für die »Unbeständigkeit im Reich der Geschmäcker und Stile«. Darum wird das Handy auch in Zukunft die am schnellsten sich verändernde Informations- und Kommunikationstechnologie bleiben. Es wird beispielsweise ein mit Düften, Parfüm und anderen Sinnesreizen angereichertes technologisches Gerät werden, um neue synästhetische Erfahrungen zu ermöglichen. Mit anderen Worten, es wird größere Chancen haben als andere Informations- und Kommunikationstechnologien, gegen jene Kälte und Härte anzukämpfen, die laut Ernst Bloch (1973 [1923]) mit Technologie und Serienproduktion verbunden sind.

Wie schon von vielen Autoren erläutert, gibt es hinsichtlich der Maschinenkörper diverse allgemeine Tendenzen, die alle darauf abzielen, den Alptraum einer Black Box (eines in seiner Wirkungsweise undurchschaubaren »Kastens«) zu vermeiden. So können Maschinenkörper etwa zum »Modeobjekt« werden, während eine andere Strategie darauf abzielt, die technische Seite des Maschinenkörpers gedanklich ganz verschwinden zu lassen, indem attraktive Oberflächen deren »neue Intelligenz« verbergen. Eine weitere Tendenz geht dahin, dass die Maschinenkörper immer sanfter, bunter, sensibler, weniger mineralisch und dafür biologisch-organischer werden. In der letztgenannten Tendenz zeigt sich zum Beispiel, wie Frauen heutzutage informell das Industriedesign beeinflussen; die Technologie wird so für die weibliche Welt passender und »genießbarer« gemacht. Diese allgemeinen Tendenzen gelten natürlich auch für das Mobiltelefon. Es ist sogar jenes Gerät, an dem sich die Entfaltung der genannten Tendenzen am besten beobachten lässt. In der Tat verwandelt sich das Handy immer mehr in ein modisches, verführerisches Objekt, das irgendwo zwischen Accessoire und Schmuck angesiedelt ist. Wie der Computer wird auch das Handy immer kleiner und unsichtbarer; es verschwindet in Uhren, Gürteln und sogar in Kleidungsstücken. Und schließlich wird das Handy so weit wie möglich zur sanften Maschine. Dieser letztgenannte Wandel nahm seinen Ausgang offensichtlich bei den verwendeten Materialien; sie sind heute nicht hart, sondern eher weich und überdies »intelligent«.

Das Mobiltelefon als Artefakt ist nicht nur in stetigem Wandel begriffen, sondern es ist auch multiform und multifunktional. Es ist vieles in einem: Terminkalender, Pager, Taschenrechner, Internetterminal, Videospielgerät, Uhr, Wecker, Radio, Kamera und noch mehr. In dieser Hinsicht teilt es mit vielen anderen technischen Objekten das Schicksal, das Baudrillard (1968) schon vor vielen Jahren so gut verstanden hat: dass sie komplexer werden als die individuellen Verhaltensweisen, die sich auf solche Geräte beziehen. Die Multifunktionalität des Mobiltelefons bezeugt, wie auch die anderer Informations- und Kommunikationstechnologien, die Sehnsucht der modernen Gesellschaft nach Wiedervereinigung des Getrennten und Fragmentierten, nachdem die

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

gegenläufige Tendenz zur Spezialisierung und Pulverisierung überhand genommen hat. Indes, dieses Bedürfnis nach Wiedervereinigung, das sich in der Versammlung vieler verschiedener Funktionen in einem Gerät zeigt, stößt letztlich an seine Grenzen, wenn es der Spezialisierung von Funktionen allzu sehr im Wege steht. Maschinen, die anscheinend sehr vieles gleichzeitig können, erledigen in Wirklichkeit meistens nur eine Funktion gut und dafür viele andere schlecht. Überdies führt das Missverhältnis zwischen der Komplexität der Geräte und dem Traum der Nutzer von einfacher Benutzbarkeit unweigerlich zu einem starken Vereinfachungsprozess.

Konsum und Benutzung, das heißt: strenge Auswahl der Funktionen. In diesem Sinn ist das Handy ein »offenes Projekt«, bei dem die Hermeneutik eine wichtige Rolle spielt. Schließlich eignet sich das Handy auch noch für die individuelle Personalisierung: durch ein spezielles Logo, ein spezielles musikalisches Motiv als Klingelton, einen kleinen Teddybär als Anhänger oder ein originelles Gehäuse. Die häusliche Aneignung des Handys erfolgt durch die Negation seines Seriencharakters und seiner Anonymität als Ware. Auf sozialer Ebene funktioniert diese Individualisierung so effizient, dass es inzwischen fast unmöglich ist, zwei völlig gleiche Handys zu finden. Wenn wir diesem Personalisierungsprozess unsere Aufmerksamkeit widmen, können wir das Verhalten besser verstehen, wodurch wir den physischen Körper des Geräts »vermenschlichen«; eine Untersuchung seiner sozialen Repräsentation hilft uns dagegen zu verstehen, wie wir unser Handy mental »vermenschlichen«, indem wir es in unsere Gedankenwelt integrieren. Die Zerstörung der Aura, die das Handy als Artefakt, als Produkt eines industriellen Herstellungsprozesses umgibt, wird in gewisser Weise wettgemacht durch die Veränderungen im Rahmen des Benutzungs- und Konsumprozesses. Auf diese Weise befreien die Nutzer die Kreativität, Inspiration und Imagination, die zuvor in komprimierter Form in den Produktionsprozess eingegangen sind.

Von den Nutzern eingeführte Designvarianten

Es wurde bereits festgestellt, dass das Mobiltelefon ein besonders konkretes Beispiel dafür ist, wie die Nutzer Verhaltensmuster ändern können, die einem technologischen Gerät eingeschrieben sind. Wie also haben die Handynutzer die ursprüngliche Funktion und das ursprüngliche Design variiert? Diese Antwort ist sehr wichtig, weil wir, wenn wir von der aktiven und innovativen Rolle der Benutzer sprechen, im Allgemeinen vage bleiben und höchstens ein Beispiel immer wieder nennen: SMS-Botschaften. Dagegen ergibt sich aus den bislang durchgeführten Untersuchungen ein sehr reichhaltiges Bild der Benutzermodifikationen. Ein Überblick über die in der neueren Forschungsliteratur

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

aufgeführten Varianten sollte mit der *Individualisierung* des Mobiltelefons beginnen. Anfänglich als mobiles Gerät zur Benutzung im Berufsverkehr, beim Wandern, Reisen und so weiter gedacht, kurz, für alle Situationen, in denen der Nutzer sich bewegt, entwickelte sich das Mobiltelefon sehr schnell zu einem technologischen Gerät, das hauptsächlich individuell, nämlich von seinem Besitzer, benutzt wird. Man kann sagen, dass das Handy die erste Kommunikationstechnologie ist, die durch präzise Initiative der Nutzer zum ganz persönlich statt – wie sonst üblich – zum kollektiv genutzten Gerät wurde.

Eine weitere wichtige Variante ist die Benutzung, wenn man *nicht* unterwegs ist – eine Sekundärfolge der Transformation des Handys vom mobilen zum persönlichen Gerät. Diese Nutzung verdankt sich einem breiten Wunsch nach Zugang zu mobiler Kommunikation, der anschließend zur Individualisierung der Geräte führte. Obwohl das Handy als *Mobil*technologie für den Gebrauch unterwegs entworfen wurde, haben die Nutzer es im Wesentlichen zu einem Instrument *individueller* Kommunikation umfunktioniert – egal ob unterwegs oder daheim. Die unausweichliche Folge dieser unterschiedlichen Lesart des technologischen Objekts war, dass es überall eingesetzt wurde, wo Individuen es benutzen wollten, also nicht mehr nur spezifisch, wenn sie unterwegs waren, sondern auch zu Hause, am Arbeitsplatz, im Restaurant, und so weiter.

Die dritte Variante ist, dass das Handy, ursprünglich nur als ergänzendes Zweitgerät zum Festnetztelefon gedacht, inzwischen der absolute Favorit und Vorreiter geworden ist. *Das Mobiltelefon hat das Festnetztelefon überholt*. Das Mobiltelefon konnte nicht nur zum führenden Gerät im Bereich der Mobiltechnologie werden, sondern überdies konnte die mobile Kommunikation auch der Festnetztelefonie den Rang ablaufen und ihr erhebliche Marktanteile abnehmen. Diese Variante kann als Ergebnis der beiden ersten gelten, aber sie hat auch ein Eigenleben entfaltet, weil sie das Kerngeschäft der Telekommunikationsgesellschaften und Handyhersteller radikal modifiziert hat. Die Firmen wurden gezwungen, ihre Planungen und ihre innere Organisation neu zu konfigurieren.

Das Handy – und damit sind wir bei der vierten Variante – hat dazu geführt, dass moderne Individuen öffentliche Orte neu konfigurieren, indem sie eine *neue Dynamik zwischen privater und öffentlicher Dimension* ins Spiel gebracht haben. Letztlich hat das Mobiltelefon dazu geführt, dass das neuzeitliche Phänomen des Intimitätskultes als zentrale Erfahrung erschüttert wurde. Die bürgerliche Idee einer Ästhetik der Intimität, des Abgeschiedenseins, der Distanz, kurz, des Selbstrückzugs und der Selbstabgrenzung zum Schutz gegenüber der Außenwelt, ist nicht länger in der Lage, die Ritualisierung der Geselligkeit (Soziabilität) zu disziplinieren (vgl. Maldonado 1993: 8-10). Die Ausbreitung des Mobiltelefons demonstriert im öffentlichen Raum wie von Zauberhand

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

die beiden grundverschiedenen Seiten moderner Individuen: ihr »aggressives Heldentum nach außen und ihr bescheidenes Antiheldentum nach innen«. Diese in sich widersprüchliche Haltung verschwindet dadurch zwar nicht, aber das Handy hat den Menschen in gewisser Weise die Chance gegeben, sich der Welt zu öffnen.

Eine weitere – leicht zu übersehende – nicht von vornherein beabsichtigte Variante betrifft Unternehmer, öffentliche Verwaltungen und andere Arbeitgeber, die sich das Handy insofern zunutze machen, als sie einen Weg gefunden haben, ihre Untergebenen zur dienstlichen Nutzung von Handys zu animieren, *ohne dafür die Kosten zu tragen*. Aus dieser Sicht hat die verbreitete Benutzung von Mobiltelefonen eine noch weit radikalere Grenzverschiebung zwischen Arbeitssphäre und sozialer Reproduktion oder Zivilgesellschaft und stillschweigender Wiedervereinnahmung von Teilen des Lohns durch die Arbeitgeber zur Folge – Lohnanteilen, die den Beschäftigten eigentlich ausgezahlt werden müssten.

Nun kommen wir zur am häufigsten zitierten Designvariante, die die Handynutzer (insbesondere die jugendlichen Handynutzer) geschaffen haben: dem *massenhaften SMS-Versand*. Ursprünglich hatte diese Funktion nach dem Willen der Designer nur den Technikern dienen sollen – als Möglichkeit, einander während der Arbeit kurze Mitteilungen zu schicken. Diese Funktion, von den Mobilfunkgesellschaften keineswegs propagiert, wurde von jungen Leuten entdeckt und im großen Stil aktiviert – Jugendlichen, die vor allem daran interessiert waren, für ihre Kommunikation möglichst wenig Geld auszugeben. Hier war es also der Geldmangel der Jugendlichen, der sie dazu brachte, alternative Arten der »mobilen« Kommunikation zu erfinden. Eine Auswirkung dieser Entdeckung waren die Entwicklung schriftlicher Mobilkommunikation und die Entwicklung einer spezifischen SMS-Sprache.

Eine weitere Designvariante stammt ebenfalls von Jugendlichen: die *Verwendung spezieller Klingelsignale*, wiederum um kostenlos kommunizieren zu können. Diese Praxis ist international und in vielen Ländern weit verbreitet. So haben viele junge Leute ein neues kommunikatives Register kennen gelernt, das mit einer strengen Ritualisierung und einer nichtverbalen Sprache verbunden ist. In diesem Fall ist das Mobiltelefon in den Händen individueller Kinder zum Instrument des Wiederaufbaus einer Art virtueller Bruderschaft und Schwesterschaft geworden. Diese Praxis hat aber auch dazu geführt, dass Jugendlichen viele Stunden ihres Schlafes geraubt werden, weil die Augenblicke eines Tages, an denen eine entsprechende Kommunikation mit Freunden und Freundinnen außerhalb der Wohnung möglich ist, völlig neu geordnet wurden.

Erwähnenswert ist bei den von Jugendlichen eingeführten Varianten auch die Praxis, *absichtlich beliebige Zufallsnummern anzuwählen*, um den eigenen sozialen Horizont zu erweitern. Wenn man darüber

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

nachdenkt, können sich eigentlich nur Jugendliche solche Freiheiten in ihrem Verhalten herausnehmen. Ihre soziale Identität, die noch als unreif gilt, könnte zu ihrer Entschuldigung dienen. Außerdem bleibt ihnen, sollte die Sache außer Kontrolle geraten, immer noch der Ausweg, dass sie das Ganze als Fehler oder Scherz deklarieren können. Ein solches Verhalten wirft jedoch ein Schlaglicht auf eine Schwierigkeit vieler Jugendlicher bei der Erweiterung ihrer sozialen Sphäre, denn diese ist allzu oft sehr eng und hermetisch. Zugleich zeigt sich eine gewisse Intoleranz junger Leute gegenüber einem strikt lokal begrenzten Schema von Geselligkeit, das nur zu leicht als gegeben angesehen wird (Schulfreunde, Nachbarschaft, Sportverein etc.).

Aus einer gesetzteren Welt kommt die Verwendung des Handys, um *mit den Medien zu interagieren* (Beteiligung an Abstimmungen per SMS in Radio- und Fernsehprogrammen, Handytelefonate während der Autofahrt etc.). Das Handy füllt eine Lücke in den Beziehungen zwischen dem Publikum und den Medien, und es hat für beide Seiten zur Lösung technischer Probleme beigetragen. Festnetztelefone waren zum Beispiel niemals wirklich in der Lage, die Massen jener Teilnehmer zu bewältigen, die sich an Radio- oder Fernsehprogrammen aktiv beteiligen wollten. Die Leitungen waren oft belegt, die Anrufkosten hoch. Letztlich waren dann nur sehr wenige Leute in der Lage, ihre Meinung zu sagen, sich an Quizspielen zu beteiligen, und so weiter. Das Handy bietet keine Wundertüte zur Lösung aller Probleme, aber es ist ein nützliches Hilfsmittel. In dieser Hinsicht haben sich die Möglichkeiten von SMS als ein Segen erwiesen.

Eine andere Variante, die jeden, unabhängig von Alter und Geschlecht, betrifft, ist die *Verwendung des Handys zur Selbstdarstellung*. Es ist bestens geeignet für die Konstruktion eines öffentlichen Images, eines selbstsicheren und zwanglosen Verhaltens, oder um Lücken und leere Augenblicke mit präzisen Ritualen zu füllen. Anders gesagt, das Handy kann bei der Überwindung von Ängstlichkeit und Befangenheit im eigenen Auftreten helfen, aber auch – angesichts anonymer Massen und bedrohlicher Leere – bei der Aufrechterhaltung des eigenen Images in der Öffentlichkeit. Wenn Frauen allein sind, verfallen sie in einigen Situationen auf die Strategie, demonstrativ ihr Handy zu benutzen. Eine solche Demonstration ist eine Form der Selbstverteidigung, zeigt sie doch, dass die betreffende Frau mit einer anderen Person verbunden ist, die ihr im Bedarfsfall zur Hilfe kommen kann.

Eine wichtige Variante, die zweifellos in erster Linie von Frauen gestützt wird, ist die Beachtung des *ästhetischen Aspekts* von Handys. Schon Simmel (1991 [1900]: 43) hat hervorgehoben, dass sogar Maschinen ästhetischen Charme haben können: »Die absolute Funktionalität und Sicherheit der Bewegungen, die Reduktion von Widerstand und Reibung auf ein Minimum, das harmonische Zusammenspiel kleinster und größter Teile – all dies verleiht der Maschine schon bei oberflächli-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

cher Betrachtungsweise eine charakteristische Schönheit.« Das Mobiltelefon ist wahrscheinlich jene Informations- und Kommunikationstechnologie, die sich am schnellsten in ein verführerisches und modisches Gerät verwandelt hat. Der Grund dafür könnte sein, dass das Handy, im deutlichen Unterschied zu anderen Informations- und Kommunikationstechnologien nahe am oder gar direkt am menschlichen Körper bleibt, was dieses Gerät natürlich geradezu prädestiniert, in die Einflusssphäre der Blicke und generell der Mode zu geraten.

Bislang wurden Designvarianten genannt, die soziale Veränderungen betrafen, welche durch das Handy unterstützt oder gar erst ermöglicht wurden. Diese von den Menschen herbeigeführten sozialen Veränderungen sind bezüglich der Verhaltensmuster, die dem Handy ursprünglich eingeschrieben wurden, innovativ und unerwartet. Doch viele davon betreffen die Gesellschaft wesentlich stärker als die Technologie oder die Welt der Telekommunikation. Es gibt allerdings noch eine andere Art von Designvarianten: Veränderungen am Körper des Gerätes selbst. Frauen etwa haben Mobilfunkanbieter und Handyhersteller daran erinnert, dass sie oft wesentlich längere Fingernägel haben als Männer. Darum musste die *Handytastatur* diesen Gegebenheiten angepasst werden, damit auch Frauen sie leichter bedienen konnten.

Eine genuine Designvariante ist überdies die *große Bedeutung,* die *der Musik auf dem Handy* beigemessen wird. Angefangen bei den Klingeltönen, aber auch bei der Möglichkeit, mit dem Handy Radio zu hören, haben besonders Jugendliche diese zusätzliche Form der Konvergenz herbeigeführt: Handy und Musik werden eins. Mit Sicherheit hat die weit verbreitete Musikliebe Jugendlicher und ganz allgemein unter jungen Leuten zur Einbeziehung dieser Komponente geführt, die mit dem ursprünglichen Handydesign überhaupt nichts zu tun hat.[1] Die Tatsache, dass Musik der Hauptansatzpunkt für die Handy-Personalisierung ist, ist so bekannt, dass an dieser Stelle ein kurzer Hinweis genügt.

Unser Überblick über unerwartete und innovative Verhaltensweisen der Handynutzer gelangt hier an sein vorläufiges Ende. Diese – notwendige – Untersuchung reicht allerdings noch nicht aus, weil wir uns auch nach der tieferen Bedeutung dieser Beobachtungen fragen müssen. Dafür reichen die verfügbaren Theorien (Ko-Konstruktion,

1. Am 2. September 2004 schrieb die aufstrebende Rockband »Rooster« Geschichte, als sie als erste Band überhaupt eines ihrer Konzerte über das Mobiltelefon übertragen ließ. Eintausend 3G-Videohandy-Nutzer des britischen Mobilfunknetzes »3« mussten 5 Pfund entrichten, um der 45-minütigen Show auf ihren Handys folgen zu können. Diese Handy-Rundfunkübertragung des Auftritts der Band im Londoner Institute of Contemporary Arts richtete sich in erster Linie an die Altersgruppe der 18- bis 25-Jährigen (vgl. Barton 2004).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

»Innofusion«, empirische Untersuchungen in den Haushalten, soziales Lernen beim Design) leider nicht aus, weil sie in sich selbst unzureichend sind. Erfolgversprechender wären Bezugnahmen auf Studien aus der politischen Ökonomie und aus der Soziologie des Konsums (vgl. Codeluppi 2004). Innovationen und Modifikationen der Handynutzer müssen zuallererst als Ausdrucksweisen der Subjektivität dieser Verbraucher betrachtet werden. Als Käufer müssen die Konsumenten ihre Kaufkraft nicht zuletzt dadurch bewahren, dass sie versuchen, Kosten zu senken und das Beste aus ihren Einkäufen zu machen – auch durch das Ausprobieren von Neuem. Zweitens sollte man diese Innovationen auch als Ergebnisse eines Verbraucherverhaltens werten, bei dem die Konsumenten sich schon seit geraumer Zeit als unabhängige Variable im wirtschaftlichen Gesamtgeschehen begreifen. Sie versuchen, was sie gekauft haben, im Einklang mit ihren eigenen Bedürfnissen und Wünschen zu benutzen; dabei unterlaufen sie die allen Waren eingeschriebenen Handlungsanweisungen und nehmen all jene Modifikationen vor, die ihnen passend erscheinen. In diesem Zusammenhang bedeutet das Selbstverständnis als unabhängige Variable im kapitalistischen Prozess ganz allgemein, dass man seine Kaufstrategien geheim hält (daher die »Unberechenbarkeit« der Verbraucher), während man seine Konsumstrategien publik macht, damit sie sich bei der Verbesserung der technologischen Geräte, die in Zukunft ver- und gekauft werden sollen, positiv bemerkbar machen können.

Schlussbetrachtung

Der vorliegende Beitrag stellt erst den Beginn einer Diskussion des Mobiltelefons als Artefakt dar. Eine tiefer gehende Analyse würde mehr Platz und mehr Zeit zum Nachdenken erfordern. Möge dieser Versuch als Anreiz dienen, das Mobiltelefon umfassender in die weitergehende theoretische Debatte über Fragen der Technologie und über Fragen des Industriedesigns einzubeziehen.

Literatur

Akrich, Madeleine (1992), »The Description of Technological Objects«, in: Wiebe E. Bijker/John Law (Hg.), *Shaping Technology/Building Society: Studies in Sociotechnical Change*, Cambridge, MA: MIT Press, S. 205-224.

Barton, Laura (2004), »The First Phone-In Concert: ›Rooster‹ Heralds New Era of Technology by Broadcasting Gig Live by Mobile«, *The Guardian*, 3. November.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Baudrillard, Jean (1968), *Le Système des objets*: *La consommation des signes*, Paris: Gallimard.

Bijker, Wiebe E./Hughes, Thomas P./Pinch, Trevor (Hg.) (1987), *The Social Construction of Technological Systems*, Cambridge, MA: MIT Press.

Bloch, Ernst (1973 [1923]), »Die technische Kälte«, in: E. Bloch, *Geist der Utopie*, Unveränderter Nachdruck der bearbeiteten Neuauflage von 1923, Frankfurt am Main: Suhrkamp [stw 35], S. 20-29. [1. Auflage 1918, 3. überarbeitete Auflage 1977 (Bd. 3 der Suhrkamp-Werkausgabe in 16 Bänden); ital. Übers.: »La freddezza tecnica«, in: Tomás Maldonado (Hg.), *Tecnica e cultura. Il dibattito tedesco tra Bismarck e Weimar*, Mailand: Feltrinelli, 1991, S. 236-246.]

Codeluppi, Vanni (2004), *Il potere del consumo*, Turin: Bollati Boringhieri.

Fleck, James (1988), »Innofusion or Diffusation? The Nature of Technological Developments in Robotics«, Edinburgh PICT (The ESRC Programme on Information and Communication Technologies) Working Paper Nr. 4, University of Edinburgh.

Gibson, James J. (1986), *The Ecological Approach to Visual Perception*, Mahwah, NJ/London: Lawrence Erlbaum & Associates. [1. Aufl. Boston: Houghton Mifflin, 1979.]

Latour, Bruno (1998), »Fatti, artefatti, fatticci«, in: Michela Nacci (Hg.), *Oggetti d'uso quotidiano. Rivoluzioni tecnologiche nella vita di oggi*, Venedig: Marsilio, S. 17-36.

Latour, Bruno/Woolgar, Steve (1979), *Laboratory Life: The Construction of Scientific Facts*, London: Sage. [2. Aufl. Princeton, NJ: Princeton University Press 1986.]

Maldonado, Tomás (1974 [1959]), »Comunicazione e semiotica«, in: T. Maldonado (Hg.), *Avanguardia e razionalità*, Turin: Einaudi, S. 67-77.

Maldonado, Tomás (1987), *Il futuro della modernità*, Mailand: Feltrinelli.

Maldonado, Tomás (Hg.) (1991), *Tecnica e cultura. Il dibattito tedesco tra Bismarck e Weimar*, Mailand: Feltrinelli.

Maldonado, Tomás (1993), »L'ambiguità dell'interno«, in: *Ottagono* 23 (3), S. 9-12.

Maldonado, Tomás (1997), *Critica della ragione informatica*, Mailand: Feltrinelli.

Montanari, Federico (1999), »Dall'oggetto al fatticcio«, in: Gianfranco Marrone (Hg.), *C'era una volta il telefonino. Un' indagine socio-semiotica*, Rom: Meltemi, S. 169-192.

Norman, Donald A. (1993), *Things That Make Us Smart: Defending Human Attributes in the Age of the Machine*, Cambridge, MA: Perseus Publishing. [Ital. Übers.: *Le cose che ci fanno intelligenti. Il posto della tecnologia nel mondo dell'uomo*, Mailand: Feltrinelli, 1995.]

Oudshoorn, Nelly/Pinch, Trevor (Hg.) (2003), *How Users Matter: The Co-Construction of Users and Technology*, Cambridge, MA: MIT Press.

Propp, Vladimir J. (1988), *Morfologia della fiaba*, Turin: Einaudi.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Riccò, Dina (1999), *Sinestesie per il design. Le interazioni sensoriali nell' epoca dei multimedia*, Mailand: Etas.

Simmel, Georg (1991 [1900]), »Die Herrschaft der Technik«, in: G. Simmel, *Philosophie des Geldes*, Leipzig: Duncker and Humblot. [Ital. Übers.: »Il dominio della tecnica«, in: Tomás Maldonado (Hg.), *Tecnica e cultura. Il dibattito tedesco tra Bismarck e Weimar*, Mailand: Feltrinelli, 1991, S. 37-46.]

Simondon, Gilbert (1958), *Du mode de l'existence des objets techniques*, Paris: Aubier.

Sombart, Werner (1911), »Technik und Kultur«, in: *Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik* 33, S. 305-347. [Ital. Übers.: »Tecnica e cultura«, in: Tomás Maldonado (Hg.), *Tecnica e cultura. Il dibattito tedesco tra Bismarck e Weimar*, Mailand: Feltrinelli, 1991, S. 136-170.]

Sørensen, Knut (2004), »Cultural Politics of Technology: Combining Critical and Constructive Interventions?«, in: *Science, Technology and Human Values* 29 (2), S. 184-190.

Stewart, James/Williams, Robin (2005), »The Wrong Trousers? Beyond the Design Fallacy: Social Learning and the User«, in: Harald Rohracher (Hg.), *User Involvement in Innovation Processes: Strategies and Limitations from a Socio-Technical Perspective*, München: Profil-Verlag.

Weber, Max (1991 [1918]), *Wissenschaft als Beruf*, Berlin: Duncker und Humblot. [Ital. Übers.: »La scienza come professione«, in: Tomás Maldonado (Hg.), *Tecnica e cultura. Il dibattito tedesco tra Bismarck e Weimar*, Mailand: Feltrinelli, 1991, S. 225-235.]

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Das Mobiltelefon als Rückkehr zu nichtentfremdeter Kommunikation

Kristóf Nyíri

Mindestens anderthalb Millionen Jahre lang, bis vor ungefähr zehntausend Jahren, bedeutete menschliche Kommunikation allein Kommunikation von Angesicht zu Angesicht; sie beschränkte sich notgedrungen auf die Kommunikation zwischen Menschen, die einen gemeinsamen physischen Ort bewohnten. Wie es der Evolutionspsychologe Robin Dunbar sieht, entstand Sprache als Instrument zur Aufrechterhaltung des gemeinschaftlichen Zusammenhalts in immer größer werdenden Gruppen, wodurch ein konstanter und wirksamer Austausch sozialer Informationen gewährleistet blieb (vgl. Dunbar 1996). Auf Dunbars in der sozialwissenschaftlichen Forschung zur Mobilkommunikation sehr einflussreiches Werk bezog sich u.a. auch Kate Fox in ihrem oft zitierten Essay »Evolution, Alienation and Gossip«: »In unserer schnelllebigen modernen Welt waren wir bei der Kommunikation mit unserem sozialen Netzwerk quantitativ wie qualitativ ernsthaft eingeschränkt. Jetzt stellt der Klatsch am Mobiltelefon unser Gefühl von Verbundenheit und Gemeinschaft wieder her und bietet so ein Gegenmittel zu den Zwängen und zur Entfremdung des modernen Lebens« (Fox 2001).

Letztlich läuft die Mobiltelefonie aber auch noch auf andere Weise auf eine Art Rückkehr zu urtümlichen Kommunikationsmustern hinaus. Wie ein weiterer Evolutionspsychologe, Merlin Donald, gezeigt hat, lassen sich bei der Entstehung solcher Muster zwei Hauptphasen unterscheiden (vgl. Donald 1991). Die erste betrifft die Entstehung der Fähigkeit zur mimischen Darstellung, also die Fähigkeit, Ereignisse visuell darzustellen, während die zweite Phase, deren Anfänge zwischen 50.000 und 100.000 Jahre zurück liegen, die Entstehung des menschlichen Sprachsystems betrifft, die Entwicklung einer Verbalsprache, die auf den Grundlagen einer gestischen Sprache aufbaute. Schließlich tauchten dann vor rund 10.000 Jahren völlig neue Kommunikationsmuster auf, nämlich die Grundmuster medial vermittelter Kommunikation. Diese entstanden laut Donald als Folge der Entwicklung externer Formen des Gedächtnisses; man erfand bildliche, ideo-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

graphische und phonologische Symbolsysteme. Dabei sollte allerdings nicht übersehen werden, dass manche der Schritte auf diesem langen Weg nicht nur bessere Kommunikationsmöglichkeiten mit sich brachten, sondern auch eine zunehmende Disharmonie zwischen urtümlichem Denken und einigen dieser neuen Ausdrucksmittel. Im vorliegenden Beitrag geht es darum, zu zeigen, dass die neueren Entwicklungen der Mobiltelefonie nicht nur neue und enorm verbesserte Kommunikationsmöglichkeiten mit sich bringen, sondern möglicherweise auch eine Gelegenheit, besagte Disharmonie zu überwinden.

Eine erste leichte Entfremdung zwischen Inhalt und Medium muss sich bereits bei der Entwicklung der Verbalsprache ergeben haben. Diese Entwicklung wies der linken Hirnhälfte neue Aufgaben zu, doch nicht alle Gehirne waren für die Übernahme solcher Aufgaben gleich gut gerüstet. Was wir heute in einem weiteren Sinne als »Dyslexie« bezeichnen, die Probleme beim Lesen und Verstehen von Wörtern oder Texten, hat nämlich eine anatomische Basis (vgl. West 1997: 271) und kommt gar nicht so selten vor. Allerdings wurde dieses Problem vor dem Aufkommen der Schrift natürlich nicht offenbar. Wie Thomas West feststellt, »treten bestimmte Spezialfähigkeiten und Dyslexie tendenziell gemeinsam auf«, doch waren »in schriftlosen Gesellschaften nur die Vorteile sichtbar; die Nachteile blieben verborgen. Und weil solche Bedingungen im größten Teil der menschlichen Geschichte vorherrschten, überrascht es nicht, dass Dyslexie relativ normal war und als Problem erst gesehen wurde, als von größeren Teilen der Gesellschaft höhere Schul- und Hochschulbildung (mit ihrem beträchtlichen Maß an schriftsprachlicher Orientierung) verlangt wurde« (West 1997: 20). In gewissem Maß muss sich die Dyslexie auch schon in prähistorischen Zeiten bemerkbar gemacht haben, etwa wenn jemand, der eine hochentwickelte Gebärdensprache meisterhaft beherrschte, oder aber ein inspirierter Schöpfer von Höhlenmalereien, plötzlich händeringend nach Worten suchte und ins Stottern geriet. West zitiert Stephen Jay Gould, der sich seinerseits auf Goethe beruft: »Wir sollten weniger reden und mehr zeichnen. Ich persönlich würde gerne ganz auf die Sprache verzichten und wie die organische Natur alles, was ich zu sagen habe, in Skizzen sagen« (West 1997: 257). Dieses Zitat stammt aus Goulds *Eight Little Piggies* (1993), und bei Gould heißt es weiter: »Unsere Attraktion zu Bildern als Verständnis- und Erkenntnisquelle ist sowohl urtümlich als auch allgegenwärtig. Das Schreiben mit seiner linearen Anordnung der Gedanken ist in der Geschichte der menschlichen Erkenntnis nur ein historischer Nachgedanke.«

Allgemein gesagt, befreit die Übergabe mentaler Inhalte an ein externes Gedächtnis den menschlichen Geist eher als dass sie zu einer Entfremdung beitrüge. Marx kritisierte Hegel für dessen Gleichsetzung von Vergegenständlichung und Entfremdung; vielmehr sei die Neigung zur Vergegenständlichung, die mit der Herstellung von Werkzeugen

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

beginne, ein Wesenszug des Menschen. Allerdings führe die Vergegenständlichung tatsächlich zur Entfremdung, wenn ein System erzwungener Arbeitsteilung zur Grundlage der Produktion materieller Güter werde. In einem bekannten Abschnitt aus dem ersten Kapitel des ersten Buches von *Das Kapital* (»Der Fetischcharakter der Ware und sein Geheimnis«) heißt es bei Marx:

> »Ein näher liegendes Beispiel bildet die ländlich patriarchalische Industrie einer Bauernfamilie, die für den eignen Bedarf Korn, Vieh, Garn, Leinwand, Kleidungsstücke usw. produziert. Diese verschiednen Dinge treten der Familie als verschiedne Produkte ihrer Familienarbeit gegenüber, aber nicht sich selbst wechselseitig als Waren. Die verschiednen Arbeiten, welche diese Produkte erzeugen, Ackerbau, Viehzucht, Spinnen, Weben, Schneiderei usw. sind in ihrer Naturalform gesellschaftliche Funktionen, weil Funktionen der Familie, die ihre eigne, naturwüchsige Teilung der Arbeit besitzt« (Marx 1962: 92).

Wie es schon der junge Marx in seinem Aufsatz »Das philosophische Manifest der historischen Rechtschule« (1842) impliziert hatte, liegt in der romantischen Sicht ursprünglicher (»roher«) Verhältnisse ein wahrer Kern: Die »*rohen* Zustände [waren] naive niederländische Gemälde der *wahren* Zustände« (Marx 1964: 78). Nun lässt sich allerdings auch sagen, dass zwischen den visuellen, oral-auralen, verbalen, taktilen und anderen Kommunikationskanälen eine Art Arbeitsteilung besteht. Nichtentfremdete Kommunikation setzt eine spontane Harmonie dieser Kanäle voraus, doch eine solche Harmonie ließ sich nach Entstehung der ersten Schriftsysteme kaum noch aufrechterhalten.

Bildliche und hieroglyphische Schriftsysteme waren schwer zu beherrschen; sie stellten priesterliches Wissen dar und waren den Massen fremd. Die Alphabetisierung dagegen förderte Demokratie und rationales Denken; sie führte allerdings auch, wie die Reaktion Platons zeigt und wie Nietzsche nicht müde wurde zu betonen, zu einer exzessiven Beschäftigung mit Abstraktionen und zu einer Vernachlässigung der sinnlichen Welt. Als ein weiterer Verzerrungseffekt der alphabetischen Schriftkultur ergab sich, wie Marshall McLuhan immer wieder hervorhob, die Dominanz des linearen Denkens. Auch McLuhans Liebling J.C. Carothers hatte natürlich Recht, als er 1959 in einem bahnbrechenden Aufsatz in Erinnerung rief, dass geschriebene Worte von den für die gesprochene Sprache typischen emotionalen Obertönen und Akzenten vieles einbüßen. Daraus folgt, dass geschriebene Worte »viel leichter missverstanden werden können; nur wenigen Menschen gelingt es in gesprochener Sprache nicht, ihre Botschaften und Teile ihres Selbst zu kommunizieren, während schriftliche Texte […] nur wenig vom Schreibenden übermitteln« (Carothers 1959: 311). So entfremdet uns das Schreiben also von uns selbst und von einander.

Am wichtigsten ist indes, dass wir uns in jahrhundertelanger Vorherrschaft von Schrift und Druckerpresse den Bildern entfremdet hat-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

ten. Der Hauptgrund dafür war technologischer Art. Vor 1400, vor der Erfindung des Bilddrucks, gab es keine angemessene Technologie für die Vervielfältigung von Illustrationen. Vor dem Zeitalter der Fotografie war, wie William Ivins in *Prints and Visual Communications* (1953) feststellt, keine naturgetreue Darstellung spezieller Objekte möglich. Auch war es für Autoren und Drucker wesentlich einfacher, sich mit Texten als mit Bildern zu befassen. In *Der sichtbare Mensch* (1924), seinem grundlegenden Buch zur Stummfilmästhetik, das auch auf McLuhan und seinen Zirkel in Toronto beträchtlichen Einfluss hatte, kommt der ungarische Dichter, Dramatiker und Filmkritiker Béla Balázs zu dem Schluss, dass als Folge des Buchdrucks alle anderen Formen der Kommunikation außer Lesen und Schreiben in den Hintergrund gerieten. Das neue Medium des Films werde jedoch, schrieb Balázs, jene glücklichen Zeiten zurückbringen, »da die Bilder noch ein ›Thema‹, eine ›Idee‹ haben durften, weil die Idee nicht immer vorerst in Begriffen und Worten erschien und der Maler nicht erst nachträglich mit seinem Bilde eine Illustration dazu malte« (Balázs 1982: 52). Doch Balázs' Hoffnungen erwiesen sich als verfrüht. Noch 1967 konnte der Erkenntnispsychologe Ulric Neisser feststellen, dass eidetische Bilder – die mentale Bilderwelt mit ihrer quasisinnlichen Lebhaftigkeit und ihrem Detailreichtum – bei kleinen Kindern nichts Ungewöhnliches sind, bei Erwachsenen (speziell westlichen Erwachsenen) dagegen etwas sehr Seltenes. Demnach muss die Fähigkeit, so zu sehen, mit dem Alter irgendwie abnehmen. Dafür könnte, vermerkt Neisser, »irgendein mit der Schriftlichkeit zusammenhängender visueller Faktor verantwortlich sein« (Neisser 1967: 149-150).

Die Fotografie war ein entscheidender Sprung nach vorn, weil sie die naturgetreue visuelle Reproduktion des speziellen Objekts, der speziellen Person und des speziellen Augenblicks ermöglichte. Allerdings können auch Fotografien tiefe Verzerrungen enthalten. Der Sammelband *Familiy Snaps* (Spence/Holland 1991; »Familienschnappschüsse«) bietet eine deprimierende Zustandsbeschreibung der konventionellen häuslichen Fotografie mit ihrer Vorspiegelung eines von Liebe bestimmten familiären Beisammenseins, dem jeder Hinweis auf möglicherweise entfremdete Beziehungen fehlt. Doch heute ist eine solche Zustandsbeschreibung bereits obsolet, und das hat mit den vielgeschmähten indiskreten Schnappschüssen zu tun, die das Fotohandy ermöglicht. Solche Aufnahmen sind nicht dazu gedacht, zukünftigen Betrachtern idealisierte Bilder zu präsentieren, sondern sie sollen per MMS authentische visuelle Hier-und-Jetzt-Informationen für intime Freunde und Verwandte liefern. Man sieht etwas, will es nicht für sich behalten und braucht es auch nicht für sich zu behalten.

Ähnlich ist es mit Texten. Eine Erinnerung lässt einen nicht mehr los, man hat eine Neuigkeit, man hat eine Idee – man braucht sie nicht für sich zu behalten, und man kann sie auch nicht für sich behalten.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Carothers zitiert eine Passage, in der eine Ethnologin über analphabetische Eskimos berichtet: »Alle Eskimos, auf die wir trafen, sprachen viel. Eine Regel im Eskimoleben lautet, dass man keinen Gedanken für sich behalten darf – denn wer es tut, wird verrückt werden« (Carothers 1959: 314). Dagegen ist der isolierte Denker der Moderne, das epistemologische Ego von Descartes und Locke, ein seiner Gemeinschaft entfremdetes Individuum. Doch im Zeichen allgegenwärtiger multimodaler Verbundenheit, im Zeichen auch von Geräten, welche die für das Denken und für die Übermittlung multimodaler Gedanken erforderlichen Anstrengungen dramatisch reduziert haben, hat anscheinend eine Rückkehr zu weniger entfremdeten Kommunikationsbedingungen begonnen. »Könnte es sein«, fragt Thomas West, »dass die Menschheit eine [neu-alte] Bühne betritt, eine Bühne, auf der die [dyslexische] Summe von Charakterzügen vielleicht wieder in den Vordergrund tritt?« Anders gesagt: »Möglicherweise befinden wir uns jetzt an einem Wendepunkt, an dem eine neue Familie von relativ preiswerten und nachhaltig visuell orientierten Technologien es möglich macht, die seit langem wirksame Verwendung verbal orientierter Technologien komplementär zu ergänzen« (West 1997: 23, 258). Natürlich ergeben sich aus einem solchen Übergang neuartige philosophische Fragen. Schließlich waren es Descartes' und Lockes denkende und erkennende Individuen, die die Wissenschaft und die politischen Institutionen des Westens schufen. Wird nun eine Rückkehr zum kollektiven Denken nicht die analytischen und synthesefähigen Kräfte des westlichen Denkens schwächen? Wird es sie im Gegenteil nicht vielmehr erweitern?

Denn wir müssen natürlich bedenken, dass zwar das Internet, zumal das per UMTS-Handy angewählte Internet, eine echte Revolution im Kommunikationswesen bedeutet, nämlich nichts weniger als die Umkehrung der jahrhundertelangen kommunikativen Entfremdung der Menschheit, dass aber gleichwohl sehr reale Probleme mit den neuen Informations- und Kommunikationstechnologien verbunden sein können. Ich zähle im Folgenden vier Probleme auf, die von der Welt der Technologie wie von der Welt der Philosophie gelöst werden müssen.

Erstens: Orientierung im Internet. Jeder Internetnutzer weiß nur zu gut, dass das dort verfügbare Informationsvolumen kaum zu überschauen und zu bewältigen ist und dass zugleich ein Mangel an wirklich brauchbaren Informationen herrscht. Für die Erfordernisse des Alltags – Kontakte herstellen, Einkaufen, Reisen, Unterhaltung und Nachrichtenüberblick – ist im Internet im Allgemeinen gut gesorgt. Wenn man sich jedoch auf den umfassenderen Ozean des zeitlosen Wissens begibt, wird man bald feststellen müssen, dass man ohne Kompass navigiert. Die heutigen Suchmaschinen sind phantastisch effizient; nach der Stichworteingabe erscheinen zahllose anscheinend relevante Dokumente. Doch wenn wir nach einem passenden Aus-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

gangspunkt für detaillierte Informationen suchen oder in manchen Fällen auch nur wissen wollen, welchen Dokumenten wir überhaupt glauben können, dann würden wir uns oft mehr Wegweisung durch Experten wünschen. Solche Wegweisung findet sich in Internetportalen, Informationssammelpunkten, die von qualifizierten Organisationen betrieben werden. In den großen Weltsprachen sind solche Portale durchaus vorhanden, aber in unbekannteren Sprachen herrscht in dieser Hinsicht immer noch deutlicher Mangel.

Zweitens: Private Handygespräche an öffentlichen Orten – auf der Straße, in der Straßenbahn oder im Zug, auf Flughäfen oder in Warteräumen. Wir alle kennen diese Situation, und viele von uns leiden daran. Doch woran genau leiden wir? Schließlich werden Privatgespräche seit eh und je an allen möglichen Orten in Anwesenheit von Fremden geführt. James Katz meint, was den unfreiwilligen Zeugen eines Handyanrufs vielleicht am meisten störe, sei die kognitive Disharmonie der unnatürlichen Gesprächssituation: Man hört immer nur die eine Seite des Gesprächs mit und ist deshalb in einem Kommunikationsraum nur halb präsent, der sich willkürlich und zufällig mit dem gegebenen tatsächlichen Raum überlagert (vgl. Katz 2003).

Drittens (und eng mit dem zweiten Problem verbunden): Die Vermischung der mentalen Handlungsräume im Zeichen mobiler Kommunikation. Auch dieses Phänomen kennen wir alle aus eigener Erfahrung. Während Sie zum Beispiel jetzt gerade meinem Vortrag folgen, erhalten oder senden einige von Ihnen SMS-Nachrichten über ihr Handy. Auf diese Weise sind Sie in mehreren Räumen gleichzeitig aktiv. Es kann bei Konferenzen durchaus störend sein, wenn die Teilnehmer nicht nur miteinander kommunizieren, sondern zugleich virtuell auch mit externen Partnern, die sich ganz woanders befinden. Und meine lehrenden Kollegen, von der Grundschule bis zur Universität, sind allesamt regelrecht wütend, wenn ihre Schüler und Studenten ihre Aufmerksamkeit nicht ihnen schenken, sondern privaten SMS-Partnern. Das Phänomen ist real, aber was sagt es uns? Vielleicht, dass die organisierten Treffen von Individuen nicht immer so wesentlich sind; dass wir in einen verbalen oder bildlichen Austausch mit virtuellen Kommunikationspartnern treten, in dem es um Wichtigeres geht als um das gerade verhandelte Konferenz- oder Unterrichtsthema … Auf jeden Fall stört der Empfang einer SMS-Botschaft die gegebene Hier-und-Jetzt-Kommunikationssituation weniger als ein ankommender Telefonanruf. Wenn es möglich wäre, die simultane Häufung von Kommunikationssituationen zu trennen und diese räumlich nebeneinander zu regeln, so wäre das Problem der Vermischung von kommunikativen Handlungsräumen auf einen Schlag leichter zu handhaben.

Viertens (und wiederum damit zusammenhängend): Das Zeitmanagement im Zeitalter des Internets und der Mobilkommunikation. Der gegebene Terminkalender für die Arbeit des Tages kann jederzeit

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

durch eine E-Mail, SMS-Botschaft oder einen Handyanruf über den Haufen geworfen werden. Wir sind zermürbt und frustriert, hektisch in viele Richtungen gleichzeitig aktiv und können uns auf eine gegebene Aufgabe nicht mehr konzentrieren. Doch wie real ist dieses Problem? Wenn ich Teenager beobachte, bin ich mir da nicht so sicher. Eingehende Anrufe und SMS-Botschaften scheinen Teenager eher zu beleben als zu stören. Ihr Zeitmanagement ist anders, und wahrscheinlich ist auch ihre Zeitauffassung eine andere: weniger linear als die unserer Generation und die der Generationen aus früheren Jahrhunderten, deren Zeitgefühl von den für geschriebene und gedruckte Wörter typischen linearen Abläufen geprägt war.

Wir sind die erste Generation, die in der Welt dieser neuen Informations- und Kommunikationstechnologien lebt, und die letzte, die noch vollständig in der Gutenberg-Galaxie sozialisiert worden ist. Wir sind die erste Generation, die in beiden Welten zu Hause ist – in der Welt des geschriebenen Wortes und zugleich in der Welt der interaktiven digital-medialen Kommunikation. Wir tragen eine enorme Verantwortung. Unsere Aktivitäten müssen als Beispiel dafür dienen, dass das Internet ein wundersamer Agent der kulturellen Erneuerung und Revolution sein kann. Auch das Mobiltelefon ist Teil dieser neuen kulturellen Revolution, nicht nur als neues Instrument der Gemeinschaftlichkeit und Geselligkeit, das immer noch eher an die alte Gemeinschaftlichkeit erinnert, sondern zunehmend auch als Mittel der Massenkommunikation, als Medium – als ein neues interaktives, individuell maßgeschneidertes Medium.

Doch kennt auch die Netzwerk-Revolution ihre Konterrevolutionäre, lauthals und ignorant. Ihr Technik-Pessimismus ist unbegründet, ja sogar schädlich. Aber es hat ihn natürlich schon immer gegeben. Jedes Zeitalter hat seinen eigenen Technik-Pessimismus. Und im Rückblick wirkt jede derartige Erscheinungsform oft etwas einfältig. Lassen Sie mich einen kurzen Abriss geben.

Platon, der Begründer der westlichen philosophischen Tradition, lebte im Athen des 5. und 4. vorchristlichen Jahrhunderts, zu einer Zeit, da sich die griechische Kultur von einer mündlich orientierten zu einer schriftlichen wandelte. In seinen Dialogen weigerte er sich, die Weisheit der Philosophie dem geschriebenen Wort anzuvertrauen. Er bestand darauf, dass philosophisches Denken angemessen nur im lebendigen Dialog wiedergegeben werden könne. Im 15. Jahrhundert, in den ersten Jahrzehnten nach der Erfindung der Druckerpresse, fühlte sich der anspruchsvollere Leser von mechanisch reproduzierten Buchkopien eher abgestoßen. Darum mussten die frühen mechanischen Drucke die nunmehr kontraproduktiven Lösungen der Handschriften jener Zeit nachäffen, um in den gebildeten Kreisen akzeptiert zu werden: zum Beispiel die zusammengeschriebenen Buchstaben (Ligaturen). Im letzten Drittel des 18. Jahrhunderts gab es mehr als genug Bü-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

cher, und die Menschen lernten, schnell und leise zu lesen. Doch die Kulturwächter der Zeit verschmähten, wie nicht anders zu erwarten, die leise, kontinuierliche Lektüre mit den begleitenden, stundenlang durchgehaltenen charakteristischen Kopfbewegungen der Leser. Die stillen Leser sollten öfter Pausen einlegen, aufstehen und umhergehen, denn diese ganze Lektüre sei für ihre Gesundheit schädlich. Die große Sorge im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts galt dem Telefon: Die gesellschaftlichen Grenzen würden fallen, wenn einfach jeder Fremde anrufen und sich dem Familienleben aufdrängen konnte. Tatsächlich ist die demokratisierende Wirkung des Telefons in den letzten gut 125 Jahren unbestritten; heutzutage hegt niemand mehr solche Bedenken.

Dann sah Neil Postman in den 1980er Jahren im Fernsehkonsum einen Grund, sich Sorgen zu machen. Sein Bestseller *Wir amüsieren uns zu Tode* (Postman 1985) wirft ein grelles Licht auf den Wandel des politischen Diskurses, der sich Unterhaltung und Werbung immer mehr annähere. Doch Postmans Argumentation übersieht die Einschränkungen der Demokratie durch Bücher und Zeitungen, die der Wirksamkeit offener politischer Debatten ebenfalls schaden können. Einige Jahre zuvor hatte Postman *Das Verschwinden der Kindheit* (Postman 1982) veröffentlicht, ein Buch, in dem er die Schwächung und sogar das Verschwinden des Unterschiedes zwischen Kindheit und Erwachsenenalter im Zeitalter des Fernsehens beklagte. Indes, Postmans Analyse konnte keine befriedigende Interpretation für die historische Tatsache bieten, dass die soziologische (wohlgemerkt, nicht die biologische) Unterscheidung zwischen Kindheit und Erwachsenenalter ein Produkt des späten Mittelalters und der frühen Neuzeit ist. Wenn sich die kulturelle und soziologische Trennung zwischen Kindern und Erwachsenen gegenwärtig wieder lockert, sollten wir das eher als natürliche und gesunde Entwicklung betrachten.

Wenn sich die Technik-Pessimisten, und besonders die heutigen Technik-Pessimisten, Sorgen über die Auswirkungen der Technologie auf die Kultur machen, so missverstehen sie das Wesen von Kultur. Sie denken ausschließlich an die Hochkultur (»Culture« mit großem »C«), während sie sich mit einem weiter gefassten Kulturbegriff anfreunden sollten (»Culture« mit kleinem »c«); auch eine Kerze ist ein kulturelles Artefakt. Auf diesen Kulturbegriff bezog sich zuerst Friedrich Nietzsche im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts: Kultur als Werkzeug der menschlichen Evolution, als Mittel kollektiven und individuellen Überlebens. Auch Wissen sollte in diesem Sinne klein geschrieben werden; es sollte in erster Linie praktisch, nicht theoretisch sein. Wissen in kleiner Münze eben. Wissen – das heißt »gewusst, wie«; es heißt Entdecken, zu Ende Verfolgen und Lösen. Die Theorie ist nur eines der Werkzeuge der Praxis, des Handelns, im Rahmen anderer Instrumente, Ausrüstungen und Geräte. Das Gros unseres Wissens ist eingebettet in die Werkzeuge, die uns zur Verfügung stehen. Die menschliche Kultur

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

bestand schon immer in ihren objektivierten Werkzeugen. Es gibt kein natürliches Umfeld des Menschen; die menschliche Umgebung ist menschlich genau seit dem Zeitpunkt, da sie aufhörte, natürlich zu sein. Unter Erkenntnisgesichtspunkten war die menschliche Natur schon immer an den Gebrauch von Werkzeugen gebunden. Man denke an Merlin Donalds These, dass das menschliche Gedächtnis typischerweise mit Hilfe externer Werkzeuge funktioniere (vgl. Donald 1991). Natürlich speichern wir enorme Informationsmengen in unserem Gehirn, doch letztlich bedeutete kognitive Evolution Evolution von Werkzeugen – von den ersten Höhlenmalereien bis zum Internet. Das Internet ist genauso ein externes Gedächtnishilfsmittel wie Bücher, Handschriften und Höhlenmalereien. Das denkende Individuum hat schon immer mit seinen und durch seine Hilfsmittel gedacht; heute geschieht dies zunehmend durch Netzwerkkommunikation und die Möglichkeiten des Internets.

Doch nun sieht der Technik-Pessimist einen kulturellen Niedergang in der Tatsache, dass individuelles Denken durch Internet und Mobiltelefonie unausweichlich und ständig mit kollektivem Denken verbunden ist – dass also das isolierte Denken immer weiter zurückgedrängt wird. Allerdings ist an diesem Muster nichts wirklich neu – man denke nur an Robin Dunbars These (1996), dass Sprache in erster Linie als Hilfsmittel sozialer Intelligenz entstand.

Die menschliche Kultur ist notwendigerweise eine Kultur künstlicher Hilfsmittel. Wir können natürlich immer fragen, ob unsere Hilfsmittel und Instrumente sich heute in eine vielversprechende Richtung weiterentwickeln und ob sich diese Richtung überhaupt beeinflussen lässt. Die von technologischen Deterministen vertretene Position, Veränderungen in unserem Lebensstil würden durch die Entwicklungen unserer Werkzeuge und Technologien determiniert, ist nur sehr begrenzt wahr. Im Allgemeinen ist der Ansatz der gesellschaftlichen Konstruktion der Technologie wesentlich tragfähiger: Wir benutzen und entwickeln jene Technologien und technischen Werkzeuge, derer wir gesellschaftlich bedürfen. Und ebendieses Konzept des sozialen Konstruktivismus ist ein gedanklich anregender Aspekt in Carolyn Marvins Buch *When Old Technologies Were New*:

»Neue Praktiken entstehen nicht unbedingt direkt aus Technologien, die sie inspirieren; vielmehr werden sie aus alten Praktiken heraus improvisiert, die in neuer Umgebung nicht mehr funktionieren. [...] Medien [...] sind konstruierte Komplexe aus Gewohnheiten, Überzeugungen und Prozeduren, die in komplizierte kulturelle Kommunikationscodes eingebettet sind. Die Geschichte der Medien ist niemals mehr oder weniger als die Geschichte ihrer Verwendungen, und damit geht der Blick immer wieder weg von den Medien zu den sozialen Praktiken und Konflikten, die auf diese Weise beleuchtet werden. Neue Medien, die im weiteren Verständnis die Verwendung neuer Kommunikationstechnologien für alte und neue Zwecke ebenso einschließen wie neue Wege, alte Technolo-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

gien zu nutzen, sowie im Prinzip alle anderen Möglichkeiten für den Austausch von sozialen Bedeutungen, werden immer in ein Spannungsfeld eingeführt. Dieses entsteht durch die Koexistenz von Altem und Neuem und ist viel reicher als jedes einzelne Medium für sich genommen, das nur in den Brennpunkt des Interesses gerät, weil es neuartig ist« (Marvin 1988: 5, 8).

Die Ausbreitung von Mobiltelefonen unterstreicht auf dramatische Weise die These von der gesellschaftlichen Konstruktion der Technologie. Das Handy ist ein charakteristisches Kommunikationswerkzeug in der postmodernen Gesellschaft. Dabei bezieht sich »postmodern« in erster Linie auf die radikale Dezentralisierung und Fragmentierung der sozialen Kommunikation – mit dem Ergebnis, dass hierarchische Strukturen, zentralisierte Kontrolle und lineare Logik über Bord geworfen werden. Fraglos charakterisiert dieser Zustand die Desintegration der Metropolen des späten 20. Jahrhunderts in Subkulturen. Das Mobiltelefon ist eine Antwort auf die postmoderne Herausforderung – und zugleich verstärkt es natürlich die fortgesetzte Dezentralisierung noch mehr. Hierin könnte eine Erklärung dafür liegen, warum die Mobiltechnologie sich erst neuerdings so gewaltig entwickelt, obwohl alle wichtigen Elemente dieser Technologie bereits in den späten 1940er Jahren zur Verfügung standen, einschließlich des (Funk-) Zellen-Prinzips (das auch zur amerikanischen Bezeichung »cellular phone« für das Handy führte). In dem Sammelband *Wireless World: Social and Interactional Aspects of the Mobile Age* (Brown/Green/Harper 2001) unterstreicht Anthony Townsend den Gedanken der gesellschaftlichen Konstruktion der Technologie nachdrücklich: Gesellschaften entwickeln jene Technologien, die am besten zu den Werten, Normen und Zielen der jeweiligen Zeit passen. Dabei zitiert Townsend aus Herbert Cassons *The History of the Telephone* (1910): »Keine Erfindung kam mehr zur rechten Zeit als das Telefon. Es kam genau zu der Zeit, als es für die Organisation der großen Städte und für die Einigung der Nationen gebraucht wurde.« Und nach Townsend gilt ebendies auch für das Mobiltelefon: »Auf ähnliche Weise kam anscheinend in den 1990er Jahren das Mobiltelefon genau zur richtigen Zeit, als es gebraucht wurde, um jene dramatische Dezentralisierung der Kommunikationskanäle zu erleichtern, welche die neuen Sozialsysteme im postmodernen Zeitalter erfordern« (Townsend 2001). So erfüllt das Handy postmoderne Bedürfnisse, ist aber zugleich, so meine Zusammenfassung, auch eine Maschine, die tiefen, urtümlichen menschlichen Kommunikationsbedürfnissen entspricht. Die Mobilkommunikation verweist auf eine Zukunft, die verspricht, im Leben der postmodernen Gesellschaft einige der Eigenschaften wieder zu beleben, durch die sich früher genuine lokale Gemeinschaften auszeichneten.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Literatur

Balázs, Béla (1982), »Der sichtbare Mensch« (1924), in: Helmut H. Diederichs/Wolfgang Gersch/Magda Nagy (Hg.), *Schriften zum Film*, Band 1: *Der sichtbare Mensch. Kritiken und Aufsätze, 1922-1926*, München: Hanser, S. 51-145. [Neuausgabe: Frankfurt am Main: Suhrkamp 2001 (stw).]

Brown, Barry/Green, Nicola/Harper, Richard (Hg.) (2001), *Wireless World: Social and Interactional Aspects of the Mobile Age*, London: Springer.

Carothers, John Colin (1959), »Culture, Psychiatry and the Written Word«, in: *Psychiatry: Journal for the Study of Interpersonal Processes* 22, S. 307-320.

Casson, Herbert N. (1910), *The History of the Telephone*, Chicago: McClurg.

Donald, Merlin (1991), *Origins of the Modern Mind: Three Stages in the Evolution of Culture and Cognition*, Cambridge, MA: Harvard University Press.

Dunbar, Robin (1996), *Grooming, Gossip, and the Evolution of Language*, Cambridge, MA: Harvard University Press.

Fox, Kate (2001), »Evolution, Alienation and Gossip: The Role of Mobile Telecommunications in the 21st Century«, Oxford: Social Issues Research Centre, http://www.sirc.org/publik/gossip.shtml (14. Juli 2005).

Gould, Stephen Jay (1993), *Eight Little Piggies: Reflections in Natural History*, New York: Norton.

Ivins, William M. Jr. (1953), *Prints and Visual Communication*, London: Routledge & Kegan Paul.

Katz, James E. (2003), »A Nation of Ghosts? Choreography of Mobile Communication in Public Spaces«, in: Kristóf Nyíri (Hg.), *Mobile Democracy: Essays on Society, Self and Politics*, Wien: Passagen Verlag, S. 21-33.

Marvin, Carolyn (1988), *When Old Technologies Were New: Thinking About Electric Communication in the Late Nineteenth Century*, New York: Oxford University Press.

Marx, Karl (1964), »Das philosophische Manifest der historischen Rechtsschule« (1842), in: Karl Marx/Friedrich Engels, *Werke*, Bd. 1, Berlin: Dietz Verlag, S. 78-85.

Marx, Karl (1962), »Der Fetischcharakter der Ware und sein Geheimnis«, *Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie*, Buch 1: *Der Produktionsprozess des Kapitals* (1867), Kapitel 1.4, in: Karl Marx/Friedrich Engels, *Werke*, Bd. 23, Berlin: Dietz Verlag, S. 85-98.

Neisser, Ulric (1967), *Cognitive Psychology*, New York: Appleton-Century-Crofts.

Postman, Neil (1982), *The Disappearance of Childhood*, New York: Delacorte Press, 2. Aufl. New York: Vintage Books, 1994. [Dt. *Das Verschwinden der Kindheit*, Frankfurt am Main: Fischer, 1983.]

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Postman, Neil (1985), *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*, New York: Viking Penguin. [Dt. *Wir amüsieren uns zu Tode*, Frankfurt am Main: Fischer, 1985.]

Spence, Jo/Holland, Patricia (Hg.) (1991), *Family Snaps: The Meanings of Domestic Photography*, London: Virago Press.

Townsend, Anthony (2001), »Mobile Communications in the Twenty-first Century City«, in: Barry Brown/Nicola Green/Richard Harper (Hg.), *Wireless World: Social and Interactional Aspects of the Mobile Age*, London: Springer.

West, Thomas G. (1997), *In the Mind's Eye: Visual Thinkers, Gifted People with Dyslexia and Other Learning Difficulties, Computer Images, and the Ironies of Creativity*, Amherst, NY: Prometheus Books [1. Aufl. 1991].

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Mobile Kommunikation und die Transformation des Alltagslebens: Die nächste Phase in der Mobiltelefon-Forschung

James E. Katz

Anders als im Fall der Computer- und Internet-Technologie hat die sozialwissenschaftliche Forschung zur Mobilkommunikationstechnologie in der Scientific Community einige Anlaufzeit benötigt. Bis vor kurzem traf die Klage, dass das Mobiltelefon als Forschungsgegenstand vernachlässigt werde (vgl. Katz/Aakhus 2002), leider noch zu. Doch zum Glück ändert sich diese Situation rasch zum Positiven, nicht zuletzt, weil sich eine international wachsende Zahl von Forschern des Themas angenommen hat und die sozialen Aspekte der Mobilkommunikationstechnologie untersucht.

Seit den Anfängen Mitte bis Ende der 1990er Jahre wurden in diesem Forschungsbereich beeindruckende Fortschritte erzielt. Zu den ersten größeren Arbeiten zählt eine Erhebung aus dem Jahre 1995 (anscheinend die erste nationale Befragung zum Vergleich von Nutzern und Nichtnutzern des Mobiltelefons), die sich auf die sozialen Folgen der frühzeitigen Übernahme des Mobiltelefons konzentrierte (vgl. Katz 1999). Grundlegende Arbeiten zur Soziologie des Mobiltelefons (und des Internets) leistete Hans Geser, der einflussreiche Schweizer Forscher, der in seinen Schriften zutreffende Prognosen entwickelte (vgl. Geser 2004 [erste Fassung 2002] und Gesers Beitrag im vorliegenden Band).

In den letzten Jahren spielte auch Kristóf Nyíri eine führende Rolle, als Forschungskoordinator und mit eigenen Forschungsbeiträgen. Großen Einfluss hatten die von Nyíri organisierten Konferenzen am Institut für Philosophische Forschungen der Ungarischen Akademie der Wissenschaften in Budapest. Seine Arbeit trug nicht nur zur Profilierung und Ausweitung des Forschungsgebiets bei, sondern auch zur Entstehung einer extensiven Scientific Community unter den interessierten Wissenschaftlern. Lara Srivastava gehört zu den scharfsinnigen Kommentatoren im Bereich der Mobiltelefonie, die ihre Fragestellun-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

gen energisch vorantreiben (vgl. ihren Beitrag im vorliegenden Band). Ihre fundierten, auf umfangreichen Datensammlungen beruhenden Arbeiten haben den diesbezüglichen Status vieler Länder auf der ganzen Welt erhellt. Joachim Höflich hat präzise gezeigt, wie die Nutzung des städtischen Raums durch Handynutzer beeinflusst wird (vgl. seinen Beitrag im vorliegenden Band), während Leopoldina Fortunati tiefere Einsichten in die phänomenologischen und modischen Aspekte des Mobiltelefons vermittelt (vgl. Fortunati 2002). Richard S. Ling publizierte – nach diversen Vorstudien – 2004 eine meisterhafte vertiefte Überblicksstudie über die vielfältigen Bereiche und Zusammenhänge, in denen das Mobiltelefon mit seinen Möglichkeiten das Leben der Menschen sichtbar verändert. Leslie Haddon hat seinerseits mit bahnbrechenden Arbeiten über die Rolle der Technologie in der häuslichen Welt der Anwender einen Forschungsansatz und Kriterien entwickelt, die unter dem Stichwort »domestication analysis« bekannt geworden sind. Dabei geht es stets um das Überdenken moralisch-ökonomischer Fragen sowie um die An- und Einpassung der Technologie in den häuslichen Kontext (vgl. Haddon 2004). Scott Campbell hat auf der Grundlage internationaler Vergleiche studentischer Wahrnehmung des Mobiltelefons die von Katz und Aakhus in ihrem Sammelband *Perpetual Contact* vorgestellte »Apparatgeist«-Theorie weiterentwickelt (vgl. Campbell 2002; Katz/Aakhus 2002). Zu den wichtigen Autoren, die substanzielle Beiträge zum hier umrissenen Forschungsgebiet geliefert haben, zählen auch Michael Hulme, Richard Harper und Nicola Döring (vgl. ihre Beiträge im vorliegenden Band). Insgesamt wird von all diesen Autoren und Autorinnen ein erkenntnisreiches, umfassendes Bild der Handyrezeption, der Handynutzung und der sozialen Auswirkungen des Handygebrauchs gezeichnet. Ihre vielfältigen Aktivitäten haben zu einem eindrucksvollen Datencorpus und zu einem fundierten Wissensstand geführt.

Trotzdem bleibt noch viel zu tun. Für weitere Forschungen möchte ich im Folgenden drei Gebiete vorstellen, die genauere Untersuchungen lohnen: 1) Veränderungen im Gefolge der Mobilkommunikationstechnologie, die das Raum- und Zeitgefühl sowie die Aufmerksamkeit gegenüber physisch Anwesenden betreffen; 2) die Art und Weise, wie die Mobilkommunikationstechnologie die Selbstdarstellungsaktivitäten und die Körperchoreographie im öffentlichen Raum beeinflusst; und 3) die transzendentale und spirituelle Nutzung der Mobilkommunikationstechnologie. Natürlich gibt es noch etliche weitere Themenbereiche, die eine genauere Untersuchung lohnen; einige davon sollen im Schlussteil meines Beitrags wenigsten kurz angesprochen werden.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Die Auswirkungen des Mobiltelefons auf das Zeitgefühl, die Identität und den alltäglichen Lebensraum

Eine höchst interessante Frage, die in der Forschung Beachtung gefunden hat, lautet: Wie verstehen Menschen den Ablauf der Zeit und dessen Veränderungen? (Vgl. Zerubavel 2003.) Aus unmittelbar einsichtigen Gründen ist die Frage, wie die Mobilkommunikationstechnologie Zeitverständnis und Zeitgebrauch der Menschen beeinflusst, von größter Bedeutung. Es könnte doch sein, dass sich das subjektive Erleben des eigenen Tageslaufs infolge der Mobilkommunikation verändert. Zu diesem Themenkomplex gehören die subjektive Wahrnehmung der Zeit, ihres Vergehens und ihrer Bedeutung.

Ein phänomenologischer Aspekt ist zum Beispiel, was Ling und Yttri (2002) »Hyper-Koordination« genannt haben – das Gefühl, dass jeder Augenblick in ein umfassendes Netz von Planungen und Interaktionen mit anderen einbezogen ist und dass sich alle Pläne angesichts der Umstände und der Handlungen anderer schnell ändern können. Die Autoren stellen ferner die These auf, Handys dienten dazu, das eigene Zeitgefühl zu entspannen. Anders gesagt, Handynutzer gehen mit Termin- und Planungsänderungen anscheinend entspannter um, wenn sie zur Absprache und Koordination mit anderen jederzeit ein Mobiltelefon benutzen können.

Manche Beobachter behaupten gar, wenn auch wohl mit einem gehörigen Maß an Übertreibung, der Begriff des Zuspätkommens könnte irgendwann ganz aus unserem Denken verschwinden. Solche Behauptungen sind zwar extrem, aber subjektiv sieht es gewiss so aus, als könnten Zeitpläne und Verabredungen leichter neu ausgehandelt werden, wenn sich die Umstände – oder auch nur die subjektive Gefühlslage – verändern. Mehrere Studien kommen zu diesem Schluss (vgl. Zernike 2003), und es wurde sogar die These gewagt, Handys versetzten uns in die Lage, »aus dem Zuspätkommen ein Rechtzeitig-Kommen zu machen« (vgl. *Reader's Digest*, April 2004). Gemeint ist, dass man Wartende leicht per Handy über Verspätungen informieren kann; mit einem akzeptablen Entschuldigungsgrund könne eine solche Nachricht eine Verabredung so umdefinieren, als hätte man sich gleich auf einen späteren Treffpunkt oder Beginn geeinigt. Im Wesentlichen geht es also um die Behauptung, es sei heute für alle Beteiligten akzeptabler als früher, ihre gesellschaftlichen und geschäftlichen Terminpläne kurzfristig zu ändern. Zu dieser Schlussfolgerung kam jedenfalls Howard Rheingold (2002) nach zahlreichen Gesprächen über dieses Thema mit Teenagern in Tokio, die ein Handy benutzten.

In innerem Zusammenhang damit steht die Frage, ob das Handy die Identität des Nutzers wirklich fragmentiert und isoliert. Manche Forscher haben sich auf die Frage konzentriert, wie das Handy den Willen der Menschen zur Eigenständigkeit reduziert und aushöhlt –

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

und damit auch deren Fähigkeit, auf Unvorhergesehenes durch eigene Anpassung zu reagieren. Hans Geser (2004; vgl. auch seinen Beitrag im vorliegenden Band) ist beispielsweise der Ansicht, Handys könnten die Entwicklung bestimmter Sozialkompetenzen beeinträchtigen – wegen der ständigen Verfügbarkeit externer Kommunikationspartner (für Meinungen und Ratschläge). Denn mit Hilfe des Handys können primäre soziale Beziehungen über große Entfernungen aufrechterhalten werden. Dies beeinträchtige die Eigenständigkeit, mache die Betreffenden unfähig, selbstständig zu handeln, und mache sie auf Dauer von ihren Handys als Quelle für Hilfestellung und Ratschläge abhängig. Man beachte etwa die steigende Zahl von Kunden im Supermarkt oder im Videoverleih, die per Handy bei Familienangehörigen oder Partnern anfragen, was sie kaufen oder ausleihen sollen.

Was nun das Handy als Mittel zur Ausfüllung unausgefüllter Zeitspannen betrifft, so haben Menschen in Tokio Leila Moseley (2002) gegenüber ihre Sorgen darüber zum Ausdruck gebracht, wie das Handy genutzt wird, um das Alleinsein mit sich und seinen Gedanken zu vermeiden. In Japan verlieren die traditionellen Mittel, Zeit totzuschlagen, wie Bücher, Comics und Zeitungen, gegenüber dem Mobiltelefon an Boden. Leopoldina Fortunati (2002) zeigt dagegen, wie die Verwendung von Handys zu einer produktiveren Nutzung der Zeit geführt hat. Zweifellos kann die Zeit, die für den Berufsverkehr und für das Warten in Banken und Flughäfen draufgeht – normalerweise vertane Zeit –, jetzt für Kommunikation per Handy besser genutzt werden.

Zu denen, die untersucht haben, wie das Handy den eigenen Lebensraum der Nutzer verändert, gehören u.a. Michael Hulme und Sue Peters (2001 und 2002; vgl. auch den Beitrag von Hulme/Truch im vorliegenden Band). Ihrer Meinung nach sehen Handynutzer in ihrem Mobiltelefon eine Extension ihrer Identität. Dafür spricht auch, dass der Verlust eines Handys nicht nur als materieller, sondern als geradezu körperlicher Verlust empfunden wird – als Beeinträchtigung der Identität. Manche Handybesitzer betrachten einen solchen Verlust sogar als Äquivalent physischer Desintegration. Dazu berichtet Moseley, wer in Japan sein Haus ohne Handy verlasse, habe möglicherweise das Gefühl, dass definitiv etwas fehlt: »Ein Mensch mit einem Handy in der Tasche ist erkennbar jemand anders als ein Mensch ohne Handy« (Moseley 2002: 37).

Aus dieser Diskussion lässt sich wohl folgern, dass das Mobiltelefon die normale Struktur des Alltagslebens möglicherweise grundlegend verändert. Die Beantwortung der Frage, ob diese Struktur für die Beteiligten dadurch unklarer oder plastischer wird, ist eine wichtige Aufgabe für die Forschung.

Als ein weiteres Beispiel dafür, wie die Alltagsrealität durch die Mobilkommunikation verändert wird, kann das Problemfeld der Pädagogik dienen – etwa die Frage, wie der Bildungsprozess im Klassen-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

raum oder Hörsaal beeinträchtigt wird, wenn sowohl Schüler/Studenten als auch Lehrer/Professoren mit Mobilkommunikationsgeräten ausgerüstet sind (vgl. Katz 2005). Um dieses Thema noch etwas weiter zu verfolgen, habe ich Anfang September 2004 in einem Undergraduate-Kurs an der Rutgers University in New Jersey den Studenten einige Fragen zu ihren Gewohnheiten und Erfahrungen beim Handygebrauch gestellt, speziell zum Handygebrauch im Klassenraum. (Die meisten Studenten und Studentinnen waren rund 20 Jahre alt, zwei Drittel waren weiblichen Geschlechts; die Zusammenstellung der Ergebnisse findet sich in Tabelle 1.) Bemerkenswert ist zunächst, dass fast alle Studenten Handys hatten: Von den 53 Kursteilnehmern besaßen nach eigenen Angaben 52 ein Handy, und der eine Student, der keines hatte, sagte, er habe bereits ein Handy besessen, könne sich gegenwärtig aber keines leisten. Von den Handybesitzern hatte die Mehrheit (73 Prozent) ihr Handy während des Unterrichts eingeschaltet, sogar während meiner diesbezüglichen Befragung. Und von den 38 Studenten mit eingeschaltetem Handy gaben wiederum 13 Prozent an, sie hätten seit dem Unterrichtsbeginn bereits einen Anruf oder eine SMS erhalten. Ich hatte allerdings kein Handyklingeln gehört, und die Studenten erklärten alle, ihre Telefone machten sich durch Vibrationen bemerkbar. (In diesem Zusammenhang ist daran zu erinnern, dass US-Studenten – anders als die Studenten in vielen anderen Ländern – weit mehr Anrufe tätigen als SMS-Botschaften absetzen.)

Noch interessanter ist vielleicht die Tatsache, dass etwa die Hälfte der Studenten angab, selbst miterlebt zu haben, wie ein Professor während des Unterrichts ein Handygespräch entgegennahm. Der Anteil der Studenten, die Derartiges erlebt haben, steigt anscheinend, was nicht weiter überrascht, weil die Mobilkommunikationstechnologie sich immer weiter ausbreitet, weil sie immer alltäglicher wird und bereits seit längerer Zeit Teil des Alltags in den vielfältigsten Lebensbereichen ist.

Verschiedene derartige Vorkommnisse wurden im Kurs diskutiert. In einem Fall hatte ein Professor seine Studenten ermahnt, wie wichtig Disziplin in puncto Handygebrauch und wie störend das Handyklingeln im Unterricht sei. In der folgenden Woche klingelte jedoch sein eigenes Handy. Er nahm den Anruf kurz entgegen und entschuldigte sich dann bei seinem Kurs. Andere Professoren kannten da selbst im Unterricht weniger Hemmungen; sogar Ehestreitigkeiten sollen von ihnen im Hörsaal am Handy ausgetragen worden sein. Im Jahre 2003 nahm ein Informatik-Professor sogar während eines Doktorandenseminars einen Handyanruf entgegen. Er verließ den Raum für kurze Zeit und sagte, der Anruf komme von seinem Arzt, den zu erreichen er zuvor lange vergeblich versucht habe. Die verblüfften Doktoranden wussten nicht, was sie in der Zeit bis zur Rückkehr ihres Professors, die einige Minuten später erfolgte, unternehmen sollten.

Ein anderes krasses Beispiel für solches Fehlverhalten ereignete

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

sich im Dezember 2003 – nicht im College, sondern in einer Grundschule. Dem Vernehmen nach führte dort ein Musiklehrer der vierten Klasse (seine Schülerinnen und Schüler waren also rund zehn Jahre alt) während des Unterrichts längere Handygespräche von bis zu fünf Minuten Dauer im Klassenzimmer. Er ging dann ans Fenster, um einen besseren Empfang zu haben. Die gelangweilten Schüler machten derweil Unsinn. Eine andere Lehrerin der vierten Klasse verhielt sich nicht ganz so extrem; sie entschuldigte sich bei ihren Schülern damit, dass der betreffenden Handyanruf mit ihren Hochzeitsvorbereitungen zu tun gehabt habe.

Tabelle 1: Ergebnisse einer Studentenbefragung über Erfahrungen mit dem Handygebrauch im Hörsaal (Datum: 9. September 2004. N=53, Prozentzahlen gerundet).

Thema	**N**	**%**
Zahl der Studenten,	53	100
– die zu diesem Zeitpunkt ein Handy besaßen	52	98
– die ihr Handy im Hörsaal dabei hatten	38	73
– die in den ersten 25 Minuten des Unterrichts Anrufe erhalten hatten	5	10
– die sich erinnerten, in anderen Kursen Handyanrufe getätigt zu haben	10	19
– die selbst erlebt hatten, dass Lehrer im Unterricht ihr Handy benutzten	25	49

Eine Schlussfolgerung, die aus dieser kleinen Umfrage zu ziehen ist, lautet, dass der Klassenraum nicht mehr jene isolierte Lernumgebung ist, die er einst war. Vielmehr fügt er sich immer mehr in das ihn umgebende Leben ein und wird zu einer Umgebung mit permanenten Kontaktmöglichkeiten. Wenn sich jetzt auch noch Videospiele per Handy immer mehr verbreiten, wird sich der Trend zu Außeneinflüssen im pädagogischen Prozess noch weiter verstärken.

Die Choreographie des Handygebrauchs in der Öffentlichkeit

Ein weiterer Aspekt der Mobilkommunikation, der von weiteren Forschungen sehr profitieren würde, sind die Auswirkungen des Handygebrauchs in der Öffentlichkeit auf das urbane Umfeld. Ein Stück weit sind solche Fragen zwar schon von Höflich (2005) und Katz (2003) erörtert worden, doch kann die physische Performanz öffentlicher Kommunikation durchaus noch detaillierter untersucht werden, ebenso der

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Einfluss, den öffentliche Mobilkommunikation im urbanen Umfeld auf das Verhalten anderer hat.

Ich möchte hier die Aufmerksamkeit auf die Art und Weise lenken, wie der Handygebrauch in einem öffentlichen Umfeld konkret abläuft. Sinnvoll ist die Untersuchung der Mobilkommunikationsprozesse von Individuen vor allem unter dem Aspekt, wie die Betreffenden den öffentlichen Raum beanspruchen, um darin zu agieren und zu navigieren. Es ist vielleicht ganz nützlich, diesen Prozess als »Tanz« zu charakterisieren, weil die Verwendung des Mobiltelefons in der Öffentlichkeit es oft erforderlich macht, dass die mit dem Telefonierenden zugleich anwesenden Partner sich räumlich und im Schritttempo anpassen. Sie müssen sich sozusagen an einer Choreographie beteiligen. Theoretisch fundiert wird dieses Phänomen in Edward T. Halls Erörterung der Synchronizität (»being in sync«) in *Beyond Culture* (1977). Im betreffenden Abschnitt dieser materialreichen anthropologischen Studie lautet der Grundgedanke, dass Menschen sich bei Interaktionen »gemeinsam bewegen« müssen und dass die anderen Beteiligten, wenn einer der Interagierenden nicht »im Takt«, also nicht synchron ist, die Interaktion als »störend« empfinden (vgl. Hall 1977: 71). Ferner heißt es bei Hall:

»Die Menschen bewegen sich bei Interaktionen gemeinsam in einer Art Tanz, sind sich dabei ihrer synchronen Bewegungen aber nicht bewusst; sie führen sie ohne Musik oder bewusste Orchestrierung aus. Synchron zu sein ist selbst eine Form der Kommunikation. Die Körpersprache (bewusst oder unbewusst eingesetzt bzw. spontan oder reflektiert wahrgenommen) lügt selten und kommt den wahren, bisweilen aber unbewussten Gefühlen des Menschen wesentlich näher als das gesprochene Wort« (Hall 1977: 71-72).

Richard Ling untersucht in einer Studie (2002), wie Handynutzer ihre sozialen Interaktionen bewältigen. Beobachtungen des Handygebrauchs an öffentlichen Orten legen den Schluss nahe, dass der zunehmende Gebrauch des Mobiltelefons einen neuen Kontext geschaffen hat, in dem sich die Menschen »synchron« bewegen müssen. Ob sie sich dabei ihrer Körperbewegungen bewusst sind oder nicht, sie passen ihre Körperpositionen an, sobald andere Teilnehmer einer direkten persönlichen Interaktion ein Telefongespräch mit dem Handy beginnen; es entsteht eine Art Tanz mit dem Mobiltelefon. Die an einem solchen »Tanz« beteiligten Personen können direkte Interaktionspartner oder auch zufällig an öffentlichen Orten Anwesende sein, die sich eher in jener Lage des »erzwungenen Mithörens« befinden, die Ling (2004) beschrieben hat. Die Beteiligten an solchen Situationen können Handynutzer, Nichtnutzer oder gar Handyverächter sein. Unabhängig von ihrer Einstellung zum Mobiltelefon müssen sich alle irgendwie zugunsten einer geschmeidigen sozialen Interaktion in die Choreographie des Handygebrauchs einfügen.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Diese Choreographie ist informeller Art, scheint jedoch in den einzelnen Kulturen bemerkenswert konsistent zu sein. Es wurde zum Beispiel argumentiert, in Japan würden Handynutzer an öffentlichen Orten großen Wert auf Manieren und Privatsphäre legen und darum versuchen, andere von ihren Handygesprächen auszuschließen.

Es folgt die Zusammenfassung einiger eigener Beobachtungen zu diesem Thema. Erstens muss sich der nicht telefonierende Partner einer Interaktion in symbolische Handlungen flüchten, die den Anschein wertvoller und wichtiger Aktivitäten erwecken. Gleichzeitig finden schweigende und hörbare, in jedem Fall aber indirekte Abstimmungsvorgänge statt. Wenn sich beispielsweise das Handygespräch seinem Ende nähert, ist der nicht involvierte Interaktionspartner auf geheimnisvolle Weise in der Lage, sich wieder auf den Telefonierenden zu fokussieren und Blickkontakt aufzunehmen.

Ferner ist bei Mobiltelefonierenden eine anscheinend konsistente Reihe von Gesten zu beobachten. Dazu gehören:

- Die gebeugte Haltung beim Umhergehen, während das Telefon ans Ohr gehalten wird, als wäre man Gegenwind ausgesetzt
- Das öffentliche Auf-und-Ab-Gehen – wohin wollen die Telefonierenden eigentlich gehen, wenn sie auf und ab marschieren?
- Der verrenkte Hals
- Die verkrampfte Haltung, als müsste vieles auf einmal erledigt werden
- Die Einbeziehung der Technologie, um eine von der physischen Umgebung abgetrennte Welt zum Telefonieren zu schaffen
- Das Hindrapieren des Körpers auf Objekte in der Umgebung
- Eine besondere Armhaltung (beide Hände am Kopf, die eine hält das Handy ans Ohr, die andere hält das andere Ohr zu).

Überdies neigen Verhaltensgesten zur Selbstreproduktion. Desmond Morris hat beobachtet (vgl. Morris 1977: 83), dass Freunde, die miteinander sprechen, oft eine ganz ähnliche Körperhaltung einnehmen. Sie tun dies laut Morris »unbewusst, als Teil einer natürlichen körperlichen Zurschaustellung des kameradschaftlichen Verhältnisses«. Ich würde sogar noch weiter gehen und sagen, dass Menschen die Gesten und Körperhaltungen anderer Menschen in ihrer Umgebung auch dann übernehmen, wenn sie nicht mit ihnen befreundet sind. Wenn Morris diese Form der Imitation für unabsichtlich hält, so gehe ich sogar noch einen Schritt weiter und sage, dass man sich diesem Drang zur Anpassung kaum widersetzen kann. Letzteres gelingt oft nur, wenn man sich ganz bewusst darum bemüht – als Zeichen der Distanz. Auf jeden Fall aber findet ein fortwährender Prozess der Interaktion bei den Körperhaltungen statt – ein Prozess, der komplementär zu den Posen in der unmittelbaren Umgebung des Handelnden verläuft.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Im Falle des Handygebrauchs wird der anwesende Partner, der sein eigenes Handy bislang nicht benutzt hatte, sich nun oft bemüßigt fühlen, ebenfalls zu telefonieren. Auf jeden Fall stützen unsere Beobachtungen im College-Unterricht diese These. Die Studenten sagen oft, wenn sie sähen, dass andere ihr Handy nutzten, würden sie ebenfalls dazu verleitet – selbst wenn sie es ursprünglich gar nicht gewollt hätten. Öffentlicher Handygebrauch scheint also weiteren öffentlichen Handygebrauch nach sich zu ziehen.

Aus Sicht der Verhaltensforschung entsteht sozusagen ein »Pas de deux«. Doch scheint das »gestische Echo« der Körperhaltungen in diesem Fall kein Zeichen von »Kameradschaft« zu sein. Vielmehr senden zwei physisch ko-präsente Freunde wahrscheinlich die Beziehungsbotschaft »Kameradschaft« an die anderen in derselben physischen Umgebung präsenten, aber unbeteiligten Personen aus. Wer sein Handy bislang nicht benutzt hat, um Kameradschaft (mit einem Abwesenden) zu zeigen, ahmt unbewusst das Verhalten jenes physisch präsenten Partners nach, der sein Handy gerade benutzt, und beginnt ebenfalls zu telefonieren. Das wäre also, würde man Morris' These extrapolieren, durchaus vorhersehbar – wobei Morris seine These schon Jahrzehnte vor dem Beginn des Mobiltelefongebrauchs in der Öffentlichkeit aufgestellt hat.

Zugleich ist eine Tendenz zur kommunikativen Koordination auch dann zu beobachten, wenn ein Teil einer Dyade sein Handy benutzt, der andere hingegen nicht. Fortwährend wird der Gesichtsausdruck des Partners geprüft, wenn dieser beim Telefonieren wegsieht, was dazu führt, dass der oder die Telefonierende erneut wegsieht und der oder die Unbeteiligte abermals den Blickkontakt sucht.

Indes, auch Blicke und Körpersprache bilden noch nicht das Gesamtbild eines Mobiltelefon-»Tanzes«. Es gibt dazu ja auch noch das »Lied«. Tonfall und Lautstärke der Stimme des Telefonierenden signalisieren dem anwesenden Partner, worauf er oder sie sich einzustellen hat: welche Distanz herrscht und wie lange das Telefonat wohl noch dauern wird. Auf diese Weise wird die Koordination der dyadischen Choreographie unterstützt.

Ein Begleitaspekt der öffentlichen Telefonaufführung besteht manchmal darin, dass die Dynamik des Handygebrauchs weitgehend (oder sogar ausschließlich) im Hinblick auf die Anwesenden forciert wird. Anders gesagt, der Handygebrauch (sei es beim Telefonieren oder beim Spielen mit dem Handy) richtet sich im Grunde an die Anwesenden, weniger an die »Abwesenden«, mit denen vermeintlich telefoniert wird. (Dieser Punkt wird jedenfalls durch unsere Untersuchungen bestätigt, die ergeben haben, dass rund jeder vierte Handynutzer schon einmal ein Handytelefonat simuliert, also gar nicht mit jemandem am anderen Ende der Leitung gesprochen hat.)

Die Choreographie der Mobiltelefonperformanz muss allerdings

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

noch genauer untersucht werden, damit wir sie als ein Phänomen der interpersonellen Kommunikation sowie als physisches, psychosoziales und organisatorisches Phänomen noch besser verstehen lernen.

Das transzendentale Mobiltelefon

Während die Bedeutung des Handys für die Identität und das persönliche Leben der Nutzer bereits ausführlich untersucht wurde, insbesondere im Hinblick auf Teenager und Kinder, lässt sich Ähnliches für die spirituellen, religiösen und übersinnlichen Aspekte des Handygebrauchs kaum behaupten. Speziell die Art und Weise, wie Handys als transzendentale Hilfsmittel genutzt werden, hat bislang nicht genügend Aufmerksamkeit gefunden. Dabei ermöglicht das Handy vielen Menschen anscheinend eine Grenzüberschreitung vom diesseitigen Leben des »Hier und Jetzt« ins möglicherweise existierende jenseitige Leben. Und dieser Handyeinsatz für religiöse Zwecke ist durchaus kein vereinzeltes Phänomen. Gelegentlich halten zum Beispiel jüdische Pilger an der Klagemauer in Jerusalem ihre Handys in die Höhe, um ihren in der Ferne mithörenden Glaubensgenossen die Gebete von dieser heiligen Stätte per Handy zu übertragen. Vergleichbare Szenen wiederholen sich auch in buddhistischen und hinduistischen Schreinen bei den Anhängern dieser Religionen. In Indien ermutigen einige Hindu-Tempel das Absetzen von SMS-Botschaften an übernatürliche Wesen, die über die Telefonnummer des jeweiligen Schreins erreichbar seien. Umgekehrt können Handynutzer über ihre Handys auch religiöse Botschaften empfangen; in den USA gibt es beispielsweise einen Service, der seinen Abonnenten täglich päpstliche Botschaften übermittelt.

Nach Presseberichten hat sich »Okwap« (eine Handymarke, die von Inventec Appliances Corp. auf den Markt gebracht wurde) das taiwanesische Interesse an Matsu, der chinesischen Meeresgöttin, zunutze gemacht, die in Taiwan eine populäre religiöse Ikone ist. Im Jahre 2004 brachte Okwap eine limitierte Edition des Handys heraus, das auf der Rückseite des Gehäuses eine Matsu-Holographie enthält, dessen Klingeltöne sich an religiöse Litaneien anlehnen und das als Hintergrundbild auf dem Display ebenfalls Matsu zeigt. Höchst relevant ist außerdem, dass alle diese Geräte in einem besonderen Ritual im Matsu-Tempel gesegnet wurden (vgl. Textually.org 2004) und in der Lage sind, spezielle Matsu-Musik aus dem Web herunterzuladen. Ursprünglich wurden nur 2.000 dieser Telefone hergestellt (Verkaufspreis: rund 300 US-Dollar pro Exemplar); die Nachfrage war indes so überwältigend, dass nochmals 1.000 Stück hergestellt wurden, bevor die Edition definitiv beendet wurde.

Im August 2004 brachte Ilkone Mobile Telecommunications in den Vereinigten Arabischen Emiraten (VAE) das Gerät Ilkone i800 auf den

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Markt, angeblich das »erste vollkommen islamische Mobiltelefon«. (»Ilkone« ist vom arabischen Wort für das Universum abgeleitet.) Dieses Handy rühmt sich, viele für gläubige Muslime hilfreiche Funktionen zu enthalten. Das mit dem GSM-Standard konforme Handy hat den gesamten Korantext in arabischer Sprache mitsamt einer englischen Übersetzung gespeichert sowie einen automatischen Gebetsruf (*azan*) in voller Audioreproduktion, aber auch im stummen Modus, ferner einen Weckruf vor und nach dem *azan*, eine automatische Gebetsausrichtungshilfe auf die heiligen Stätten in Mekka (*qiblah*), einen Ramadan-Kalender und einen Konverter für den Hidschra-Kalender (die offizielle islamische Zeitrechnung). Dazu sagte Saqer Tellawi, der Vorstandsvorsitzende (CEO) von Ilkone: »Die Verbraucher sehen Mobiltelefone heutzutage als Geräte an, die ihrer Identität und ihren inneren Gefühlen Wertvolles geben können, nicht nur als einfache Kommunikationsgeräte. Ilkone i800 ist speziell dazu gedacht, Muslimen auf der ganzen Welt bei der Erfüllung ihrer Bedürfnisse zu helfen und ihrer spirituellen Identität wertvolle Dienste zu leisten« (Ilkonetel 2004).

Und die transzendentalen Bezüge des Handys gehen sogar noch weiter: Es wird nicht nur zur Stützung der spirituellen Identität genutzt, sondern auch für den Verkehr mit Geistern – zum Beispiel als Opfergabe oder Grabbeigabe für das Jenseits. Entsprechende Behälter mit Grabbeigaben für die Toten, die angeblich im Jenseits benötigt werden, sind in den asiatischen Schwellenländern im Handel erhältlich. Einige dieser Geschenkboxen enthalten inzwischen auch Handys. In Hongkong etwa werden auch Fertigboxen für Opferhandlungen verkauft, die unter anderem Pappnachbildungen von Handys und Pagern enthalten. In Japan hinterlegt man an religiösen Statuen in Schreinen Aufsteckantennen für Handys oder Handyspielzeug. In Indien wurde eine Statue des Hindugottes Ganesh hergestellt und vermarktet, der in einem seiner vielen Arme ein Handy hält. Und als in Italien ein junges Mädchen irrtümlich von Mafiosi getötet wurde, hinterlegten die Trauernden zum Gedenken Handys auf den Grabsteinen des Friedhofs.

So wird das Mobiltelefon von vielen nicht nur als das genommen, was es eigentlich ist: ein technologischen Gerät, sondern überdies als symbolischer Stellvertreter des eigenen Selbst – eines Selbst, das in andere Realitätszustände überwechseln und dabei per Handy ein Gefühl des Willens und Seins übermitteln kann, welches das Reich der Sinne übersteigt.

Kurzhinweise auf Forschungsdesiderata

Viele andere Forschungsgegenstände lohnen weitere Untersuchungen. Es folgt eine kurze Auswahl, die das weite Themenspektrum andeutet, welches sich der sozialwissenschaftlich orientierten Mobilkommunika-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

tionsforschung eröffnet. Die einzelnen Punkte können hier allerdings nur kurz umrissen werden:

- Was bedeutet es, sein Handy in Anwesenheit anderer zu benutzen, und welche Folgen hat die Spaltung der Aufmerksamkeit zwischen physisch an- und abwesenden Kommunikationspartnern, zwischen physischem und virtuellem Kommunikationskontext, für die jeweiligen sozialen Beziehungen? Kann es sein, dass wir auf diese Weise unsere sozialen Beziehungen aushöhlen oder dass wir dabei, wie Richard Ling (2004) meint, um unsere sozialen Identitäten Abgrenzungen (»Gartenmauern«) errichten?
- Bewegen wir uns mit Hilfe des Handys von einer Phänomenologie der Schriftkultur fort zu einer Phänomenologie der Bildkultur? (Vgl. die These des Beitrags von Kristóf Nyíri im vorliegenden Band.)
- Wird es im öffentlichen Raum mehr halb spontane und per Handy koordinierte Gruppenaktivitäten geben? Werden sich die Formen der Anbahnung sozialer Kontakte und Beziehungen infolge dieser Technologie ändern?
- Wird sich durch die Verfügbarkeit von Mobilkommunikationstechnologien und von neuen Möglichkeiten der Nachrichtenverbreitung und der sozialen Organisation die demokratische Praxis ändern?
- Wie werden die internationale Verbrechensbekämpfung und die Bemühungen zur Bekämpfung des Terrorismus durch die Mobilkommunikation beeinflusst? Sowohl Terroranschläge als auch die Bemühungen zum Schutz des Lebens der Menschen werden von der Mobilkommunikation erkennbar beeinflusst, aber es bleibt noch genauer zu untersuchen, wer dadurch welche Vorteile mit welchen Ergebnissen hat.
- Bleibt bei dem fortwährenden organisatorischen Miteinander-in-Verbindung-Stehen, das die Menschen dank der zunehmenden Mobilkommunikation erleben, unter dem Strich ein Gewinn?
- Welche Auswirkungen wird die informelle Handykommunikation unter Gleichrangigen für die Institutionen haben?
- Wird die Mobilkommunikationstechnologie zur Auszehrung des örtlichen Einzelhandels und handwerklichen Mittelstandes führen, wenn mit Hilfe dieser Technologie automatische Lösungen, Selbstbedienung und Do-it-yourself forciert werden? Wie wird sich das Einkaufserlebnis gestalten, wenn Verkäufer, kleine Handwerker und Geschäftsleute durch Selbstbedienungssysteme ersetzt sind? Welche Auswirkungen wird dies auf die Vorstädte und auf das soziale Leben haben? Wird eine »Mobiltelefon-Kluft« zwischen Handybesitzern und Nichthandybesitzern entstehen, speziell zum Nachteil der Älteren, die kein Handy haben, und der bereits vorhandenen sozialen Randgruppen?

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Diese Themen erscheinen hier in Gestalt rhetorischer Fragen. Damit sie gründlich erforscht werden können, müssen sie allerdings in kleinere Elemente und entsprechende Fragestellungen aufgebrochen werden. Überdies wird es nicht einfach sein, dafür gutes Datenmaterial zu finden. Das sollte jedoch von der Arbeit an diesen Themenbereichen nicht abschrecken, denn die Antworten auf die hier gestellten Fragen sind von einiger Bedeutung.

Zusammenfassung und Ausblick

Im Jahre 2004 entdeckte Professor Christopher Henshilwood von der Universität Bergen (Norwegen) in Südafrika den wahrscheinlich ältesten Schmuck der Menschheit, von dem wir Kenntnis haben – 75.000 Jahre alte durchbohrte und mit roter Ockerfarben bemalte »Perlen«, etwa erbsengroße Schneckenhäuschen. Diese Entdeckung verweist auf die frühe Bedeutung von Schmuck und anderen Formen interpersoneller Kommunikation und Repräsentation. Dazu Henshilwood: »Als unsere Vorfahren [vor rund 75.000 Jahren] erstmals ein symbolisch vermitteltes Verhalten übernahmen, hieß dies, dass sich ihre Kommunikationsstrategien schnell veränderten. Und dieser Prozess führte zur Übermittlung individueller, weithin geteilter kultureller Werte« (Graham 2004; vgl. auch Zipp 2004). Wenn wir Professor Henshilwoods Einschätzung hinsichtlich der Bedeutung erster symbolischer Zurschaustellungen (in diesem Fall einer Schmuckkette aus Schneckenhäuschen) zustimmen, dann könnten die Implikationen für die in Entwicklung begriffenen Praktiken der Mobilkommunikationstechnologie sogar noch weitreichender und wichtiger sein, als wir im Allgemeinen annehmen. Genauer gesagt, die neuartigen Formen weit verbreiteter und medial vermittelter Kommunikation könnten die kulturellen Werte, die wir hochhalten und weitergeben, nachhaltig verändern. Sie könnten auch die Sozialstruktur, interpersonale Prozesse und die Landnutzung auf eine Weise transformieren, die wir möglicherweise nicht voraussehen können und die uns auch gar nicht wünschenswert erscheint.

Die oben skizzierten Forschungsansätze und Forschungsvorhaben sind schon allein deshalb wichtig, weil in ihrem Lichte ein besseres Verständnis gegenwärtiger und sich entwickelnder sozialer Praktiken mitsamt ihrer Implikationen möglich ist. Die Mobiltechnologie ermöglicht präzedenzlose Abwandlungen und Neuverknüpfungen von Innovationen im Kommunikationsbereich – auf den Ebenen von Raum und Zeit, Individuum, Gruppe und Masse – sowie kreative neue Dienstleistungen seitens eines großen Anbieterspektrums, vom Amateurbastler bis zum Riesenkonzern. Dies gibt uns die Möglichkeit, Dienstleistungen

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

und soziale Praktiken bewusst so zu strukturieren, dass bessere Ergebnisse erzielt werden können, als dies sonst der Fall wäre.

Um eine entsprechende Diskussion anzustoßen, würde ich sogar noch weiter gehen und sagen, dass die Mobilkommunikation möglicherweise selbst eine transformative Technologie ist.

Literatur

Brownfield, P. (2004), »Lack of Cell-Phone Etiquette Draws Ire«, *Los Angeles Times*, 24. April.

Campbell, Scott W. (2002), *The Social Construction of Mobile Telephony: An Application of the Social Influence Model to Perceptions and Uses of Mobile Phones within Personal Communication Networks*, Ph.D. Dissertation, University of Kansas, Lawrence; Kurzfassung in: *Communication Monographs* 70 (4), 2003, S. 317-334.

Fortunati, Leopoldina (2002), »Italy: Stereotypes, True and False«, in: James E. Katz/Mark A. Aakhus (Hg.), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge: Cambridge University Press, S. 42-62.

Geser, Hans (2004), *Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone*, Release 3.0, http://socio.ch/mobile/t_geser1.htm (14. Juli 2005).

Graham, Sarah (2004), »Ancient Shells May Be Earliest Jewels«, *Scientific American.com*, 16. April 2004, http://www.sciam.com/article.cfm?articleID=000084C2-188C-107F-988C83414B7F0000 (15. Dezember 2005).

Haddon, Leslie (2004), *Information and Communication Technologies in Everyday Life: A Concise Introduction and Research Guide*, Oxford: Berg.

Hall, Edward T. (1977), *Beyond Culture*, New York: Anchor Books [1. Auflage New York: Doubleday, 1976].

Höflich, Joachim R. (2005), »A Certain Sense of Place. Mobile Communication and Local Orientation«, in: Kristóf Nyíri (Hg.), *A Sense of Place: The Global and the Local in Mobile Communication*, Wien: Passagen Verlag, S. 159-168.

Hulme, Michael/Peters, Sue M. (2001), »Me, My Phone and I: The Role of the Mobile Phone«, Vortrag auf der CHI Annual Conference on Human Factors in Computing Systems, Seattle 2001, www.cs.colorado.edu/~palen/chi_workshop/papers/HulmePeters.pdf (15. Dezember 2005).

Hulme, Michael/Peters, Sue M. (2002), »Rethinking Networks: Identities and Connectivity in the Global Age«, Vortrag auf dem Workshop »Absent Presence: Localities, Globalities and Method«, Helsinki.

Ilkonetel (2004), »Islamic Mobile Phone Launched«, http://www.ilkonetel.com/UAE-Press.html (17. September 2004).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Katz, James E. (1999), *Connections: Social and Cultural Studies of the Telephone in American Life*, New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.

Katz, James E. (2003), »A Nation of Ghosts? Choreography of Mobile Communication in Public Spaces«, in: Kristóf Nyíri (Hg.), *Mobile Democracy: Essays on Society, Self and Politics*, Wien: Passagen Verlag, S. 21-33.

Katz, James E. (2005), »Mobile Phones in Educational Settings«, in: Kristóf Nyíri (Hg.), *A Sense of Place: The Global and the Local in Mobile Communication*, Wien: Passagen Verlag, S. 305-319. http://www.scils.rutgers.edu/ci/cmcs/publications/articles/mobile%20phones%20in%20educational%20settings.pdf (16. Dezember 2005).

Katz, James E./Aakhus, Mark (2002), »Conclusion: Making Meaning of Mobiles: A Theory of *Apparatgeist*«, in: J.E. Katz/M. Aakhus (Hg.), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge: Cambridge University Press, S. 301-318.

Ling, Richard S. (2002), »The Social Juxtaposition of Mobile Telephone Conversations and Public Spaces«, Vortrag auf der Konferenz »The Social and Cultural Impact/Meaning of Mobile Communication«, 13.-15. Juli 2002 in Chunchon, Korea.

Ling, Richard S. (2004), *Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society*, San Francisco: Morgan Kaufmann.

Ling, Richard S./Yttri, Brigitte (2002), »Hyper-Coordination via Mobile Phones in Norway«, in: James E. Katz/Mark Aakhus (Hg.), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge: Cambridge University Press, S. 139-169.

Morris, Desmond (1977), *Manwatching: A Field Guide to Human Behavior*, New York: Harry N. Abrams. [Dt. *Der Mensch, mit dem wir leben: Ein Handbuch unseres Verhaltens*, München: Droemer Knaur, 1977, 1981.]

Moseley, Leila (2002), »Rise of the Thumb Kids: How the ›Mobile Internet‹ Is Changing People's Lives«, *Newsweek*, 6. Mai, S. 37-38.

Nyíri, Kristóf (2005), »The Mobile Telephone as a Return to Unalienated Communication«, in: Peter Glotz/Stefan Bertschi/Chris Locke (Hg.), *Thumb Culture: The Meaning of Mobile Phones for Society*, Bielefeld: transcript, S. 161-170 [deutsche Fassung im vorliegenden Band].

Reader's Digest (2004), »Only in America«, April, S. 19.

Rheingold, Howard (2002), *Smart Mobs: The Next Social Revolution*, Cambridge, MA: Perseus.

Textually.org (2004), »Phones Have Been Blessed in a Ritual at a Matsu Temple«, 1. Juli 2004, http://www.textually.org/textually/archives/2004/07/004381.htm (15. Dezember 2005).

Zernike, Kate (2003), »Calling in Late«, *New York Times*, 26. Oktober, S. ST1, ST11.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Zerubavel, Eviatar (2003), *Time Maps: Collective Memory and the Shape of the Past*, Chicago: University of Chicago Press.

Zipp, Katja (2004), »Schnecken, Schmuck, Geschmeide. Älteste Schmuckperlen in Afrika entdeckt«, *spektrumdirekt*, 16. April 2004, http://www.wissenschaft-online.de/abo/ticker/714823 (16. Dezember 2005).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Dritter Teil:
Aus der Sicht der Telefonbranche

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Die Auseinandersetzung mit zukünftigen, sich ändernden Kundenbedürfnissen

Raimund Schmolze

Im vorliegenden Beitrag geht es um zukünftige Änderungen in den Kundenbedürfnissen. Beginnen wollen wir diese Erkundung der Zukunft allerdings mit einer kurzen Reflexion über die Vergangenheit – darüber, wie das Eingehen auf vorhandene Kundenbedürfnisse die Erfolge der Mobiltelefonbranche in der Vergangenheit beflügelt hat, und wie das Eingehen auf implizite Kundenbedürfnisse auch in Zukunft der Branche den Weg weisen wird. Je mehr sich dieser Markt dem Zustand absoluter Sättigung nähert, desto heterogener werden die Kundenbedürfnisse werden. Nur wenn die Mobilfunkanbieter es schaffen, die unterschiedlichen, sich ändernden Kundenbedürfnisse über alle Kundensegmente hinweg zu verstehen und zu befriedigen, wird es ihnen gelingen, das zukünftige Wachstumspotenzial der Mobilfunkbranche komplett auszuschöpfen.

Noch vor dreißig Jahren gab es kaum Anlass für den Glauben, dass Mobiltelefone ein solcher Erfolgsschlager werden würden, wie sie es heute sind. Mit der verfügbaren Festnetzkommunikation funktionierte doch eigentlich alles ganz gut: Die Festnetztelefonie gab den Menschen die Möglichkeit, per Ferngespräch über große Entfernungen ohne Zeitverzug zu kommunizieren – ein großer Fortschritt gegenüber früheren Zeiten, als eine derartige Kommunikation noch physisches Reisen erforderte oder lange Verzögerungen beim Transport der Botschaften in Kauf zu nehmen waren. So stellten sich die Menschen im Zeichen der Festnetztelefonie problemlos auf die Tatsache ein, dass sie ihr Leben im Zusammenspiel mit und unter Rücksichtnahme auf technologische Kommunikationsmittel einrichten mussten. Denn es war auf jeden Fall besser, die Infrastruktur der Sofortkommunikation in das eigene Leben einzubeziehen, als die Vorteile dieser neuen Kommunikationsweise ungenutzt zu lassen. Der Erfolg des Mobiltelefons nun basiert auf dem revolutionären Konzept, derartige Einschränkungen und Rücksichtnahmen zu beseitigen. Das Handy kommt dem universalen menschlichen Bedürfnis nach uneingeschränkter Mobilität entgegen.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Dieses Bedürfnis darf keinesfalls unterschätzt werden. In einigen Ländern, zum Beispiel in der ehemaligen DDR, stürzten die Bewohner sogar ihre Regierung, weil diese die Bewegungsfreiheit der Bürger ernsthaft eingeschränkt hatte. Die Addition von Sofortkommunikation und Mobilität brachte im Leben der Konsumenten eine radikale, konkret sehr greifbare Veränderung zustande, denn im Zeichen des Handys wuchs die Bewegungsfreiheit der Kunden enorm. Konnten sie sich zuvor, wenn sie einen Anruf erwarteten, nur in einem sehr beschränkten Radius um ihren Festnetz-Telefonanschluss bewegen, der meistens nicht mehr als ein bis zwei Zimmer umfasste – es sei denn, sie besaßen ein schnurloses Telefon (dann umfasste der Radius das ganze Haus und den angrenzenden Garten) –, so erweiterte sich ihr Aktions- und Bewegungsradius mit einem Handy praktisch über Nacht bis an die Grenzen des jeweiligen Mobilfunknetzes. Zugegeben, in der Frühphase waren Netzreichweiten und Netzdichte noch ein großes Thema; die Netze deckten »nur« die städtischen Gebiete vollständig ab, und man konnte nicht wirklich »in die Ferne schweifen«. Und doch – sich frei in einer Stadt oder in einem Land bewegen zu können, war, verglichen mit der Beschränkung auf ein Haus oder ein Büro, schon ein riesiger Unterschied.

Im Rückblick ist der Erfolg des Mobiltelefons keine Überraschung. Denn es geht hier um ein elementares menschliches Bedürfnis: den Wunsch, frei zu sein. Schritt für Schritt wurde in den letzten 25 Jahren diese Bewegungsfreiheit geographisch erweitert. Das In-die-Ferne-Schweifen ist heute kein Thema mehr; die Netze sind integriert, und so umfasst die Bewegungsfreiheit heutiger Telefonkunden die ganze entwickelte Welt.

Es gab sogar einige eher erfolglose Versuche, diese Freiheit selbst auf dünn besiedelte Teile der Welt auszudehnen. Riesige Summen wurden in den Aufbau satellitengestützter globaler Netze investiert. Aber die Visionäre hinter diesen Netzen übersahen schlicht und einfach, dass dafür beim Kunden kein Bedürfnis bestand. Schließlich will die übergroße Mehrheit der Kunden nicht längere Zeit in der Antarktis oder auf Himalajagipfeln verbringen. Und wer sich trotzdem dorthin begibt, genießt meistens gerade den Umstand, dass diese fernen Orte von seiner normalen Alltagswelt abgekoppelt sind. Gerade dies macht sie ja zu besonderen, erstrebenswerten Orten.

Damit wären wir bei einem anderen Grundbedürfnis der Konsumenten, neben echter Bewegungsfreiheit: der wahren Freiheit, nicht ständig kommunizieren zu müssen. Anfangs schien das Mobiltelefon zwar die Bewegungsfreiheit zu vergrößern, doch inzwischen scheint es unsere Privatsphäre in nicht unbeträchtlichem Maße zu beeinträchtigen. Handynutzer beschreiben diesen Zustand oft als Verlust der Freiheit – der Freiheit, nicht erreichbar zu sein, der Freiheit, keine Gespräche führen zu müssen, der Freiheit, einfach abzuschalten und allein zu

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

sein. Es war dieses Konsumentenbedürfnis, der Wunsch, die Unmittelbarkeit des Handys einzuschränken, das den Textbotschaften per SMS zu beispiellosem Erfolg verholfen hat. Solche Textbotschaften ermöglichen es Handynutzern, das Äquivalent von Kurztelegrammen zu senden, Botschaften, die den Adressaten schnell erreichen, diesem aber die Freiheit lassen, sie dann zu lesen und zu bearbeiten, wenn er es am besten einrichten kann. In Verbindung mit einem anfangs starken Wettbewerb bei der Preisgestaltung wurden Textbotschaften zur erfolgreichsten Datenanwendung im Mobilfunkbereich. Aus der Einsicht, dass grundlegende Konsumentenbedürfnisse die Triebfeder für den Erfolg des Handys und seiner diversen Anwendungen sind, folgt auch ein wesentlich klarerer Blick auf die Zukunft dieses Marktes.

Während das traditionelle Mobiltelefon traditionelle Telefonkundenbedürfnisse befriedigte, kam ein neues Phänomen ins Spiel, das unsere Begriffe von Raum und Zeit grundlegend verändert hat: das Internet. Das Internet schuf eine neue Mobilitätsdimension für Konsumenten. Es ermöglichte ihnen den Zugang zu geographisch entfernten Orten und schuf zugleich eine neue, eigenständige virtuelle Welt. Die geographische Reichweite des Mediums wird zum Beispiel daran deutlich, dass Studenten in Tokio den Katalog der Library of Congress in Washington benutzen können. Was heute von jedem Computer mit Internetanschluss aus zu erledigen ist, erforderte vor nur drei Jahrzehnten noch Visaanträge, lange Reisen und viel Zeit. Das Internet hat unsere Fähigkeit zu virtueller Bewegung enorm verändert. Statt irgendwo persönlich anwesend sein zu müssen, können wir heute per Internet Orte aufsuchen und Informationen abrufen.

Gleichzeitig hat sich innerhalb des Internets eine virtuelle Welt entwickelt. Es gibt Online-Communities, Online-Spiele und sogar Online-Ökonomien mit eigenen Währungen und Wechselkursen. Diese virtuelle Welt ist für viele zum integralen Bestandteil ihres Lebens geworden. Die Beziehungen zu ihren Internetfreunden sind oft enger und intimer geworden als viele ihrer Offline-Alltagsbeziehungen. Doch liegt eine gewisse Ironie darin, dass die Festnetz-Infrastruktur des Internets den Nutzern ihre gerade erst errungene Bewegungsfreiheit wieder nahm. Das Internet bringt die Welt auf den Schreibtisch der Nutzer, aber es verlangt von ihnen auch, dass sie dort, am Schreibtisch, verharren. Das Internet führte eine großartige neue Zugangsfreiheit ein, kassierte aber die Freiheit fortzugehen wieder ein. Und zwar auf denkbar radikale Weise: Das Internet verlangt vom Nutzer, dass er auf einen Bildschirm starrt. In den alten Zeiten der Festnetztelefonie konnte man sich wenigstens in Hörweite von seinem Gerät fortbewegen, also bis zu einer Entfernung von maximal 25 bis 30 Metern. Mit einem schnurlosen Telefon ließ sich diese Entfernung sogar bis auf 50 Meter von der Basisstation aus erweitern. Das Internet jedoch begann wieder auf dem Schreibtisch der Nutzer, die genau dort zu bleiben hatten. Erst als Lo-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

cal Area Networks (LAN) eingeführt wurden und tragbare Computer wesentlich preiswerter wurden, ließ sich im Cyberspace wenigstens das Beweglichkeitsäquivalent eines schnurlosen Telefons erreichen.

Die Mobilfunkbetreiber haben diesen inneren Widerspruch zwischen der neu gewonnenen virtuellen Freiheit im Internet und dem Verlust echter Bewegungsfreiheit durchaus verstanden. Hier bieten sich enorme Möglichkeiten, wenn es den Anbietern gelingt, beides auf einen Nenner zu bringen: den Wunsch, über das Internet entfernte und/oder virtuelle Orte zu erreichen, und den Wunsch, sich frei zu bewegen.

Indes, der unbegrenzte mobile Zugang zum Internet bildet zwar gegenwärtig die größte aller denkbaren Möglichkeiten für Mobilfunkanbieter, doch sind gegenwärtig noch andere Bedürfnisse der Mobilfunkkunden von der Branche zu befriedigen. Durch sorgfältige Segmentierung ihres Kundenpotenzials können die Anbieter dessen spezifische Wünsche besser herausfinden und befriedigen. Bei guten Segmentanalysen wird über eine Kombination aus inneren Einstellungen der Kunden und soziodemographischen Variablen ein Datenraster aus Lebenszyklusdaten der Kunden gelegt. Auf diese Weise können die Anbieter spezifische Subgruppen und deren sehr spezifische Bedürfnisse genau identifizieren – Bedürfnisse, die über die bereits beschriebenen generischen Grundbedürfnisse, Beweglichkeit im Raum und Beweglichkeit beim Zugang, hinausgehen. Die Ergebnisse solcher Segmentanalysen werden im Allgemeinen strikt unter Verschluss gehalten, weil sie von den Mobilfunkbetreibern als hochgradig wettbewerbsrelevant eingestuft werden. Gleichwohl kann der externe Beobachter an den Produktangeboten der Mobilfunkbetreiber ablesen, wie differenziert und fundiert deren Segmentanalysen jeweils ausgefallen sind. Zum Beispiel zeigte der Erfolg des i-pod, des tragbaren Musikabspielgeräts, welches der Computerhersteller Apple 2003 auf den Markt brachte, dass es ein Kundenbedürfnis nach mobilem Zugang zu einem großen Fundus an verschiedensten Musikstücken gab. Die Mobilfunkanbieter stellten sich auf dieses Bedürfnis ein und boten unbegrenzte Mobilität, indem sie Abspielgeräte mit einem mobilen Internetzugang zu gigantischen Musikarchiven versahen. Ihre Produktangebote unterschieden sich deutlich vom ursprünglichen Apple-Angebot, aber auch untereinander. Einige Anbieter bedienten vorwiegend das Segment jüngerer Leute, andere richteten sich eindeutig an reifere Jahrgänge mit einem differenzierteren Geschmack. Solche Unterschiede können sowohl auf Unterschiede im Kundenstamm verweisen als auch auf unterschiedliche Wachstumspotenziale, die von den einzelnen Anbietern identifiziert wurden.

Ein weiteres Beispiel dafür, wie Mobilfunkanbieter die sich verändernden Kundenbedürfnisse vorhersehen und bedienen, sind Digitalkameras in Mobiltelefonen. Dabei ließen sich die Mobilfunkanbieter

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

niemals auf einen echten Wettbewerb mit reinen Digitalkameras ein. Denn der globale Markt für Digitalkameras ist viel zu klein, um für Mobilfunkanbieter relevant zu sein, und spezialisierte Kamerahersteller werden stets bessere Kameras anbieten können als jene, die in Handys integriert sind. Gleichwohl wurde durch intelligente Segmentanalysen herausgefunden, dass es unter jüngeren urbanen Handynutzern sehr wohl ein Bedürfnis gab, nicht Erinnerungen, sondern Live-Momenteindrücke untereinander auszutauschen. Dieses Bedürfnis ist relativ neu, und es entwickelte sich spielerisch im Einklang mit den Möglichkeiten der technologischen Entwicklung. Trotzdem wurde es schnell zu einem Kernbedürfnis für hochgradig relevante Kundensegmente, sodass es sich für die Anbieter lohnte, in die erforderlichen Infrastrukturen zu investieren.

Ein weiteres Beispiel für sich wandelnde Kundenbedürfnisse ist schließlich der Wunsch der Handynutzer zu spielen. Computerspiele gibt es schon so lange, wie es PCs gibt. Doch speziell entwickelte mobile Spielgeräte haben diesen Spielen eine völlig neue Dimension verliehen. Dass solche Geräte sich auch als Telefon benutzen lassen, ist für die aktiven Spieler von eher zweitrangiger Bedeutung, denn für diese Gruppe stellen sie in erster Linie die ultimative Integration von virtueller und greifbarer Welt dar. Zugegeben, »Computerspieler« sind eine sehr kleine Konsumentengruppe, aber die Mobilfunkbetreiber haben die Welt für diese Spieler zweifellos verbessert, als sie ihnen die Möglichkeit boten, ihre Spiele unterwegs mitzunehmen und zugleich ihre realen physischen Bewegungen mit den virtuellen Spielen, die sie im Internet spielen, zu integrieren.

Das mobile Musikhören, die mobile Übermittlung von Augenblickseindrücken per Fotohandy und das mobile Spielen von Computerspielen sind nur einige wenige Beispiele dafür, wie Mobilfunkanbieter weitergehende, über die Grundbedürfnisse nach Kommunikation ohne Zeitverzug und nach globalem Zugang zu Informationen hinausgehende Konsumentenbedürfnisse identifiziert haben. Musik, Spiele und Fotos sind nur Variationen dieser Grundthemen, und es gibt weitere: etwa den vollen Zugang zur Infrastruktur eines virtuellen Büros. All diese Anwendungen kreisen um echte Bewegungsfreiheit und basieren auf Verhaltensänderungen von Konsumenten, die Serviceangebote annehmen, welche ihnen dabei behilflich sind, ein Leben frei von künstlichen Beschränkungen zu leben – Beschränkungen, die nur darauf zurückzuführen sind, dass in der Vergangenheit die Infrastruktur Grenzen aufwies. Die Mobilfunkanbieter werden weiterhin kreativ denken müssen, um jene natürlichen Bedürfnisse noch besser verstehen zu können, die sich erst entwickeln, wenn die künstlichen Barrieren in den Infrastrukturen beseitigt sind. Aus Sicht der Mobilfunkanbieter sind diese Möglichkeiten grenzenlos. Diese Vorstellung kann die Konsumenten hoffnungsfroh stimmen, weil immer mehr spezifische Kun-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

densegmente feststellen werden, dass neue Produkte und Dienstleistungen ihnen genuine weitere Verbesserungen ihres Lebens zu bieten haben.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Die mobile Multioptionsgesellschaft: Eine Frage der Aufladungstechnik?

Peter Gross und Stefan Bertschi

Im Jahr 1994 wurde ein Buch zur so genannten »Multioptionsgesellschaft« veröffentlicht, das augenblicklich zu einem Bestseller wurde (Gross 1994). Es scheint nahe liegend zu behaupten, dass die Zahl der Optionen, der Wahlmöglichkeiten die sich dem Menschen im täglichen Leben stellen, in einer mobilen Gesellschaft weiter zunimmt. Der folgende Beitrag besteht aus einer redaktionellen Einleitung und einem Interview mit Peter Gross und beleuchtet die Verbindung zwischen der Multioptionsgesellschaft und der Bedeutung des Mobiltelefons innerhalb einer solchen Gesellschaft.

Das Wort »Multioptionsgesellschaft« verweist auf die »endlose und kompetitive Ausfaltung neuer Möglichkeiten«, welche in modernen Gesellschaften omnipräsent ist (Gross 1994: 11). Diese Ausfaltung neuer Möglichkeiten betrifft nicht nur die Regale der Supermärkte und das Angebot an Dienstleistungen, sondern auch das Reich des Geistes. In keiner Sphäre ist der Bewohner einer solchen Gesellschaft vor den Optionen geschützt, die sich ihm darbieten. Dieser Bewohner ist aber keineswegs nur passives Opfer. Das dahinter liegende Phänomen ist vielmehr »ein tief in die modernen Gesellschaften eingemeißelter und ins Herz des modernen Menschen implantierter Wille zur Steigerung, zum Vorwärts, zum Mehr« (ebd.). Dieser Drang nach »Mehr« ist das Hintergrundrauschen, welches die Menschen seit der Aufklärung begleitet. Auf diesem Drang begründet sich die Moderne.

> »Wollte man die umfangreiche Diagnose der Gesellschaft, die Gross vorgenommen hat, in einem Satz zusammenfassen, so könnte man deshalb sagen: hinter allem gibt es ein Mehr und ein Besseres, jedes Mehr und Bessere wartet darauf, realisiert zu werden, und jeder hat das Recht, dieses Mehr und Bessere zu fordern« (Abels 2000: 92).

Doch manchmal fühlt sich der Mensch überfordert, manchmal merkt er zu spät, dass er die beste Option nicht gewählt hat oder sie noch nicht einmal zur Kenntnis genommen hat (vgl. Abels 2000: 101). Sowohl die

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

wachsende Auswahl als auch die erschwerte Wahl aufgrund der anwachsenden Möglichkeiten führen dazu, dass der Mensch unter Druck gerät. Er steht zunehmend unter dem Druck, sein ganz individuelles »Lebens-Puzzle« zusammenzusetzen (Gross 1994: 197).

Damit ist zuerst einmal etwas über den Hintergrund ausgesagt, vor welchem neue Konsum- und Nutzungstendenzen gesehen werden müssen. Wegen der Vielzahl der Produkte und Möglichkeiten findet sich der Mensch immer weniger in der heutigen »Konsumwelt« zurecht. Um einer solchen »Consumer Confusion« entgegenzuwirken, werden Produkte und Dienstleistungen heute hinsichtlich ihrer Eigenschaften aber auch kommunikativ (d.h. marketingtechnisch) in vielfacher Weise aufgeladen. Dabei gibt es unter anderem die Möglichkeit, Produkte und Dienstleistungen emotional aufzuladen, so dass nicht das Hirn, sondern das Herz des Konsumenten den entscheidenden Kaufimpuls gibt und ihn emotional bindet. Durch die emotionale Aufladung erhalten Produkte und Dienstleistungen einen eigenständigen Charakter, ein Image, das sie von konkurrierenden Produkten abhebt. Dies ist wichtig im heutigen Wettbewerb auf gesättigten Märkten, in denen die Produkte objektiv gesehen einander immer ähnlicher werden. Die Verwirrung des Konsumenten besteht beim Mobiltelefon vor allem in den unzähligen Funktionen, die – und an dieser Stelle greift das Konzept der Multioptionsgesellschaft an – bislang jedoch immer alle gewollt sind (vgl. Gross 2004b: 35). Doch diese Vielzahl führt in den meisten Fällen dazu, dass die Funktionen und Dienste, wenn überhaupt, nur einige Male ausprobiert und dann nicht mehr berücksichtigt werden. Das ursächliche Dilemma zwischen der Faszination der Vielfalt der Funktionen und der mit einem erhöhten Maß an Stimuli einhergehenden Überforderung wird auch als »Consumer Ambivalence« bezeichnet (Otnes et al. 1997). Um Ambivalenz und Konfusion zu vermeiden, braucht es eine klare Strategie, welche dem Konsumenten prägnante und orientierende Botschaften über das Produkt und über die Funktionen und Dienste vermitteln kann.

Als ob diese Voraussetzung nicht schon schwierig genug zu erfüllen wäre, tritt noch etwas anderes hinzu: Gewisse Produkte verlieren mit der Zeit ihren Hauptnutzen, weil dieser selbstverständlich wird. Ein passendes Beispiel ist die Armbanduhr, deren Nutzen, die Zeit ablesen zu können, verschwunden ist (die Kunststoffuhr von Swatch hat daraus einen unmittelbaren Nutzen gezogen). Weil der Hauptnutzen – beim Mobiltelefon wäre dies die Kommunikation – nicht mehr sichtbar ist, muss das Produkt mit Zusatznutzen aufgeladen werden. Es muss ihm eine neue Bedeutung zugewiesen werden. Dabei hat eine solche Zuweisung nicht immer nur Vorteile, vor allem wenn sie Emotionen anspricht. Es kann den Konsumenten sogar zusätzlich verwirren, wenn Produkte mit Emotionen aufgeladen werden, welche der Konsument gar nicht mit dem Produkt verbinden möchte. Aus diesem Grund wird

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

heute auch im Mobilfunkgeschäft intensiv mit Kundensegmentierungs-Modellen gearbeitet. Es liegt nahe, dass jüngere Menschen meist eine andere Vorstellung davon haben, welche »Eigenschaften« ein Produkt haben sollte, und auf welche Weise dieses Produkt ihnen gegenüber kommunizieren (kommuniziert werden) sollte. Zu diesem Zweck werden so genannte »Aufladungstechniken« ins Spiel gebracht und angewendet. Der Begriff besagt, »dass Produkte nicht einfach Produkte sind, sondern leistungs- und kundenbezogene Funktionen haben« (Gross 2004a).

Damit eine entsprechende Aufladung erzielt werden kann, muss man sich über die Funktionen des Produktes, über seine Haupt- und Nebenzwecke Gedanken machen. Es gilt nicht, das Produkt neu zu erfinden, aber es muss einem harten Kommunikationstraining unterzogen werden. Peter Gross nennt fünf Registraturen, mit deren Hilfe ein Produkt in dieser Weise geladen und trainiert werden kann: »Die erste und ganz grundsätzliche Registratur ist die ›Synästhetik‹. Menschen und Dinge, Angebote und Produkte verschmelzen unterschiedliche Sinneserfahrungen« (Gross 2004b; vgl. Jane Vincents Beitrag in diesem Band). Das Mobiltelefon kann mit der Hand ergriffen, gesehen, gehört und vielleicht auch gerochen werden. Es lässt sich optisch, akustisch, haptisch, olfaktorisch und gustatorisch aufladen. Es hängt vom einzelnen Produkt ab, welche Sinneserfahrung im Vordergrund steht. Dieser sinnzentrierte Vorgang stellt eine der Facetten des »loading« dar: Eine Bedeutung des englischen Verbs »to load« ist, gemäß Merriam-Webster, »mit multipler Bedeutung aufladen (durch emotionale Assoziationen oder versteckte Implikationen)«.

Die zweite Registratur, die zum Einsatz gelangen kann, ist die »Rhetorik«. Nach dem Kommunikationsmodell von Schulz von Thun et al. (2000) hat eine Äußerung vierfachen Gehalt: eine Sachinformation (worüber ich informiere), eine Selbstkundgabe (was ich von mir zu erkennen gebe), einen Beziehungshinweis (was ich von dir halte und wie ich zu dir stehe) und einen Appell (was ich bei dir erreichen möchte). Jedes Produkt, jede Dienstleistung und jedes Angebot trägt diese vier Aspekte auf sich. Wie bei der Synästhetik stellt sich auch in der Rhetorik die Frage, in welcher Kombination und Gewichtung die enthaltenen Register zum Einsatz gelangen sollen.

Die dritte Registratur, die zur Aufladung verwendet werden kann, ist die »Ästhetik«. Die Lehre des Schönen und Harmonischen ist kulturell determiniert und schlägt sich in einer Vielzahl unterschiedlicher Lebensstile unterschiedlich nieder. Als enthaltene Register ließen sich die Gegensatzpaare der Tradition und des Neuen, des Einfachen und des Komplexen verwenden.

Die vierte Registratur enthält »räumlich-temporale« Register und bezeichnet den Raum und das Zeitfenster, welche einem Produkt zugewiesen werden. Verpackungen, Events und Aktionen sind in diesem

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Zusammenhang zu nennen. Die fünfte und letzte ist die gegenwärtig geläufigste Registratur, die zum Aufladen von Angeboten verwendet wird. Es ist dies das »Branding« und »Naming«: »Auch hier stellt sich die Frage, wann das Register der Symbole und ihrer Bedeutungen zu beachten wäre« (Gross 2004b). Die genannten Techniken müssen einen Zusatznutzen für den Konsumenten generieren, um erfolgreich zu sein. Das lässt sich nochmals anhand der Armbanduhr veranschaulichen: Der Hauptnutzen (nämlich die Zeitmessung) ist fast völlig verschwunden. Die Uhr wird heute extern aufgeladen, mit Ästhetik, mit Appell, mit Trends und mit Brands. Dasselbe dürfte schon bald auch für das Mobiltelefon vollständig gelten. Was bedeutet es nun, dass Produkte und Dienstleistungen einem harten Kommunikationstraining unterzogen werden müssen? »Das bedeutet nicht mehr und nicht weniger, als sich über die Kommunikation und ihre teilweise in Vergessenheit geratenen Register Gedanken zu machen« (Gross 2004b).

Das Mobiltelefon einem Kommunikationstraining zu unterziehen, heißt aber auch, die Wünsche und Bedürfnisse des Nutzers zu kennen. Ein interessanter Ansatz, der ein solches Training mit den Bedürfnissen in Einklang bringen könnte, stammt von Christine Mussel (1992). Ihre Theorie eines »diskursiven Bedürfnisbegriffs« beruht auf der Feststellung, dass das Bedürfnissystem einer Person nicht konsistent ist und schwerwiegende Widersprüche beinhaltet. Das System hängt dauerhaft von Austauschprozessen zwischen der Person und ihrer Umgebung ab. Es ist nicht nur durch die Zeitgeschichte und die vorherrschende Gesellschaft beeinflusst, sondern auch durch die Person selbst und durch deren gegenwärtige Situation. Diese Abhängigkeiten machen das System in hohem Maße instabil. Es scheint deshalb nahe liegend, dass die Bedürfnisse weder durch die Marktforschung abgefragt noch durch Ableitung oder Beobachtung bestimmt werden können. Mussels Theorie sagt deshalb aus, dass menschliche Bedürfnisse nur in der jeweiligen situativen Umgebung und durch einen diskursiven Prozess bestimmt werden können. Auf einer anderen theoretischen Ebene scheint hier George Kellys *Psychology of Personal Constructs* (1955) von Interesse. Seine Theorie stellt heraus, dass Kommunalität (die soziale Realität) und Individualität (die persönliche Realität) zusammen gedacht werden müssen, um ein Verständnis für psychologische Prozesse zu gewinnen. Die Hauptaussage der Theorie lautet folgerichtig: Die Welt wird von einer Person in der Weise wahrgenommen, wie es die Bedeutung vorgibt, die diese Person ihr zuweist. Dasselbe kann für ein dermaßen wichtiges (soziales) Instrument wie das Mobiltelefon behauptet werden.

In der Realität scheint die Umsetzung solcher Ansätze nicht reibungslos zu funktionieren. Das mag damit zusammenhängen, dass Marktforschung und Marketinginstrumente gar nicht dazu in der Lage sind, individuelle Realität zu antizipieren. Sie müssen deshalb immer

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

gleich eine soziale Realität avisieren. Und an dieser Schwelle von individueller und sozialer Realität entstehen letztlich Verständnisschwierigkeiten. Sie entstehen deshalb, weil sich das Mobiltelefon grundlegend von anderen Produkten und Dienstleistungen unterscheidet. Es ist generell gesehen zwar ein Produkt wie jedes andere. Es ist in erster Linie ein technisches Gerät, welches Sprache und Daten drahtlos übermittelt. Das Mobiltelefon ist aber zugleich Produkt und Medium und hat einen übergeordneten Charakter innerhalb der Medienprodukte. Das klassische netzgebundene Telefon wie auch das Radio- oder Fernsehgerät haben nie einen dermaßen großen Lebensstil-Faktor erhalten; sie haben nie in einer so grundlegenden Weise in das Leben der Menschen eingegriffen. Die Konsequenzen sind deshalb neuartig, und was wir daraus lernen können, lässt sich in einem Satz zusammenfassen:

»Wenn wir Design als einen Komplex projektbezogener Akte definieren, die darauf abzielen, Produkte und Dienstleistungen ganzheitlich zu konzipieren, dann kann angemessen nur designen, wer den Benutzer im Sinn hat; und die Rolle des Marketing (eines neuen Marketing) besteht dann darin, das wahre Projekt des Konsumenten zu berücksichtigen, das paradoxerweise nicht im Konsumieren besteht, sondern im Wunsch, das betreffende Objekt angemessen benutzen zu können« (Morello 1995: 70).

Vielleicht helfen die hier angedachten und im nachfolgenden Interview diskutierten Aspekte, gewisse Tendenzen besser zu verstehen und ihnen in positiver Hinsicht entgegentreten zu können – wie beispielsweise der Tendenz, die dem folgenden Streiflicht innewohnt: »Rastlos auf der Suche, etwas zu erleben, das schöner und besser ist als was man bisher erlebt hat, hastet der Mensch durch die ›Multioptionsgesellschaft‹« (Abels 2000: 104).

Interview mit Peter Gross

Stefan Bertschi: *Wenn es darum geht, zunehmend mobile und globale Gesellschaften zu erklären, hat Ihr Konzept der Multioptionsgesellschaft wohl nicht an Bedeutung verloren. Darf ich Sie einladen, die Besonderheiten Ihres Ansatzes aufzuzeigen?*

Peter Gross: Die Besonderheit meiner Deutung liegt darin, dass ich versuche, jene Treiber der modernen Gesellschaft, die in der Regel getrennt behandelt werden, zusammenzuführen und auch die Konsequenzen zu schildern. Als Treiber bezeichne ich die Individualisierung (die Autonomisierung und das so genannte Soloing), die Optionierung und die Entobligationierung (die Emanzipierung). Sie bauen jenes Kraftfeld auf, das wir in einer offenen, freiheitlichen Gesellschaft zu

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

bestehen haben. Und deren Konsequenzen wir bestehen müssen: die zunehmende Ungewissheit, das Risiko und die Exklusionsdrohung.

Sie haben im Zusammenhang mit der Multioptionsgesellschaft von einer »panischen Mobilität« gesprochen (Gross 1994: 28). Wie sehen Sie dies zehn Jahre später?

Im Zuge der Globalisierung ist die allgemeine Mobilmachung noch heftiger und totaler geworden: Das heißt, es entstehen immer mehr Wünsche, immer mehr Möglichkeiten, aber dafür steht uns immer weniger Zeit zur Verfügung.

Glauben Sie, dass die Auswirkungen des Mobilfunks einen Einfluss auf Ihre heutige Einschätzung haben? Weshalb oder weshalb nicht?

Das Mobiltelefon ist als schnurloses Telefon ein prototypisches Produkt der modernen Gesellschaft. Es steigert auf der einen Seite die Produktion durch Kommunikation, kompensiert indes andererseits die zunehmenden Abstände und die rasende Mobilität.

Es ist anzunehmen, dass die mobile Kommunikation die Wahlmöglichkeiten der Nutzer erhöht, wie sie ihr Leben gestalten können. Zugleich wird die Wahl durch die Vielfalt der Möglichkeiten erschwert. Wie beurteilen Sie diese Annahme? Wird sie eher positive oder eher negative Auswirkungen haben?

Jeder Anfang ist schwer, auch die intelligente Nutzung des Mobiltelefons. Erst wenn das Gerät verschwindet, das heißt selbstverständlich geworden und vollständig in den Alltag integriert ist, wird dieses Problem bewältigt sein.

Lassen Sie uns diese Annahme in kritischer Sicht vertiefen: Wird das menschliche Handeln durch den Einfluss des Mobiltelefons noch spontaner und unübersichtlicher werden?

Es wird in der Tat an den Rändern, wo neue Nutzer mit neuen Techniken umgehen, chaotischer und vielfältiger werden. Gleichzeitig werden sich indessen Inseln herausbilden und kommunikative Sicherheiten etablieren, die das Ganze immer wieder stabilisieren.

Kann der Trend hin zum Mobiltelefon nicht auch als eine Ich-Jagd gesehen werden (Gross 1999), als eine Suche nach sich selbst im Spiegel der Kommunikationspartner? Ist das Mobiltelefon bloß ein Mittel der gegenseitigen Versicherung? Oder steckt mehr dahinter?

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Vielleicht kann man das so sehen. Ich denke an »smartvote«, an eine Anwendung, mit deren Hilfe die eigene Person mit der Identität anderer zur Deckung gebracht werden kann.[1] Es wird wohl früher oder später auch mobile Dienste geben, die das Auswählen von Produkten erleichtern werden, indem sie zum Beispiel ein Signal erklingen lassen, wenn ich im Supermarkt das entsprechende Regal passiere. Oder die mir mitteilen, wohin ich zum Tanzen gehen soll, was dann auch andere Menschen direkt betreffen kann.

Das Mobiltelefon ermöglicht es, jederzeit und überall erreichbar zu sein. Es ist zumindest vorstellbar, dass dies die Grenze zwischen Arbeit und Leben weiter auflösen wird. Welche Rolle wird eine Kommunikationswelt mit vielen Optionen dabei spielen?

Natürlich wird mit den neuen Kommunikationsmöglichkeiten auch die Grenze zwischen Arbeits- und Lebenswelt durchlässiger. Hier wird es notwendig sein, selber die Ränder zu definieren, damit keine der Welten durcheinander gerät. Ich denke etwa daran, dass die Kinder zuhause die PCs aufrüsten und dabei Geschäftsvorgänge und -korrespondenzen löschen.

Die zeitgenössische Familie ist ein Schwerpunkt Ihrer Forschung. In welcher Weise ist es denkbar, dass die Nutzung des Mobiltelefons die Familie verändert?

Durch die Nutzung des Mobiltelefons wird eindeutig die ursprünglichste Form der Kommunikation befördert, welche eine Familie zusammenhält, nämlich die Präsenz, die Bezeugung von Anwesenheit, das gegenseitige »Ich bin da«.

Allgemeiner gefragt, werden sich soziale Bindungen wegen des Mobiltelefons auflösen, werden sie unverbindlicher werden?

---

1. Anmerkung der Herausgeber: »smartvote ist eine wissenschaftlich konzipierte Online-Wahlhilfe für kommunale, kantonale und nationale Wahlen in der Schweiz. [...] Anhand von Sach- und Einstellungsfragen werden die politischen Profile der Kandidierenden erfasst und in einer Datenbank gespeichert. Wählerinnen und Wähler können anschließend dieselben Fragen beantworten, worauf smartvote diejenigen Kandidierenden zur Wahl empfiehlt, welche die größte politische Übereinstimmung aufweisen.« (Siehe http://www.smartvote.ch/info.php?mode=idea, zuletzt besucht am 27. September 2005). Es existieren weltweit andere »smart vote«-Initiativen, keine ist jedoch gleichermaßen hochentwickelt (siehe beispielsweise http://www.vote-smart.org). Persönliche Profile werden auch in der mobilen, zwischenmenschlichen Kommunikation zunehmend an Bedeutung gewinnen.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Überhaupt nicht. Ich bin hier alles andere als kulturkritisch oder technikfeindlich. Der Mobilfunk ermöglicht es, soziale Bindungen zu entnaturalisieren, was häufig auch Vorteile mit sich bringt, insofern sich zum Beispiel bestimmte Menschen mittels der neuen Medien besser äußern können und sich dabei vielleicht auch sozial näher kommen. Andererseits strebt jeder, der häufig einen Flugsimulator nutzt, zum richtigen Fliegen. Das heißt auch, das Umgekehrte ist denkbar, nämlich, dass die entmaterialisierten Bezüge eventuell wieder naturalisiert werden sollen.

Welche Bedeutung kommt heute Ihres Erachtens dem Mobiltelefon zu? Oder anders gefragt: Wie würden Sie die Sinndeutung des Mobiltelefons durch seine Nutzer beschreiben?

Das Mobiltelefon ist eine Art Haltegriff der kommunikativen Vergewisserung in der modernen Welt. Darüber hinaus impliziert es mannigfache Nebenfunktionen, Szenenzugehörigkeit, Lifestyle etc.

Wie umfassend kann die Multifunktionalität des Mobiltelefons werden? Werden wir am Ende unser Leben nur noch mit Hilfe dieses Geräts managen können?

Es kann schon sein, dass wir auf diese Lebenshilfe schwer wieder verzichten können. Aber kein Tier ist so anpassungsfähig und katastrophensicher wie der Mensch. Er würde auch das Ende des Mobilfunks überleben und allenfalls zu Rauchzeichen zurückkehren. Aber lassen wir endzeitliche Überlegungen beiseite, obwohl sie sich angesichts des Weltzustandes gelegentlich aufdrängen.

Was geschieht, wenn alles dem Zugriff der Technik ausgesetzt ist? Lassen Sie mich die Frage soziologischer formulieren: Denken Sie, dass technisch-vermittelte und ubiquitäre Kommunikation die Angst der Menschen erhöht, etwas zu verpassen, Möglichkeiten nicht wahrnehmen zu können?

Das ist einerseits natürlich durchaus so. Aber auch die andere Seite ist einleuchtend: dass die modernen Kommunikationsmittel das Leben im Konjunktiv bestätigen. Das heißt, dass sie im Prinzip versprechen, allen Möglichkeiten teilhaftig zu sein. Das »könnte« ist das entscheidende Charakteristikum modernen Lebens in offenen Gesellschaften. Wie hat es doch die bekannte Schweizer Filmschauspielerin Liselotte Pulver ausgedrückt: »Am meisten ärgert mich eine nicht erhaltene Einladung zu einer Party, zu der ich eh nicht gegangen wäre.«

In neuerer Zeit beschäftigen Sie sich mit so genannten »Aufladungstechniken« (Gross 2004a). Was bedeutet Ihre Aussage, dass das Mobiltelefon

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

richtig »geloadet« und einem harten Kommunikationstraining unterzogen werden muss?

In einem kürzlich erschienen Artikel (Gross 2004b) benenne ich in einer systematischen Art die Register, mit denen ein Produkt geladen werden kann (siehe dazu die redaktionelle Einleitung zu diesem Interview). Alle Kommunikations- und Präsentationstechniken, die der Mensch lernt, muss das Produkt lernen. Darum sage ich, nicht nur die Menschen, sondern die Produkte müssen in modernen Gesellschaften mit so genannten konfusen Konsumenten einem Kommunikationstraining unterzogen werden. Ähnlich wie der Organist, der, um in der Kirche gehört zu werden, die entsprechenden Register seines Instruments einsetzt.

Das Mobiltelefon kann auf verschiedene Arten aufgeladen werden. Welche erachten Sie persönlich als zentral?

Vermutlich Haupt- *und* Nebenfunktion, also sowohl eine Aufladung mit der ursprünglichen Kommunikations-Funktion, wie beispielsweise auch mit einer nutzerspezifischen Lifestyle-Funktion. Es kommt auf den Lebenszyklus des Produktes an. Und auf den User. Der Mensch besteht nun einmal nicht nur aus seiner Kernfunktion, nämlich sich fortzupflanzen, sondern er existiert in Nebenfunktionen. Der Mensch isst und stillt nicht den Hunger, er trinkt und löscht nicht den Durst. Oder er macht dies nur in Notsituationen.

Das Mobiltelefon erfährt eine Sinnaufladung von Seiten der Nutzer wie von Seiten der Anbieter. Decken sich diese Aufladungen oder weichen sie eher voneinander ab? Weshalb ist das so?

Das Mobiltelefon ist zu lange nur intern »geloadet«, das heißt mit technischen Optionen aufgeladen worden. Das Produktmanagement lag zu lange in den Händen der Entwicklungsabteilungen und -ingenieure. Damit das Mobiltelefon, wie die Uhr, die Brille etc. auf den Märkten richtig Fuß fasst, muss es über seine Kernfunktion, also das »mobilfunken«, hinaus mit Nebenfunktionen, das heißt mit Geschichten, Mythen, Design, Szenen, Idolen aufgeladen werden.

Welche Auswirkungen wird eine solche Aufladung des Mobiltelefons schließlich auf den Nutzer und seinen Alltag haben? Und welche Auswirkungen wird es auf die Kommunikationsindustrie und die Anbieter haben?

Für die Kommunikationsindustrie werden sich gigantische neue Märkte öffnen. Der Nutzer wird mehrere Mobiltelefone – oder sagen wir besser: mobile Geräte – für verschiedene Zwecke wollen. Wie Uhren

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

oder Brillen. Und sie arbeitsteilig und situativ einsetzen. Ansätze sind schon zu sehen: zum Beispiel im Dreitasten-Mobiltelefon »Mobi-Click«,[2] im bunten Kinder-Telefon »MYMO«,[3] oder im Klassiker von Sony Ericsson, dem Multimedia-Telefon »T 610«.[4]

Lassen sie mich abschließend noch eine ganz generelle Frage stellen: Ist die mobile Kommunikation eine soziale und kulturelle Innovation, welche die fundamentalen Veränderungen unserer heutigen Zeit begleitet?

Selbstredend. Alle Transportsysteme, seien es solche für Produkte, für Menschen oder Nachrichten, haben jene Prozesse begleitet, die wir Industrialisierung und Modernisierung nennen und die zur Spaltung von Arbeit und Leben, von Produktion und Konsum, von Beruf und Partnerschaft und Wohnraum und Freundschaften etc. geführt haben und dieser entgegenwirken. Man könnte vielleicht sagen, die zunehmende räumliche, zeitliche und soziale Differenz moderner Gesellschaften wird kompensiert durch die vielfältigen Möglichkeiten, Raum und Zeit zu überwinden und Sozialität zu pflegen.

---

2. Anmerkung der Herausgeber: »[W]ohl das einfachste Mobiltelefon der Welt«, so die Schweizer Herstellerfirma, hat nur gerade drei große programmierbare Tasten und richtet sich an die Bedürfnisse älterer Menschen (siehe http://www.mobi-click.com, zuletzt besucht am 27. September 2005). Eine ähnliche Entwicklung kann auch andernorts beobachtet werden: »Das interessanteste Gerät richtet sich an ein älteres Marktsegment, welches im ergrauenden Japan rapide wächst. Das ›TU-KA S‹ ist ein reines Sprachtelefon – es hat keine sexy Funktionen wie E-Mail, Spiele, Webbrowser oder Kamera, es hat nicht einmal einen kleinen schwarzweiß Bildschirm. Dieses no-nonsense Gerät von Kyocera verfügt über große Tasten. [...] TU-KA vermarktet das Telefon mit dem Slogan ›keine Bedienungsanleitung notwendig‹. Es gibt eine Nachfrage für diese Art von einfachen Mobiltelefonen – das ›TU-KA S‹ verkauft sich gegenwärtig besser als alle anderen Telefone von Japans kleinstem Netzbetreiber.« (Blokland 2004)

3. Anmerkung der Herausgeber: »MYMO ist die modernste Sicherheitseinrichtung, die Eltern für ihre Kinder kaufen können. Es ist ein einfaches, leicht zu benutzendes Mobiltelefon für Kinder zwischen vier und acht Jahren. [...] Das MYMO ist ideal dazu geeignet, dass Eltern im Notfall mit ihren Kindern in Kontakt treten können. Da es nur fünf voreingestellte Nummern wählen kann, ist ihr Kind in der Lage, sie oder ein anderes Familienmitglied bei Bedarf zu kontaktieren. Der Standort des MYMO und anderer Mobiltelefone der Familie lässt sich im Internet verfolgen.« (Siehe http://www.mymoshop.com/html/mymo.html, zuletzt besucht am 27. September 2005)

4. Anmerkung der Herausgeber: Dieses Mobiltelefon hat sogar seine eigene modische Website, die als »experimentelle internationale Community von Mobiltelefon-Fotografen rund um die Welt« gestaltet ist (siehe http://www.t-six-ten.com, zuletzt besucht am 27. September 2005).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Literatur

Abels, Heinz (2000), »Sich dem ›Mehrgott‹ verweigern: Zu Peter Gross' ›Multioptionsgesellschaft‹«, in: Uwe Schimank/Ute Volkmann (Hg.), *Soziologische Gegenwartsdiagnosen I. Eine Bestandsaufnahme*, Opladen: Leske + Budrich, S. 91-107.

Blokland, Arjen van (2004), »Viewpoint: Simple Stylish Phones Tapping into New Market Segments«, in: *WirelessWatch Newsletter: Commentary on Japan's Wireless World*, Nr. 137, 12. Dezember, http://www.japaninc.com/newsletters/index.html?list=ww&issue=137 (13. Dezember 2004).

Gross, Peter (1994), *Die Multioptionsgesellschaft*, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Gross, Peter (1999), *Ich-Jagd. Im Unabhängigkeitsjahrhundert*, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Gross, Peter (2004a), »Wenn die Nebensache zur Hauptsache wird – Aufladungstechniken«, in: Christian Belz/Thomas Bieger (Hg.), *Customer Value. Kundenvorteile schaffen Unternehmensvorteile*, Frankfurt am Main: Redline Wirtschaft, S. 232-234.

Gross, Peter (2004b), »Consumer Confusion und Multioptionsgesellschaft«, in: *Thexis. Fachzeitschrift für Marketing* 21 (4), S. 34-36.

Kelly, George A. (1955), *The Psychology of Personal Constructs*, 2 Bde., New York: Norton.

Morello, Augusto (1995), »›Discovering Design‹ Means [Re]-Discovering Users and Projects«, in: Richard Buchanan/Victor Margolin (Hg.), *Discovering Design: Explorations in Design Studies*, Chicago: University of Chicago, S. 69-76.

Mussel, Christine (1992), *Bedürfnisse in der Planung der Städte: Zur Theorie und Methode eines diskursiven Bedürfnisbegriffs*, Reihe Arbeitsberichte, Heft 106, Fachbereich Stadtplanung und Landschaftsplanung, Kassel.

Otnes, Cele/Lowrey, Tina M./Shrum, L.J. (1997), »Toward an Understanding of Consumer Ambivalence«, in: *Journal of Consumer Research* 24, S. 80-93.

Schulz von Thun, Friedemann/Ruppel, Johannes/Stratmann, Roswitha (2000), *Miteinander reden: Kommunikationspsychologie für Führungskräfte*, Reinbek: Rowohlt.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Handymanie, mobile Sitten

Lara Srivastava

Die Bedeutung des Mobilseins

Das heutige Mobiltelefon ist längst kein rein technisches Gerät mehr; es ist zu einem Schlüsselobjekt, einem »gesellschaftlichen Objekt«, geworden, das in allen Bereichen unseres Alltags gegenwärtig ist. Ständiges Verbundensein, ständige Erreichbarkeit und die Mobilität als solche werden nicht nur die technologische Landschaft der Zukunft bestimmen, sondern auch die soziopolitische Landschaft. Der vorliegende Beitrag konzentriert sich auf zwei wichtige gesellschaftliche Aspekte im Zeitalter des Mobiltelefons: die soziale Etikette und das wachsende Problem der unerwünschten Zusendungen.

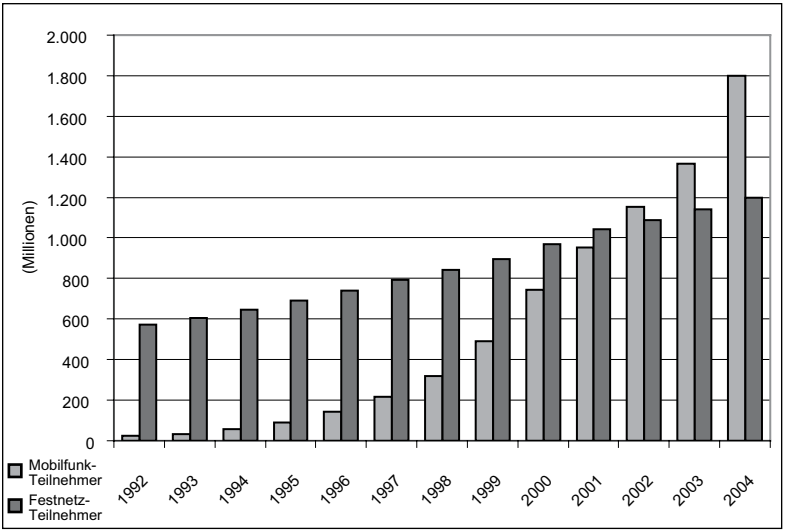
Das allgegenwärtige Handy

Die beispiellose, unerwartete Zunahme der Mobilfunkteilnehmer (siehe Abbildung 1) hat eine ganze Reihe von Folgen und Implikationen, die vor allem den Zugang zu elementaren Telekommunikationsdienstleistungen, aber auch den Zugang zu anderen Informations- und Kommunikationstechnologien – als Mitteln wirtschaftlicher und sozialer Entwicklung – betreffen. Die Tatsache, dass die Mobiltelefonie die Festnetztelefonie weltweit überholt hat, ist ebenfalls bemerkenswert – unabhängig von Ländern, Regionen und Kontinenten, über alle soziodemographischen Kriterien wie Geschlecht, Einkommen oder Altersgruppe hinweg, unabhängig auch von wirtschaftlichen Kriterien wie Handypreisen oder Pro-Kopf-Einkommen. Der Überholzeitpunkt lag in vielen Entwicklungsländern (zum Beispiel Kambodscha) schon früher als in der entwickelten Welt. Ende 2004 war Luxemburg die Volkswirtschaft mit der höchsten Handy-Sättigungsquote (rund 120 Prozent). Hongkong und Italien lagen auf dem zweiten und dritten Platz, Israel und die Tschechische Republik komplettieren die Liste der »Top 5«. Gemessen an der Zahl der Mobilfunkteilnehmer ist die größte Volkswirtschaft natürlich die Volksrepublik China; dort gab es Ende 2004 mehr als 330 Millionen Teilnehmer. Insgesamt kann Asien als Region

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

den weltweit größten Anteil der Mobilfunknutzer für sich reklamieren, aber auch die ältesten 3G-Mobilfunknetze (nach IMT-2000 Standards).[1] Diese wurden 2001 in Japan und Korea installiert. Nach einem relativ mühseligen Start wurden zwischen 2003 und 2005 einige zusätzliche Netze der dritten Generation installiert, selbst in Europa, wo hohe Auktionsgebote für Sendelizenzen die 3G-Entwicklung ursprünglich stark behindert hatten. Inzwischen laufen bereits Entwicklungsbemühungen für Systeme, die über IMT-2000 hinausgehen.

Abbildung 1: Festnetz- und Mobilverbindungen auf der ganzen Welt (2004 nach Schätzungen, Quelle: ITU).



Das intime Handy

Das Handy ist wahrscheinlich jenes Konsumprodukt, über das in den letzten fünfzig Jahren am meisten geredet wurde; seine Übernahmerate ist über alle Kulturen und Nationen hinweg atemberaubend. Der englische Begriff für »Handy«, *mobile* [*phone*], ist vom lateinischen *mobilis* abgeleitet. Und das Adjektiv »mobile« wird im *Concise Oxford Dictionary* (Ausgabe von 1975) wie folgt definiert:

1. International Mobile Telecommunications-2000 (IMT-2000) ist der globale Standard für die Mobilfunkkommunikation der dritten Generation; definiert wird dieser Standard durch eine Reihe von sich wechselseitig bedingenden Empfehlungen der International Telecommunication Union (ITU).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

- Leicht zu bewegen, beweglich, lose, nicht fixiert, nicht fest;
- Formbar, gelenkig, flexibel, agil, schnell;
- Wandelbar im Ausdruck; mit Potenzial zur Veränderung des Sozialstatus;
- Wandelbar im negativen Sinn, unbeständig.

Beim Handy stehen natürlich die Prädikate »beweglich« und »tragbar« im Zentrum. Doch inzwischen bedeutet »Mobiltechnologie« weit mehr als reine Beweglichkeit, und die Etymologie könnte sich dabei als wesentlich präzisere Beschreibung erweisen als ursprünglich angenommen. Wie immer man dieses Gerät auch bezeichnen mag, sachlich oder mit Spitznamen, die Menschen haben auf jeden Fall eine faszinierende, intime Beziehung zu ihren Mobiltelefonen aufgebaut.

Allein schon die physische Nähe des technischen Geräts zum menschlichen Körper ist auffällig. Die meisten Nutzer sind während des ganzen Tages nicht mehr als einen Meter von ihren Handys entfernt. Viele haben es sogar während des Schlafes am Kopfkissen liegen und benutzen es als Wecker. Diese geringe Entfernung lässt sich nur noch durch bestimmte Entwicklungen der Funktechnologie unterbieten, die direkt am Körper getragen werden. Die Japaner haben zum Beispiel kürzlich ein Handy auf den Markt gebracht, das mittels Schallübertragung durch die Schädelknochen Telefongespräche im Innern des Kopfes hörbar machen kann (vgl. Srivastava 2004). Das Handy ist in der Tat der intimste Bestandteil der persönlichen Objektsphäre des Benutzers geworden (im Vergleich etwa zu Schlüsseln, Brieftaschen, Geld etc.). Offenbar gibt das Gerät den Nutzern das Gefühl, ständig mit der Außenwelt verbunden und dadurch weniger allein zu sein.

Mit dieser physischen Verbindung zum Mobiltelefon geht eine starke emotionale Bindung an das Gerät einher. Wer sein Handy verliert, hat das Gefühl, sein Leben sei irgendwie durcheinander, und viele geraten darüber sogar in Panik. In seinem 2003 veröffentlichten Untersuchungsbericht *The Social Shaping of UMTS: Educating the 3G Customer* (vgl. Vincent/Harper 2003) kommt das UMTS Forum zu dem Ergebnis, dass die Handynutzer zu ihren Mobiltelefonen ein deutlich emotionaleres Verhältnis haben als zu jeder anderen Form der Informations- und Kommunikationstechnologie. Es wird benutzt, um persönliche Telefonnummern und persönliche SMS-Botschaften zu speichern, aber auch Bilder, die dem Nutzer ans Herz gewachsen sind. Oft werden diese Inhalte nirgendwo anders gespeichert. So fungiert das Handy in mancherlei Hinsicht als »Spiegel« des Selbst; es reflektiert die Identität des Nutzers und fungiert als Basis für sein soziales Netzwerk. Als physische Manifestation der Identität des Nutzers sind Handys, was nicht sonderlich überrascht, auch zu Modeartikeln geworden; sie beschränken sich nicht länger auf die reinen Gebrauchsaspekte. Viele junge Leute brüsten sich mit ihren Handys gegenüber anderen:

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Die Klingeltöne, die zum Einsatz kommen, sowie die Anzahl und Qualität der im Handy gespeicherten SMS-Botschaften können den Sozialstatus der Betreffenden fördern, aber auch gefährden.

Neue Technologien, neue Sprachen

Man sagt, den Gebrauch einer neuen Technologie zu erlernen sei so ähnlich wie das Erlernen einer neuen Fremdsprache. Das wird auch durch die Lernkurve der Kinder bei neuen Fremdsprachen sehr schön illustriert. Bekanntlich nehmen Kinder neue Sprachen wesentlich schneller auf als Erwachsene. Auf ähnliche Weise gilt: je jünger der Nutzer, desto schneller die Übernahme einer neuen technischen Entwicklung. Da bilden Mobiltelefone keine Ausnahme. Junge Teenager sind die begierigsten Nutzer neuer Anwendungen – das gilt für anspruchsvolle, prestigeträchtige Neuerungen ebenso wie für traditionelle Nutzungsmöglichkeiten.

Im Zeichen der rasanten Entwicklungen in den Kommunikationstechnologien müssen die Menschen die Sprache der sozialen Interaktion allerdings neu erlernen. Das gute alte Festnetztelefon verlangte von uns das Erlernen von Echtzeitkommunikation ohne visuelle Komponenten. Die Beherrschung des E-Mail-Komments verlangte von uns, dass wir im schriftlichen Sprachgebrauch etwas informeller wurden, dafür aber auch schneller auf eingehende Mails reagierten. Nun hat das Mobiltelefon die Kommunikation erneut auf eine andere Stufe gehoben. Es verlangt von uns: einen Weg zu finden, wie man in der Öffentlichkeit privat kommunizieren kann; einen Modus zu finden, wann und wie man erreichbar sein will; zu lernen, wann und wie man eine SMS-»Konversation« beenden kann, und so weiter, und so weiter. Junge wie erwachsene Nutzer verwenden neue Formen von SMS-Slang und SMS-Orthographie. Das Mobiltelefon hat eine nachhaltige Wirkung auf Sprache und Kommunikation und stellt auf diese Weise auch eine Herausforderung für etablierte und traditionelle Normen des Sozialverhaltens dar.

Das Handy und die Entwicklung der Etikette

Privates, Öffentliches und die Höflichkeit

Die Allgegenwart des Mobiltelefons im Alltag hat dazu geführt, dass in den Strukturen des menschlichen Lebens die Unterscheidung zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit immer stärker verwischt wird. Öffentliche Orte wie Restaurants und Züge werden heute meistens vom Privatleben der Handy-Individuen mit Beschlag belegt – »kolonisiert«, wie Hans Geser sagt (2004). Handys haben, wie Sadie Plant (2001) fest-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

stellt, eine »Simultaneität des Ortes« geschaffen – eine Simultan-Koexistenz des physischen und des virtuellen Raumes (der Telefongesprächs-Interaktion). Anders gesagt, im Zuge der Erschaffung und konkurrierenden Einführung eines mobilen »sozialen Raumes« findet auch eine Extension des vom Individuum beanspruchten physischen Raumes statt. Dies hat zu einer permanenten »Durchgängigkeit« (»permeability«, Geser 2004) von eigentlich getrennten Kontexten des gesellschaftlichen Lebens geführt. Oft lässt sich zum Beispiel beobachten, wie Individuen an einem Restauranttisch Handygespräche führen, während der physisch anwesende Partner ins Leere starrt, selbst eigene Handygespräche führt oder SMS-Texte schreibt. Das telefonische Eindringen (oder potenziell mögliche Eindringen) anderer in jeden gegebenen sozialen Kontext ist inzwischen ganz alltäglich geworden; man rechnet schon fast damit.

Obwohl es in manchen Ländern (etwa in Japan) Versuche gegeben hat, die Handybenutzung in der Öffentlichkeit zu regeln, etwa durch Handyverbote in Restaurants oder öffentlichen Verkehrsmitteln, hat im Allgemeinen die Spannung zwischen aus der Ferne kommenden und ko-präsenten sozialen Interaktionen noch nicht zur Etablierung umfassender sozialer Normen für diesen Fall geführt.[2] Doch einige Verhaltensmuster sind besonders auffällig. Vor allem zwei Bereiche sind Gegenstand häufiger Beschwerden:

1. Die *Lautstärke* von Klingeltönen und Handygesprächen: Viele Handys haben laute, aufdringliche Klingeltöne, die in einer ansonsten friedlichen Umgebung als störend empfunden werden. Auch die Lautstärke von Handygesprächen kann an öffentlichen Orten störend sein, weil Unbeteiligte nicht umhin können, Privatgespräche mit anzuhören.
2. Der *Rollenkonflikt* beim Führen von Handygesprächen in öffentlichen Räumen: die Komplexität, zwei unterschiedliche soziale Umfelder und Kontexte gleichzeitig bewältigen und steuern zu müssen (vgl. Ling 2002).

Lautstärke

Man ist sich weitgehend einig, dass jemand, der telefoniert (am Handy wie an jedem anderen Telefon), dazu neigt, lauter zu sprechen, als wenn das Gespräch mit einer unmittelbar anwesenden Person geführt würde. Zwar haben sich bislang noch keine klaren sozialen Normen entwickelt, doch ernten Personen, die in Sitzungen oder in ruhigen

2. Vgl. den New Initiatives Workshop der ITU aus dem Jahre 2004 zum Thema »Shaping the Future Mobile Information Society«, http://www.itu.int/futuremobile (14. Juli 2005).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Umgebungen Handygespräche entgegennehmen, vorwurfsvolle Blicke der anderen. Auch werden laute Handygespräche in öffentlichen Umgebungen nicht gern gesehen. Ein Handy, dessen Besitzer nicht reagiert und das darum laut vor sich hin klingelt, ist ebenfalls ein großes Ärgernis.

Andererseits gibt es auch Personen, die mit einem eingehenden Telefonanruf eine Sitzung unterbrechen und dann rücksichtslos weitertelefonieren. Ja, es gibt sogar Akteure, die ihre Handygespräche regelrecht inszenieren, die bewusst laut sprechen, damit sie gehört und gesehen werden – anscheinend dient das Ganze der Hebung ihres Sozialstatus. Interessanterweise legen die Betreffenden ein solches Verhalten oft auch an den Tag, wenn sie Handygespräche nur simulieren und in Wahrheit gar keine Telefonate führen.

Erzwungenes Mithören als Form der Beziehung zu Fremden

Lautstarke Handygespräche an öffentlichen Orten führen oft dazu, dass der/die Telefonierende und sein/ihr Gesprächspartner nicht die einzigen »Beteiligten« an einem solchen Telefonat sind. Die Menschen in ihrer Umgebung werden, ob sie wollen oder nicht, Zeugen der einen Hälfte dieses Telefongesprächs. Darum meiden telefonierende Handynutzer oft den Blickkontakt und wenden ihren Kopf (oder gar ihren ganzen Körper) von den anderen Anwesenden ab. Immer handelt es sich dabei um Versuche, der potenziellen Peinlichkeit der Situation auszuweichen, dass Privatgespräche in der Öffentlichkeit mitzuhören sind (vgl. Murtagh 2002). Die meisten Menschen würden zustimmen, wenn man sagte, dass sie sich eher unwohl fühlen, wenn sie privaten Einzelheiten aus dem Leben anderer ausgesetzt werden. Andererseits könnte man aber auch sagen, dass diese Form des erzwungenen Mithörens eher eine Art »mobilen Urbanismus« definiert – durch die Verbindungen, die dabei zwischen Fremden entstehen, zum Beispiel in einem Zug oder in einem Restaurant. Ohne direkt miteinander sprechen zu müssen, können Fremde in städtischen öffentlichen Räumen durch einseitige Handygespräche etwas übereinander erfahren; dabei entsteht eine Art von unsichtbarem Verständnis zwischen den am gleichen Ort Anwesenden.

Rollenkonflikte beim Führen von Handygesprächen und gleichzeitige Mehrfachkommunikation

Handynutzer, die in der Öffentlichkeit telefonieren, mussten lernen, zwischen der physischen Umgebung der Öffentlichkeit und dem privaten Raum ihrer Telefongespräche irgendwie zu vermitteln. Wenn ein Anruf eingeht, entfernen sich die meisten Nutzer spontan von der sozialen Gruppe in ihrer physischen Umgebung und treten in eine soziale

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Interaktion mit dem entfernten Anrufer auf ihrem Handy ein (vgl. Ling 2002). Je nach der sozialen Situation, in der sie sich gerade befinden, verwenden viele Leute in der Öffentlichkeit lieber die Textfunktion (SMS oder E-Mail), anstatt laut zu telefonieren. Schüler und Studenten senden im Unterricht oder wenn sie abends in ihren Zimmern sind lieber SMS. Das Texten hat natürlich den Vorteil, dass man Gespräche mit den physisch Anwesenden fortsetzen kann, während man heimlich per Handy und Daumen mit Dritten kommuniziert.

Wir sind eindeutig eine Gesellschaft, die das gleichzeitige Erledigen mehrerer Aufgaben favorisiert, nicht nur im Materiellen, sondern auch im Sozialen. Das Handy und die »synchronen sozialen Räume«, die das Handy schafft, ermöglichen dieses gleichzeitige Erledigen mehrerer Aufgaben. Dabei wird einem uralten menschlichen Bedürfnis entsprochen: Raum und Zeit zu kontrollieren. Doch verbessert oder verringert das gleichzeitige Kommunizieren in verschiedenen Räumen die Qualität des jeweiligen kommunikativen Raumes? Kann »immer erreichbar« nicht auch heißen, dass man sein Gespür für das »Hier und Jetzt« verliert?

Veränderungen im techno-sozialen Verhalten

Das Spiel mit der Pünktlichkeit

Den meisten Nutzern fällt es mit einem Handy leichter, ihren Alltag effizient zu managen. Sie können zum Beispiel ganz kurzfristig bei Freunden anrufen, wenn sie in deren Nähe vorbeikommen, um anzufragen, ob ein spontaner Besuch möglich ist. Termine lassen sich leichter verabreden oder verschieben – wenn es sein muss, auch absagen. Viele Leute beschweren sich jedoch, das Handy habe zu einer neuen Form von Unhöflichkeit bei Handynutzern geführt. Bei einer im September 2003 von Nokia durchgeführten Umfrage ergab sich, dass verblüffende 89 Prozent der befragten Handynutzer der Ansicht sind, man müsse für die Handynutzung bessere Benimmregeln einführen. Dies gelte zum Beispiel für die Klingeltöne und für die Signaltöne beim Eingang von SMS-Botschaften, die so gewählt und eingestellt werden sollten, dass sie niemanden stören; auch solle man beim Telefonieren nicht laut schreien und umherwandern. Dagegen kommen jetzt 71 Prozent der Befragten bei gesellschaftlichen Verabredungen ständig zu spät, weil sie die Option haben, mit einem Handyanruf oder einer SMS den Termin einfach umzustoßen und neu zu bestimmen. In den USA ergab sich bei einer ähnlichen Umfrage durch Harris Interactive im Juli 2003, dass 20 Prozent der Amerikaner meinen, die Menschen seien beim Handygebrauch generell unhöflich.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Das Offenhalten von Optionen

Sind Handynutzer bei ihren Verabredungen vager geworden? Treffen »ungefähr um« (»*approxi-meetings*«) scheinen inzwischen üblich zu sein: Handynutzer setzen nur selten eine genaue Zeit und einen genauen Treffpunkt fest, mit der Entschuldigung, Einzelheiten könnten ja später mittels SMS oder E-Mail vom Handy aus festgelegt werden. Die Gewohnheit, sich »Optionen offen zu halten« oder mehrere Verabredungen zu treffen, die gar nicht alle einzuhalten sind (»*multi-meeting*«), wurde durch das Handy gleichfalls verstärkt. Handynutzer treffen oft mehrere ungefähre oder vorläufige Verabredungen, um dann erst in letzter Minute zu entscheiden, an welchem Treffen sie tatsächlich teilnehmen (je nach Wert, den sie den diversen Möglichkeiten beimessen). Andererseits kann man behaupten, dass Mobiltelefone den Nutzern mehr Verantwortung aufbürden, weil die Verantwortlichkeiten, etwa zwischen Kindern und Eltern oder zwischen Angestellten und Arbeitgebern, leichter festzulegen sind.

Spontaneität und vermeintliche Kommunikation

Mobiltelefone ermutigen spontane Kommunikation, zum Beispiel bei Trends wie ortsgebundenen Spielen unter Beteiligung vieler Spieler oder »Bluejacking«, dem Versand kurzer anonymer Textbotschaften an andere Handys über Bluetooth. So kann man vielleicht die Zeit totschlagen, aber vorhandene Beziehungen werden dadurch nicht unbedingt vertieft. Manche Leute meinen, dass durch das Handy zwar spontane und weitgestreute soziale Interaktionen zunehmen, dass darunter jedoch die Qualität der sozialen Interaktionen im direkten persönlichen Kontakt leiden könnte. Überdies scheint die Unsicherheit hinsichtlich der sozialen Normen, die Handynutzer in öffentlichen Umgebungen oder in Gruppentreffen befolgen sollten, diese Qualität noch weiter zu verwässern.

Das heimliche Absetzen von Textbotschaften vermittelt oft die Illusion einer starken Kommunikation, während diesem Medium in Wirklichkeit einige Hauptaspekte menschlicher Interaktion definitiv fehlen, zum Beispiel der Ton der Stimme, die Körpersprache, der Gesichtsausdruck und die Tastempfindungen. Nach Meinung mancher Soziologen gehen Teenager, die sich überwiegend aufs Texten versteifen, das Risiko ein, ihre Fähigkeit zur direkten persönlichen Interaktion (unter Einbeziehung von Stimme, Körpersprache und Gesichtsausdruck) zu beeinträchtigen. Denn viele bevorzugen Textbotschaften gegenüber Aussprachen, zumal in heiklen und hoch emotionalen Situationen.

Überdies sind Menschen trotz der überwältigenden Verfügbarkeit von Kommunikationsmedien (E-Mail, Festnetz-Telefongespräche, SMS-Botschaften, Handygespräche etc.) tendenziell immer schwerer

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

zu erreichen. Denn die Handynutzer sind sich der Tatsache bewusst, dass das Handy nicht entgegengenommene Anrufe automatisch aufzeichnet und dass normalerweise eine gute Anrufweiterleitung in die Voicemail (Anrufbeantworter) gewährleistet ist. Darum müssen sich Handynutzer keine großen Sorgen machen, wenn sie Anrufe zufällig verpassen, sei es weil der Klingelton zu leise eingestellt ist, sei es, weil das Handy tief in der Handtasche verkramt und nicht schnell genug herauszuholen ist. Anrufe können allerdings auch absichtlich nicht entgegengenommen werden, zum Beispiel wenn das Handy als »Anruffilter« dient. Diese Praxis bürgert sich immer mehr ein, weil bei Handyanrufen normalerweise die Nummer des Anrufers auf dem Display erscheint. Wie schon gesagt, viele Menschen bevorzugen inzwischen bei der Kommunikation das geschriebene Wort gegenüber dem eigentlich reicheren Medium der Stimme. Das Mobiltelefon, allgemein als große Erleichterung für die menschliche Kommunikation gepriesen, zeigt inzwischen auch, dass es manchmal als Kommunikationsverhinderungsinstrument dienen kann. Auf jeden Fall ist das Handy eng mit der Sprache verbunden, von der man weiß, dass sie Bedeutungen und Absichten enthüllen und zugleich auch verbergen kann.

Kommerzielle Sitten: Unerwünschte Werbung (Spam) auf dem Handy

Wenn die Nutzer ein immer engeres Verhältnis zu ihrem Handy entwickeln, ist mehr Verbraucherschutz ein dringendes Desiderat. Die größte Sorge bereitet dabei die Respektierung der Nutzer-Privatsphäre. Im folgenden Abschnitt geht es um einen wichtigen Aspekt ebendieses Schutzes der Privatsphäre: die Freiheit von Belästigungen, etwa durch unerwünschte Werbesendungen (Spam). Inzwischen bemühen sich nämlich Spam-Versender, in den Handyverkehr einzudringen.

Bislang wurde noch keine allgemein akzeptierte Definition von »Spam« gefunden, weil das Ausmaß des Problems sich immer weiter entwickelt. Im Internet verringern Filter und Blocker das Spam-Volumen, wenn auch nur geringfügig; nur wenige können dem Werbemüll ganz entgehen. Für individuelle Internetnutzer ist Spam inzwischen zum bedeutenden Ärgernis geworden. Spam führt aber auch zu wirtschaftlichen Produktivitätseinbußen, weil Angestellte teilweise beträchtliche Zeit darauf verwenden müssen, ihre Mail-Eingangsboxen zu leeren. Zum Spam gehören Annoncen für zweifelhafte Medikamente, Pläne fürs Reichwerden über Nacht, Werbung für Glücksspiele, für Pornographie, aber auch für Software und Druckerpatronen. Manche Spam-Botschaften sind betrügerisch, andere können sogar Computerviren enthalten. Ernsthafte Sorgen bereitet das so genannte »Phishing« (Passwort-Fischen), wobei in betrügerischer Absicht methodisch Trick-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

URLs verwendet werden. Beim Adressaten wird der Eindruck erweckt, diese Mail sei eine offizielle Nachricht seiner Bank, einer Behörde oder von eBay. Alleiniges Ziel ist es jedoch, an Kontendetails und Passwörter des Nutzers heranzukommen.

Gegenwärtig wird von staatlicher Seite versucht, die Leichtigkeit, mit der Marketingfirmen Spam-Mail verschicken können, zu beschränken. In den USA wurde 2003 ein entsprechendes Gesetz (»Can-Spam Act«) verabschiedet und in Kraft gesetzt. Indes, wie die freiwillige Branchen-Selbstkontrolle müssen sich auch staatliche Instanzen der Herausforderung stellen, die richtige Balance zwischen der Förderung erwünschter kommerzieller Innovationen und dem Schutz der Verbraucherrechte zu finden. Mit Hilfe ortsgebundener Technologien (wie Bluetooth) und mit Wellenfrequenz-Identifizierungstags können zielgerichtete Werbekampagnen die Handynutzer erreichen, wenn diese sich gerade in der Nähe eines bestimmten Ortes befinden. Ein solcher Service könnte für Handynutzer durchaus sehr willkommen sein, aber er könnte auch zu einer Ausweitung unerwünschter Werbebotschaften auf dem Handy führen. Erforderlich ist die Installation von Systemen, die klar anzeigen, ob der User Werbung wünscht oder nicht.

Zwar ist das Volumen von Handy-Spam gegenüber dem Volumen von Festnetz-Internet-Spam in den meisten Märkten derzeit wesentlich geringer, aber es wird zweifellos dramatisch ansteigen, wenn keine effektiven Gegenmaßnahmen getroffen werden. Überdies hat in fortgeschrittenen Handy-Ökonomien wie Südkorea das Volumen unerwünschter Handy-Werbe-E-Mails das Volumen von Festnetz-Internet-Spam bereits 2003 deutlich übertroffen. Handy-Spam könnte sich sogar zu einem noch ernsteren Problem auswachsen als Festnetz-Internet-Spam, wenn man bedenkt, dass Handys in der Regel viel stärker personalisiert sind, dass immer mehr kleine Kinder Handys benutzen und dass manche Handy-Verträge Kosten für eingehende Botschaften vorsehen. Auch bedroht Spam zukünftige innovative Entwicklungen technologischer und kommerzieller Art in den Bereichen Handy-Shopping, Handy-Marketing und ortsgebundene Dienstleistungen. Die GSM Association bezeichnet Spam als eine der vier größten Bedrohungen für die Zukunft der Mobilfunkbranche.

Formen von Handy-Spam

Handys genießen bei den Menschen mehr Vertrauen als jede andere Art von Informations- und Kommunikationstechnologie. Da kann der Empfang unerwünschter Werbebotschaften diese zunehmend intime und vertrauensvolle Beziehung bedrohen. Wenn diese unangeforderten Zusendungen visuelle Komponenten enthalten, etwa als MMS daherkommen, könnten darin enthaltene illegale Bilder die Verwendung neuer Services durch den Nutzer stören oder gar unterbrechen. Ferner

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

können Zigarettenwerbung und, schlimmer noch, Pornographie auf diesem Wege an Minderjährige gelangen. Je weiter sich die »allgegenwärtige« Handy-Kommunikation verbreitet, desto größer wird auch das Potenzial für ihren Missbrauch.

Auf Mobiltelefonen kann Spam die Form einer Popup-Textbotschaft annehmen, die plötzlich auf dem Display erscheint – mit Angeboten für Sonderpreise oder Einladungen zu schlüpfrigen Chats in bestimmten Chatrooms. Ein andermal kann die Botschaft über Bluetooth kommen und den Nutzer in ein Straßencafé oder Ladengeschäft einladen, in dessen Nähe er oder sie gerade vorbeikommt. Ein verpasster Anruf oder einer, bei dem das Handy nur einmal klingelt, kann wie eine SMS, die um Rückruf auf eine gebührenpflichtige Nummer bittet, durch entsprechende telefonische Reaktionen des Nutzers zu teuren Gebührenrechnungen führen – ein weiteres großes Problemgebiet von Spam. Der Inhalt von Spam-Botschaften kann jedoch sehr unterschiedlich sein – so unterschiedlich wie die genauen Definitionen von Spam. In Japan etwa werben die meisten unerwünschten Werbebotschaften (rund 80 Prozent) für Dating Sites. In manchen europäischen Ländern sind auch Werbebotschaften der Mobilfunkbetreiber mit Sonderangeboten und Preisen für Videospiele verbreitet. Im Jahre 2004 erhielten die Italiener aus der Staatskanzlei ihres Landes Handy-Botschaften, die an den Termin der anstehenden Europawahlen erinnerten und zur Stimmabgabe aufforderten. Die Frage, was als Spam zu gelten habe, bleibt weiterhin offen.[3]

Spam-Abwehr

Die gute Nachricht lautet, dass Handy-Spammer leichter aufzuspüren sind als ihr Gegenstück im Internet. Botschaften auf Mobiltelefonen können nur von einigen wenigen Übermittlungsgesellschaften kommen statt – wie im Internet – von Tausenden traditioneller Internet Service Provider (ISP). Gegenwärtig ist es überdies teurer, Spam an Handys statt an E-Mail-Adressen im Internet zu übermitteln. Die schlechte Nachricht lautet allerdings, dass sich das auf jeden Fall ändern wird. Erstens wird die Ausnutzung kostenloser Technologien mit kleinem Radius wie Bluetooth zu einer Erhöhung der Zahl von Werbebotschaften führen, die von festen Orten ausgesandt werden. Zweitens wird der Trend zu Querverbindungen im Message-Sytem von Mobil- und Festnetztelefonen dazu führen, dass auch Handys wie Festnetz-Internetanschlüsse ganz normale E-Mail empfangen werden. Die japanische Mobiltelefonbranche ist dafür ein gutes Beispiel: Schon vor einigen Jahren hatte die japanische Mobilfunkgesellschaft NTT DoCoMo ge-

3. Vgl. http://www.itu.int/spam (14. Juli 2005) zu einer Fachkonferenz der ITU (WSIS) im Jahre 2004 über Gegenmaßnahmen gegen Spam.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

meldet, dass Spam ihre Netze so überlaste, dass auf den Bildschirmen mancher Kunden überhaupt nichts mehr gehe. Die Betreibergesellschaft trat sofort in Aktion. Mit Wirkung von 25. Dezember 2003 führte DoCoMo neue Anti-Spam-Maßnahmen ein, die es Handynutzern ermöglichten, alle aus nutzerdefinierten Domains eingehenden E-Mails zu blockieren. Der Mobilfunkbetreiber geht ebenfalls aggressiv gegen Spam-Mail vor, die aus dem eigenen i-mode-Netzwerk kommt; die Maßnahmen umfassen etwa eine Obergrenze für die Anzahl der pro Tag von einem einzelnen i-mode-Konto zulässigen E-Mail-Aussendungen oder die Aussetzung bzw. den Widerruf der DoCoMo-Handyverträge mit auffällig gewordenen Spammern.

In Großbritannien führte Vodafone im August 2003 Programme ein, welche die Nutzer auffordern, unerwünschte Werbebotschaften kostenlos an Vodafone weiterzuleiten. Geplant ist ein konsolidierter Bericht über alle in diesem Zusammenhang weitergeleiteten Werbebotschaften. Der konsolidierte Bericht soll auch an Regelungsinstanzen wie die ICSTIS (Independent Committee for the Supervision of Standards of Telephone Information Services) weitergeleitet werden.

Nicht nur die Mobilfunkbranche gibt sich alle Mühe, des Spam-Problems Herr zu werden; auch in parlamentarischen Instanzen wird nach Möglichkeiten gesucht, die Spam-Flut einzudämmen. Anfang August 2004 verkündete die US Federal Communications Commission (FCC), sie plane, eine Liste der Internet-Domains zu erstellen, die regulär von Mobilfunkbetreibern verwendet würden – mit dem Ziel, Spam von Handys fernzuhalten. Diese FCC-Regelung wird es Marketingfirmen, die nicht gegen das US-Anti-Spam-Gesetz von 2003 verstoßen wollen, erlauben, durch einen Blick auf diese Liste sicherzustellen, dass sie keine unerwünschte Werbung senden. Die FCC hofft, dass die Schaffung einer Domainnamen-Registratur von Funk-E-Mail-Adressen es für Aussender von Werbe-E-Mail leicht und erschwinglich macht, sich an die Bestimmungen zu halten.

Natürlich ist es bei allen gesetzgeberischen Bemühungen zur Spam-Bekämpfung wichtig, dass sie »technologieneutral« und flexibel genug bleiben, um sowohl für heutige Mobiltelefone als auch für alle zukünftigen Verbundgeräte zu gelten. Überdies ist es von zentraler Bedeutung, dass die Direktmarketingfirmen ihre Verhaltenskodizes weiterentwickeln und den jeweiligen Gegebenheiten anpassen (vgl. Sipior/Ward/Donner 2004). Vielleicht sollte man in der Spam-Bekämpfung jedoch anderswo ansetzen, nämlich dem Hauptgrund dafür, dass diese Form der Werbung bei Marketingfirmen so überaus beliebt ist: den niedrigen Kosten für die Aussender von Werbebotschaften. Spam-Versand über das Internet ist die billigste Form des Marketings. Der Versand von Handy-Spam kostet zwar geringfügig mehr, aber immer noch weit weniger als traditionelle Werbung durch gedruckte Anzeigen oder TV-Spots. Spam unwirtschaftlich zu machen – diese Strategie könnte

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

wirklich eine Erfolg versprechende Lösung des Problems bringen. Dies ließe sich durch eine nationale und internationale Gesetzgebung zur Beibehaltung oder Einführung eines Tarifsystems erreichen, dem zufolge der Anrufer die Gesprächsgebühren zahlt, sowie durch das Einbehalten der Verbindungsgebühren im Falle von Spam. Auch sollten die Mobilfunkbetreiber ermutigt werden, automatische Aufzeichnungssysteme für Spam-Beschwerden der Kunden zu installieren – Beschwerden, denen dann allerdings auch effizient nachgegangen werden müsste. Filtermechanismen sollten nicht nur auf Seiten des Netzbetreibers installiert werden, sondern die Nutzer müssen ebenfalls ermächtigt werden, sich mit geeigneten Maßnahmen an ihren Handys zur Wehr zu setzen.

Schlussbetrachtung

Den sich herausbildenden Nexus zwischen technologischer Innovation und Conditio humana kann niemand ernsthaft bestreiten. Dabei verfügt die Gesellschaft als Ganzes in diesen frühen Tagen innovativer Energie über die seltene Gelegenheit, die Implikationen der neuen Technologien zu überdenken. Es muss gründlich über Entwurf und Umsetzung einer fairen Politik und Regulierung im öffentlichen Interesse nachgedacht werden, um einerseits eine gesunde Entwicklung des Marktes sicherzustellen, andererseits Desinformation und Missbrauch zu begrenzen. Die von den Politikern zu entwickelnden Mechanismen und Sicherungen sollten anders als die Telekommunikationsregulierungen der Vergangenheit nicht mehr spezifisch auf einzelne Sektoren zugeschnitten sein. Die öffentliche Verbraucherschutzpolitik sollte weitgefasst sein und sowohl die Abwehr missbräuchlicher und schädlicher Inhalte (einschließlich Spam und nicht jugendfreier Inhalte) als auch den Schutz der Privatsphäre einschließen.

Im vorliegenden Beitrag wurden zwei Bereiche untersucht, in denen das Mobiltelefon Einfluss auf die menschliche Alltagsexistenz hat: die soziale Etikette und unerwünschte Werbesendungen. Bei den gegenwärtigen Fortschritten der Mobilfunktechnologie ist es wie bei allen anderen neuen Entwicklungen: Vor allem ganz am Anfang oder ziemlich bald nach der Einführung können und sollten Maßnahmen ergriffen werden, die geeignet sind, für geordnete Verhältnisse zu sorgen.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Literatur

Geser, Hans (2004), *Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone*, Release 3.0, http://socio.ch/mobile/t_geser1.htm (14. Juli 2005).

Ling, Richard S. (2002), »The Social Juxtaposition of Mobile Telephone Conversations and Public Spaces«, Vortrag auf der Konferenz »The Social and Cultural Impact/Meaning of Mobile Communication«, 13.-15. Juli 2002 in Chunchon, Korea.

Murtagh, Ged M. (2002), »Seeing the ›Rules‹: Preliminary Observations of Action, Interaction and Mobile Phone Use«, in: Barry Brown/Nicola Green/Richard Harper (Hg.), *Wireless World: Social and Interactional Aspects of the Mobile Age*, London: Springer, S. 81-91.

Plant, Sadie (2001), *On the Mobile: The Effects of Mobile Telephones on Social and Individual Life*, Untersuchung im Auftrag von Motorola, http://www.motorola.com/mot/doc/ 0/234_MotDoc.pdf (14. Juli 2005).

Sipior, Janice C./Ward, Burke T./Bonner, P. Gregory (2004), »Should Spam Be on the Menu?«, in: *Communications of the ACM* 47 (6), S. 59-63.

Srivastava, Lara (2004), »Japan's Ubiquitous Mobile Information Society«, in: *INFO* 14 (4), S. 234-251.

Vincent, Jane/Harper, Richard (2003), *The Social Shaping of UMTS: Educating the 3G Customer*, UMTS Forum Report Nr. 26.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Dein Leben in Schnappschüssen: Mobile Weblogs (Moblogs)

Nicola Döring und Axel Gundolf

»Wir haben früher rund dreihundert Familienfotos im Jahr aufgenommen. Heute kann ich diese Zahl mit meinem Fotohandy in sechs Wochen erreichen. Wenn eines meiner Kinder aus der Schule kommt, wenn wir einen Spaziergang machen oder einkaufen gehen – stets mache ich ein Foto und veröffentliche es in meinem Moblog. Wenn ich so weitermache und täglich im Durchschnitt 6,5 Familienfotos veröffentliche, komme ich auf 2.372 Bilder in einem Jahr. Würde ich davon Papierabzüge im Format 10 x 15 machen, so würde mich das mehrere hundert Dollar kosten. Und würde man all diese Fotos aneinander legen, so entstünde eine Fotostrecke von über 22 Kilometern Länge. Und all das in nur einem Jahr!«

Exhibitionismus oder Journalismus?

Julián Gallo heißt der enthusiastische Moblogger, von dem das obige Zitat stammt. Unter Verwendung eines Fotohandys und einer Moblog-Plattform dokumentiert er öffentlich sein Alltagsleben bis ins kleinste Detail. Haben die Kulturkritiker, die Amateurveröffentlichungen im Internet – persönliche Homepages, Internet-Tagebücher (Weblogs) und Moblogs – für überwiegend langweilig, nutzlos, oft sogar peinlich halten, vielleicht doch Recht? Wen in aller Welt interessiert es denn, wo Gallo gestern spazieren ging? Umstrittener als banale Schnappschüsse aus dem heimischen Schrebergarten sind allerdings exhibitionistische Fotos. Sie haben bereits dazu geführt, dass mehr als einhundert Mobloggers, die die Moblog-Plattform Yafro benutzen, gegen andere Yafro-Mitglieder protestierten, die dort regelmäßig Aktfotos von sich und ihren Partnern platzierten.

Den Kritikern dieser Sturzflut persönlicher Bilder und Berichte stehen die Propheten eines neuen demokratisierten Ziviljournalismus gegenüber. Sie argumentieren, das Informationsmonopol der Massenmedien und der professionellen Publizisten könne gebrochen werden,

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

wenn Fotohandys, Funknetzwerke und Moblog-Plattformen immer mehr Bürger in die Lage versetzten, jederzeit am freien Informations- und Meinungsaustausch teilzunehmen, indem sie von wichtigen Ereignissen auf der ganzen Welt live berichten. Der Begriff »Moblog« weckt Assoziationen nicht nur zur Mobilität eines handygestützten Tagebuchs, sondern auch zum Mob im Sinne von »ungeordnete Menschenmasse«. Howard Rheingold ist der Ansicht, dass diese Masse sich durch Mobilkommunikation und bessere Verknüpfung in sozialen Netzwerken zum Positiven verändern und zum »informierten Mob« wandeln könne, der dann auch stärkeren politischen Einfluss geltend machen werde (vgl. Rheingold 2003a). Für den Internet-Pionier Rheingold verstand es sich von selbst, dass er im Sommer 2003 die US-Bürger ermunterte, ein wachsames Auge auf alles zu werfen, was im Zusammenhang mit den Präsidentschaftswahlen des Jahres 2004 geschehe. Die Bürger sollten mit ihren Fotohandys live aus Wahlveranstaltungen berichten. »Moblog the Conventions!« hieß sein Slogan, »Berichtet in euren Moblogs von den Nominierungsparteitagen« (vgl. Rheingold 2003b). Im Sommer 2004 wurde dieser Aufruf in die Tat umgesetzt. Unter anderen organisierte die University of South Carolina ein Moblog von wichtigen Wahlveranstaltungen, das Wireless Election Connection Moblog (vgl. http://wec.textamerica.com). Dank Industriespenden erhielten im Rahmen dieses Projekts Amateurreporter neue Fotohandys; sie wurden als Wahlberichterstatter von Demokraten wie Republikanern offiziell akkreditiert und wie Medienstars sogar von MTV interviewt.

Vom Kult zum Kommerz

Der Begriff »Moblog« oder »MoBlog« (kurz für »Mobile Weblog«) wurde zuerst von den Web-Experten Justin Hall (vgl. Hall 2002) und Adam Greenfield verwendet (vgl. http://www.v-2.org). Im Jahre 2003 organisierte Greenfield die erste *International Moblogging Conference* »1IMC« in Tokio. Moblogs sind regelmäßig auf den neuesten Stand gebrachte Internetveröffentlichungen, die eine Reihe chronologisch geordneter Beiträge enthalten. Der entscheidende Unterschied zwischen Moblogs und traditionellen Weblogs, die sich strukturell nicht voneinander unterscheiden, ist der, dass Moblogs nicht nur von stationären Computern aus ins Netz gestellt werden können, sondern auch – oder sogar ausschließlich – von Mobilgeräten aus. Meistens handelt es sich dabei um Fotohandys (auch Kamerahandys genannt), manchmal aber auch um einen Personal Digital Assistant (PDA) oder ein Computernotebook mit drahtloser Verbindung. Moblog-Beiträge bestehen im Wesentlichen aus Bildern, die mit einem Fotohandy aufgenommen wurden, und schriftlichen Begleittexten. Nur gelegentlich enthält ein Moblog auch

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

mit dem Handy aufgenommene Videos oder gesprochenen Text (»Videoblog«, »Audioblog«). Anstelle von »Moblog« werden gelegentlich auch die Begriffe »Wireless blog«, »Visual blog« und »Photoblog« verwendet. In Photoblogs tauchen oft auch Bilder aus klassischen Digitalkameras auf. Dagegen verwenden die Rezipienten von Moblogs bislang kaum Mobilgeräte (über WAP oder WLAN), sondern sitzen weitestgehend vor dem Computerbildschirm am Schreibtisch.

Im Grunde dienen Moblogs wie persönliche Homepages persönlichen Veröffentlichungsinteressen; auf diese Weise können alle Medienkonsumenten auch selbst zu Medienproduzenten werden. Überdies sind Moblogs Bestandteil sozialer Medien: Der Inhalt des Blogs wird vielfach nicht von einer einzigen Person produziert; normalerweise beteiligen sich mehrere Personen direkt oder indirekt über Links zu anderen Blogs und Websites, aber auch mit öffentlichen Leserkommentaren. Kollektivblogs werden von einem Autorenteam veröffentlicht bzw. sind für Beiträge Dritter offen.

Wie traditionelle Weblogs haben auch Moblogs Zugang zu spezialisierten Onlineplattformen (Application Service Providers), die es den Nutzern ermöglichen, ihre Beiträge via E-Mail, SMS oder MMS einzusenden, aufzubewahren, zu redigieren und zu veröffentlichen. Moblog-Plattformen bieten nicht nur Publikationsfunktionen, sondern auch verschiedene Community Services. So wird es Moblog-Autoren ermöglicht, persönliche Profile zu erstellen, mit andren Mobloggern Botschaften auszutauschen (direkt oder indirekt über Foren), wechselseitig ihre Namen in öffentliche Listen der Freunde einzutragen oder themenorientierte Moblog-Zirkel zu bilden. Nicht zuletzt bieten die Plattformen Nutzerstatistiken mit Informationen darüber, welche Moblogs die höchste Zahl von Einträgen, die neuesten Beiträge oder die höchsten Besucherzahlen aufweisen. Die individuellen Beiträge, die die meisten Kommentare hervorgebracht haben, oder auch die Nutzer mit den meisten Kommentaren werden in Top 10- oder Top 100-Listen erfasst.

Moblog-Plattformen sind unter Verwendung eines Web Templates (einer Homepage-Gestaltungsvorlage) und eines Mobilgeräts relativ leicht zu benutzen. Sie erfordern nur minimale html-Kenntnisse, sodass der Nutzer, nachdem er seine E-Mail-Adresse eingetragen und einen Benutzernamen gewählt hat, sofort mit dem Mobloggen beginnen kann. Insgesamt bieten elementare Moblog-Plattformen jedoch begrenztere technische Funktionen als traditionelle Weblog-Plattformen (vgl. Sauer 2003). In Moblog-Beiträgen finden sich die für Weblog-Beiträge so typischen Weblinks recht selten. Aber das ist nicht weiter verwunderlich, denn laut Justin Hall (2002) ist »ein Weblog die Dokumentation von Reisen im Web, darum sollte ein Moblog die Dokumentation von Reisen in der Welt sein«.

Bei verschiedenen Plattformen – etwa bei den deutschsprachigen Plattformen 20six.de, Blogg.de und Twoday.net – gibt es keine separa-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

ten Zugänge für Weblogs und Moblogs; alles ist integriert. Wer sich als Nutzer für einen *durch Werbeanzeigen finanzierten einfachen Service* oder für einen *gebührenpflichtigen Premium-Service* eintragen lässt, kann ein Internet-Tagebuch betreiben, dessen Einträge sowohl über stationäre als auch über mobile Geräte eingegeben werden können. Natürlich sind Moblogs nicht nur für die Application Service Providers von wirtschaftlichem Interesse, sondern auch für die Hersteller von Mobilgeräten und für Mobilfunkbetreiber, die weiterhin nach besonders erfolgversprechenden Anwendungen für Foto- und Videohandys Ausschau halten, sowie auch für Breitband-Mobilfunknetze und verwandte Dienstleistungen. Inzwischen hat sich auch der finnische IT-Gerätehersteller Nokia mit der »Lifeblog«-Software für sein Handy Nokia 7610 auf den Moblog-Markt begeben (vgl. http://www.nokia.com/lifeblog). Damit können Fotos, Videos, SMS- und MMS-Botschaften samt persönlichen Notizen in chronologischer Ordnung archiviert werden.

Natürlich geben sich anspruchsvollere Moblogger mit den standardisierten Paketlösungen und Designvorlagen (Templates) der Moblog-Plattformen nicht zufrieden. Sie möchten lieber ihre eigenen Webserver nutzen, um ihre mobilen Tagebücher mit einem größeren Maß an Freiheit selbst zu gestalten. Das hat noch den zusätzlichen Vorteil, dass sie an den von ihnen produzierten Inhalten die Exklusivrechte behalten, während kommerzielle Weblog- oder Moblog-Hosts (z.B. Tetxamerica) diese Rechte oft für sich beanspruchen. Standard-Bloggingsysteme, normalerweise über Perl, PHP und mySQL, sind entweder mit Moblog-Modulen verbunden (z.B. Pivot: http://www.pivotlog.net oder WordPress: http://www.wordpress.org) oder durch Moblog-Skripte ergänzt, die von Usern mit Programmierkenntnissen angeboten werden (z.B. MoveableType: http://www.moveabletype.org). Ein Open-Source-System mit spezieller Moblog-Unterstützung wird von EasyMoblog bereitgestellt (http://www.easymoblog.org). Trotz des allgemeinen Trends zur Kommerzialisierung der Weblog- und Moblog-Welt können Nutzer mit der relevanten Medienexpertise kostenlose Plattformen, Systeme und Tools finden und nutzen. Allerdings entstehen, abgesehen von den Online-Kosten, beim Mobloggen zusätzlich zu den Kosten für Mobilkommunikation auch substanzielle finanzielle Aufwendungen für qualitativ hochwertige Mobiltechnologie.

Nische oder Boom?

Neuere Umfragen in den USA ergaben, dass Weblogs häufig oder gelegentlich von 11 Prozent der Internetnutzer gelesen und von 2 bis 7 Prozent der Internetnutzer geschrieben werden (vgl. Pew Internet & American Life Project 2004). Verglichen mit äußerst erfolgreichen Internet-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

anwendungen wie E-Mail, die regelmäßig von über 90 Prozent der Internetuser benutzt wird, sind Weblogs eher ein Nischenmedium. Wenn man andererseits in absoluten Zahlen rechnet, hat die Welt der Blogger mit mehreren hunderttausend aktiven Bloggern inzwischen beträchtliche Dimensionen angenommen. Das Blogcensus-Projekt (vgl. http://www.blogcensus.com) hat weltweit mehr als 2 Millionen Blogs registriert, während der Blog-Index von Technorati (vgl. http://www.technorati.com) sogar 3 Millionen zählt. Aus den deutschsprachigen Ländern kommen gegenwärtig knapp 20.000 Blogs (vgl. http://www.blogstats.de), von denen viele, was nicht sonderlich überrascht, nicht über die Testphase hinausgelangt sind oder kaum noch weiter betrieben werden.

Die Welt der Moblogs überschneidet sich bis zum gewissen Grad mit der Welt der traditionellen Weblogs, zum Beispiel wenn erfahrene Blogger jetzt ihre Beiträge, die zuvor von stationären Computern aus ins Netz gestellt wurden, auch per Mobiltechnologie hochladen. Manche Moblogger sind engagierte Fotohandynutzer, die nie zuvor ein Internet-Tagebuch geführt haben oder auf irgendeine andere Art im Internet oder Web als Autor in Erscheinung getreten sind.

In den letzten Jahren ist die Zahl der Moblogs weltweit exponentiell angestiegen: Im Jahre 2001 gab es erst sehr wenige, 2002 waren es schon mehrere Dutzend, 2003 Hunderte, wenn nicht gar Tausende, und nun, im Jahre 2004, sind es schon Hunderttausende. Allein der Bezahl-Serviceprovider Fotolog.net beherbergt knapp eine halbe Million Moblogs. Der Moblog-Index von Photoblogs.org enthält gegenwärtig rund 5000 registrierte Moblogs aus 61 Ländern in 26 Sprachen, wobei eindeutig Nordamerika, Japan und Westeuropa dominieren und Englisch mit weitem Abstand die geläufigste Sprache ist. Die deutschsprachigen Länder beherbergen schätzungsweise mehrere tausend Moblogs – mit steigender Tendenz. Es ist davon auszugehen, dass auch langfristig nur eine Minderheit der Internet- und Handynutzer Moblogger sein werden. Gleichwohl scheint sich hier wirtschaftlich gesehen ein lukrativer Markt zu eröffnen. Gleichsam als Illustration zu dieser These wurde die Blog-Plattform www.blogger.com, die auch mobile Einfügungen von Text, Bildern und Geräuschen erlaubt, von Google für rund 20 Millionen US-Dollar übernommen.

Zwischen Frühstück und Fronterlebnissen

Inhaltlich entspricht die Diversität von Weblogs und Moblogs der quantitativen Vielfalt. Der österreichische Moblog-Index von SMS.at etwa ist thematisch nach mindestens 24 Kategorien untergliedert – wie »Auto & Motorrad«, »Kunst & Kultur«, »Religion & Spirituelles«, »Wirtschaft« und »Wissenschaft«, mit Dutzenden von Unterkategorien. Die

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

überwiegend jungen Autoren der von SMS.at verwalteten Moblogs entscheiden selbst, ob sie ihr Moblog überhaupt registrieren lassen wollen, und wenn ja, in welcher Kategorie. Die rund 3000 im Index registrierten Moblogs verteilen sich ungleichmäßig auf die verschiedenen Rubriken. Am häufigsten wird »Über Mich« als Kategorie gewählt (mit 1061 Moblog-Einträgen), gefolgt von »Jugend« (509), »Sport & Fitness« (245) und »Lieben & Partnerschaft« (239). In dieser Teenager-Plattform rangieren die Rubriken »Staat & Politik« (7), »Wissenschaft« (6) und »Gesundheit & Medizin« (3) verständlicherweise auf den hinteren Plätzen. Was hier überdies zu berücksichtigen ist, ist die Tatsache, dass sich Moblogs als Ganzes thematisch nur schwer einordnen lassen; schließlich können sich die diversen Einträge eines Moblogs mit ganz unterschiedlichen Themen befassen.

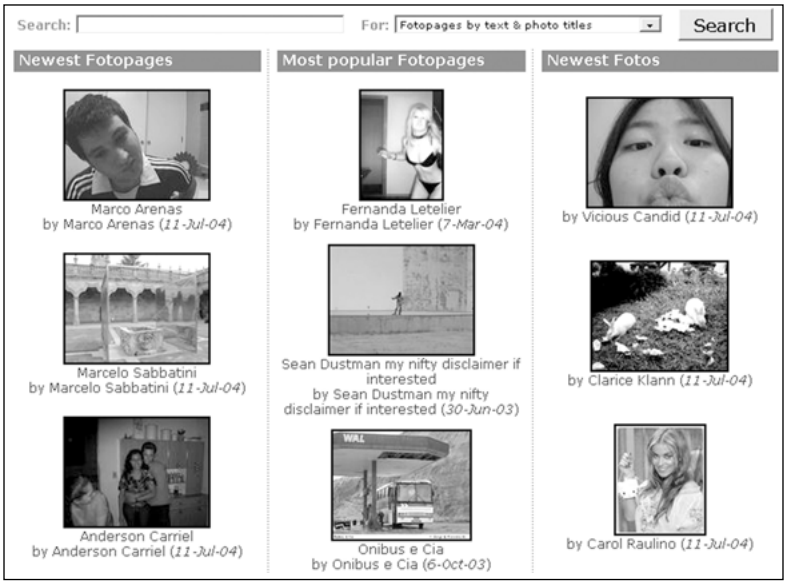
Die Moblog-Beiträge von Teenagern – mit Bildern, die ihr Frühstück, ihren Schulweg, ihre letzte Party, ihre Haustiere und ihre Geschwister illustrieren – mögen trivial erscheinen, aber so ist das Leben. Sie zielen ja auch nicht auf ein Massenpublikum: Die meisten Blogger schreiben, fotografieren und designen für den Hausgebrauch, für ihre reale Familie und ihre realen Freunde sowie für Online-Bekanntschaften. Angesichts dieser Thematik sind weder glamouröse Werbeprofi-Ästhetik noch Massenappeal möglich und nötig. Während manche Blogger darauf bestehen, dass sie nur für sich selbst und für einen kleinen Kreis von Lesern publizieren, gibt es andere, deren Hauptziel das *Erregen von Aufmerksamkeit* ist. So führten beispielsweise die Administratoren der Moblog-Plattform Fotopages.com Klage darüber, dass einige User partout sexuell möglichst attraktive Fotos als Eingangsfoto für die Startseite ihrer Blogs auswählten, um Aufmerksamkeit zu erregen, obwohl diese Bilder zum sonstigen Inhalt der Blogs überhaupt nicht passten (vgl. Abbildung 1).

Im August 2003 wurden im Rahmen des Blogcensus-Projekts nach dem Zufallsprinzip 776 Blogs von rund 500.000 zu dieser Zeit archivierten Weblogs ausgewählt (vgl. NITLE 2003). Dabei kam heraus, dass fast die Hälfte dieser Blogs (47 Prozent) unter die Rubrik *Persönliches Tagebuch* fiel. Signifikant mehr weibliche als männliche Blogger (56 bzw. 28 Prozent) dokumentierten auf diese Weise ihren eigenen Alltag; die restlichen 18 Prozent in dieser Kategorie umfassten Blogs von Autoren, deren Geschlecht nicht angegeben war, oder Gemeinschaftsblogs von Autorenkollektiven. Die Amerikanerin *Katie* etwa führt seit November 2003 ein Moblog-Tagebuch und hat seither über 800 Text- und Bildeinträge produziert, die ihren beruflichen und privaten Alltag lebhaft und humorvoll im Detail dokumentieren und kommentieren (unter http://steevie.textamerica.com/).

Es gibt *persönliche* und *thematische* Weblogs. Zu den Lieblingsthemen der zweiten Sorte gehören die Bereiche Online- und Mobil-Kommunikation; so erweist sich das Medium als in hohem Maße selbstrefe-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Abbildung 1: Startseite der Moblog-Plattform Fotopages.com.



rentiell. Auch die wissenschaftliche Erforschung von Blogs wird weitgehend in Blogs dokumentiert bzw. findet unter Blog-Autoren in den Blogs selbst statt. Kein Wunder, sind doch Blog-Forscher und Blogger oft ein und dieselbe Person; sie verbinden Theorie und Praxis. Elizabeth Lawley, Informatik-Professorin am Rochester Institute of Technology und selbst aktive Bloggerin, kritisiert, dass Wissenschaftler ohne nennenswerte eigene Blog-Erfahrung Blogs oft als homogene Masse betrachten und sich nur an der Oberfläche des Mediums tummeln. Alle Blogs über einen Kamm zu scheren, sei ungefähr so sinnvoll wie eine pauschale Betrachtung der gesamten Buchproduktion ungeachtet der verschiedenen Buchgenres (vgl. Lawley 2004).

In der Blogcensus-Studie wurden nur 6 Prozent aller untersuchten Blogs der Kategorie »Political Blog« zugeordnet; hier war das Verhältnis der Geschlechter unter den Bloggern gegenüber den persönlichen Tagebüchern umgekehrt: 84 Prozent der Autoren waren männlich, 4 Prozent weiblich, 10 Prozent Gruppenprojekte, 2 Prozent nicht nach Geschlechtszugehörigkeit spezifiziert. Abgesehen von themenspezifischen Asymmetrien ist die Balance zwischen den Geschlechtern in der Welt der Blogger ungefähr ausgewogen, ganz anders als bei den Nationalitäten und Altersgruppen. Die meisten Blogger leben in der westlichen Welt und befinden sich noch in der ersten Hälfte ihres Lebens.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Amateure gegen Profis?

Als eine Mischung aus persönlichem Tagebuch und politischem Logbuch erregen die bei Yafro ins Netz gestellten Front-Moblogs von US-Soldaten im Irak-Krieg beträchtliches Interesse (vgl. http://www.yafro.com/frontline.php). Die Soldaten bieten dort Fotos von sich und ihren Kameraden, von irakischen Zivilisten, von Kriegsverwundeten und Toten. Die Moblog-Leser steuern ihrerseits patriotische Slogans wie auch Antikriegsproteste bei, begleitet von Scherzen, Komplimenten und Flirts (»Du siehst toll aus in deiner Uniform!«). »CrashTheSoldier«, der sein Moblog unter den Stichwörtern »Krieg, Irak, Bier, Töten« anbietet (vgl. Abbildung 2), verteidigt seine blutigen Bilder von Toten und Verwundeten mit dem angeblichen Wunsch, die Wahrheit des Krieges aus nächster Nähe zu dokumentieren – als Gegengewicht zu den verzerrten Berichten des Nachrichtensenders CNN. In diesem Sinne zeigt »CrashTheSoldier« das Gewissen eines zivilen Journalisten, obwohl dieser Soldat natürlich auch Lobbyist in eigener Sache ist. Er will ein positiveres Bild der US-Soldaten im Irak zeichnen. Das »CrashTheSoldier«-Moblog läuft unter Blueherenow (http://www.blueherenow.com), einer Plattform für Open-Source-Nachrichten und Moblog-Journalismus, die ein wenig an Indymedia erinnert, jedoch von einer kommerziellen Firma betrieben wird (http://www.phrint.com). Sie bietet eine thematisch aufgegliederte Mischung aus Links zu Artikeln aus etablierten Presse-Instanzen, ergänzt durch Links zu Moblog-Beiträgen.

Abbildung 2: Das Front-Moblog von »CrashTheSoldier«.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

So nützlich die Fotos von Amateurreportern auch sein mögen, Moblogs allein bieten keine hinreichend tragfähige Informationsbasis: Sie können nur im Zusammenhang gesehen und im Kontext anderer journalistischer Berichte interpretiert werden. Damit der Dreischritt des Moblog-Prozesses (»gesehen – fotografiert – ins Internet gestellt«) journalistische und politische Wirkung entfalten kann, müssen Moblogs propagiert werden; damit sie überhaupt Wirkung zeigen können, brauchen sie Leser. Blogs werden nur durch Empfehlungen im Internet und durch Berichte in den Massenmedien bekannt. Daher ist es ziemlich sinnlos, Moblogs als Ersatz für professionellen Journalismus zu feiern; beide Publikationsformen ergänzen und beeinflussen sich wechselseitig. Es ist kein Zufall, dass sich unter den Moblog-Autoren viele professionelle Publizisten, Autoren, Fotografen und Journalisten befinden. Aufgrund ihrer persönlichen Popularität und der Qualität ihrer Blogs haben sie gute Chancen, Leser zu finden, kommentiert und häufig verlinkt zu werden. Auf diese Weise gelangen sie in die A-Liste jener Top-Blogger, die öffentliche Beachtung finden.

Wie in allen frei wachsenden Netzwerken mit selbst gewählten Link-Vernetzungen gibt es unweigerlich einige dominante Zentren und ein weites Umfeld von Randgebieten. Und daraus ergibt sich zwingend, dass keine Rede davon sein kann, dass der Publicity-Einfluss unter Bloggern gleich verteilt sei. Das hat nichts mit einem Scheitern auf Seiten der Blogger-Gemeinschaft zu tun, sondern ist weitgehend eine Folge universaler Gesetzmäßigkeiten in Netzwerken (vgl. Barabási 2003). Der japanische Internet-Unternehmer Joi Ito ist zweifellos einer der berühmtesten Blogger aus der A-Liste. Ito betreibt beides, ein Weblog und ein Moblog (vgl. http://joi.ito.com/moblog/), und verbringt laut Presseinterviews täglich rund fünf Stunden mit dem Lesen und Schreiben von Blogs.

Die wechselseitige Überwachung und die Kommentare, die aktive Blogger einander schreiben, stellen eine Art Qualitätskontrolle dar. Das Team des professionellen Weblogs Phototalk etwa (vgl. http://talks.blogs.com/phototalk/) untersuchte im Juli 2004 systematisch die Soldaten-Moblogs bei Yafro nach technischen und fotografischen Kriterien. Es stellte sich heraus, dass die weit überwiegende Mehrzahl vermeintlich authentischer Frontaufnahmen so genannter Amateurreporter tatsächlich von professionellen Pressefotografen stammte und bereits online veröffentlicht worden war (vgl. Phototalk 2004). Die spektakulären Fotoberichte aus erster Hand erwiesen sich also als Fotopiraterie. Und das heißt eben auch, dass Täuschungen, Machwerke und Fälschungen keineswegs auf die traditionellen Medien beschränkt sind. Soweit sich Amateure als Online- und Mobil-Publizisten betätigen, entwickeln sie nicht nur neue Expertise, sondern offenbaren auch die damit verbundenen Fehlleistungen.

Genauso wichtig wie Kenntnis und Beachtung gesetzlicher Normen

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

(bezüglich des Urheberrechts und des Schutzes der Privatsphäre) ist beim Bloggen ein Grundverständnis ethischer Prinzipien. Bei einer vom Massachusetts Institute of Technology im Januar 2004 durchgeführten Online-Umfrage unter 492 Bloggern (davon 36 Prozent weiblichen Geschlechts, 84 Prozent unter 40 Jahre alt, 66 Prozent aus den USA) ergab sich, dass 36 Prozent der Befragten bereits mit ethischen Prinzipien in Konflikt geraten waren (vgl. Viégas 2005). Außerdem kannten etliche der Befragten andere Blogger, die wegen der Inhalte ihrer Blogs bereits Probleme mit Familienmitgliedern und Freunden bekommen hatten (36 Prozent) oder sogar professionelle und juristische Schwierigkeiten auszustehen hatten (12 Prozent). Rebecca Blood, die über ihr Blog (http://www.rebeccablood.net) den Sprung zur professionellen Autorin geschafft hat (vgl. Blood 2002), widmet ein ganzes Kapitel ihres Weblog-Handbuches ethischen Fragen. Das oben zitierte Moblog-Projekt der University of South Carolina zu US-Wahlveranstaltungen arbeitet bereits nach professionellen Maßstäben.

Freistil-Fotografie

Mit Fotohandys in ständiger Bereitschaft – in Alltagssituationen, in denen normale Kameras oft nicht zur Hand sind oder nicht verwendet werden dürfen – vermehren sich die Gelegenheiten zur Bildproduktion signifikant. Dies gilt auch für das Eindringen in die Privatsphäre anderer Menschen, ganz gleich ob es sich um Familienmitglieder bei einem festlichen Essen, um Freunde bei einer Party oder um Fremde am Strand handelt, denen es möglicherweise überhaupt nicht behagt, wenn ihre Sonnenanbeterei für die Nachwelt dokumentiert und in sexuell motivierten Moblogs entsprechend kommentiert wird. Andererseits verweist Howard Rheingold zu Recht auf die politisch-emanzipatorische Bedeutung unerwünschter Handyfotos. Wenn auf diese Weise zum Beispiel Gewalt gegen Demonstranten oder Minderheiten festgehalten und einem Moblog umgehend veröffentlicht werden kann, ist diese Information niemals mehr aus der Welt zu schaffen, selbst wenn das betreffende Fotohandy noch konfisziert oder zerstört werden sollte.

Im Gegensatz zur analogen Fotografie sind die Kosten für einzelne Bilder und Kopien in der Digitalfotografie dramatisch gesunken. Außerdem kann man die Resultate umgehend begutachten. Dies beschleunigt den Lernprozess von Amateurfotografen und ermuntert zu fotografischen Experimenten. Das Fotohandy macht diese Vorteile einer Digitalkamera sogar noch mehr Menschen zugänglich, und eine Popularisierung der Amateurfotografie kann die Realitätswahrnehmung der Menschen verändern. Wer ein Moblog unterhält und regelmäßig bedient, ist ständig auf der Suche nach neuen Themen und Ge-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

genständen; auch wird er oder sie für interessante Details in seiner/ihrer Umgebung sensibilisiert, die sonst vielleicht übersehen worden wären. Während manche Amateurfotografen für die eifrigen Bemühungen der Fotohandybesitzer nur ein herablassendes Lächeln übrig haben, wissen andere diese Entwicklung durchaus zu schätzen. So meinte ein Moblogger in unserer Online-Umfrage: »Mobloggen heißt, dass mehr Leute fotografieren und beginnen, die Welt genauer zu betrachten, statt sie einfach wahrzunehmen. Ich finde das großartig, weil die Fotografie mein größtes Hobby ist. Wenn ich mir Moblogs ansehe, schicke ich gern motivierende Kommentare.« Normalerweise sind die meisten von uns kulturelle Analphabeten, wenn es um den Selbstausdruck in Bildern geht. Multimedia-Botschaften (MMS), Fotohandys und Moblogs können einen kleinen Beitrag dazu leisten, dass wir eine aktivere visuelle Kompetenz und ein besseres Gespür für unsere eigene visuelle Handschrift entwickeln. Darin sollte man allerdings keine Konkurrenz zur sprachlichen Kompetenz sehen. Gerade in Moblogs erfordern die Formulierung der richtigen Bildunterschrift und die Formulierung passender Kommentare einen geschickten Umgang mit Text-Bild-Kombinationen (vgl. Badger 2004). Andererseits verspricht rein fotografisches Erzählen ein Verständnis über Sprachbarrieren hinweg, das im von Texten dominierten Internet ansonsten nicht möglich ist.

Das fotografische Tagebuch, wie es durch Fotohandys und Moblogs gefördert und popularisiert wird, spiegelt sich auch in der gegenwärtigen Kunstfotografie. Unter dem Titel »Snooze Button« (etwa »Dös-Knopf« oder »Schule der Schläfrigkeit«) versammelt beispielsweise der kanadische Fotograf Dean Baldwin eine Fotoserie, die über einen Zeitraum von drei Jahren an jedem Morgen sein Aufwachen festhält (vgl. Abbildung 3). Die von einer über seinem Wecker installierten Kamera aufgenommenen Schnappschüsse enthüllen die feinen Unterschiede im Tagesablauf des Fotografen. Baldwin spielt hier geschickt mit der oft kritisierten Banalität von Moblog-Tagebüchern und eröffnet neue Sichtweisen des Alltagslebens.

Eine detaillierte Analyse des Inhalts und der formalen Struktur von Moblog-Beiträgen wurde bislang noch nicht durchgeführt. Abgesehen von ihrem fotografischen Inhalt besteht eine Besonderheit von Moblogs im Vergleich zu konventionellen Weblogs darin, dass ihre Autoren mobil sind. Die Methode der sofortigen Veröffentlichung direkt nach dem Ereignis ist immer dann besonders wichtig, wenn es um Reisen, wichtige Ereignisse, Krisen und Katastrophen geht. Moblogs können jedoch auch zum Experimentieren benutzt werden, um Langeweile zu bannen, Zeit totzuschlagen oder bereits mit dem Fotohandy aufgenommene Fotos anderweitig zu verwenden. Manchmal gibt es für das Mobloggen auch eine ganz einfache Erklärung – jenseits aller schlagzeilenträchtigen Spekulationen über ethisch zweifelhaften Exhibitionismus oder wünschenswerten politischen Aktivismus: »Es ist eine

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

praktische Möglichkeit, Fotos zu archivieren, die aufgenommen wurden, nachdem der Speicher des Mobilgeräts schon voll ist.« So lautete die einfache Erklärung eines Mobloggers in unserer E-Mail-Umfrage.

Abbildung 3: »Snooze Button« von Dean Baldwin (Auszug) (vgl. http://www.cbradio3.com/issues/2004_04_30/index.cfm).

Moblogger und ihr Publikum

Das Lesen von Moblogs lässt sich mit dem Durchblättern von Fotoalben aus der Familie oder von Freunden vergleichen, aber auch mit dem Gang durch eine Fotoausstellung oder dem Blättern in Ausstellungskatalogen und Bildbänden. Weil es für Moblogs keine redaktionelle Auswahl oder Kontrolle gibt, sind die Qualitätsunterschiede so markant wie generell im Internet. Die Betrachter müssen selbst entscheiden, was für sie »*cat content*« ist (Bloggerjargon für uninteressante Inhalte) und was sie für relevant halten. Für Tierfreunde sind natürlich Bilder von Haustieren in einem Moblog genauso sehenswert wie Tiere im echten Leben. Und abgesehen von aller moralischen Kritik an nicht jugendfreien Inhalten, ist es kulturell durchaus interessant, genauer zu untersuchen, wie und warum Männer und Frauen ihre Körper und ihre Sexualität in Moblogs zur Schau stellen. Nicht nur im Journalismus, sondern auch in der Sexbranche tragen Online-Medien zu einer regen Beteiligung von Amateuren bei – was spezifische Möglichkeiten birgt, aber auch spezifische Risiken nach sich zieht.

Moblogs, die regelmäßig aktualisiert werden und die eine treue Le-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

serschaft haben, online wie offline, regen zu kontinuierlichen, fokussierten Diskussionen über individuelle Beiträge und Bilder an. Dazu gehören Scherze, auch derbe Späße, sowie Kritik und Lob für Fotografen und Themen. »Nun, das ist so, als säße man wirklich beisammen und sähe sich ›echte‹ Urlaubsbilder an – etwa einen Ort, wo man fragen möchte ›Wo war das denn?‹, oder man will gern sagen, wie schlank jemand aussieht, und anderes mehr«, sagte eine Mobloggerin. Für manche ist das Lesen und Kommentieren von Moblogs eng mit persönlichen Bindungen verbunden; andere nutzen das Medium aus Neugier oder zur Unterhaltung (»weil ich mir gern ›interessante‹ Kommentare ausdenke und andere zum Lächeln oder Nachdenken bringen will«, wie einer der Moblogger aus unserer Umfrage sagte). Die kommunikative Funktion von Moblogs ist signifikant und kann manchmal sogar den Charakter einer Serviceleistung für einsame Herzen annehmen.

Andere Moblogger sind zuallererst an kreativem Austausch interessiert; sie lassen sich gern von den Fotos inspirieren, die andere Leute aufgenommen haben, und arbeiten fleißiger an ihren eigenen fotografischen Projekten, wenn sie wissen, dass ihr Moblog-Publikum auf neues Material wartet. Einer der Teilnehmer an unserer Moblog-Befragung sagte: »Für mich ist das Wichtigste der im Bild festgehaltene Augenblick mitsamt den dazugehörigen Gedanken. Auch lasse ich mir alle Kommentare zu meinen Blog sogleich direkt auf mein Handy weiterleiten; für mich ist es wichtig zu wissen, wer mir ›live‹ folgt.« Der Wunsch zu kommunizieren kann nicht einfach als Narzissmus abgetan werden – er gehört zu den fundamentalsten Bedürfnissen des Menschen.

Wie im Fall von traditionellen Internet-Tagebüchern (vgl. Döring 2001a) und persönlichen Homepages (vgl. Döring 2001b) werden Moblogs bewusst genutzt, um Medienkompetenz und professionelles Know-how zu erwerben. Es ist kein Zufall, dass zu den engagiertesten Mobloggern viele Profis aus der Medien- und Foto-Branche zählen. Das zwanghafte Fotografieren des eingangs zitierten Julián Gallo ist nicht nur eine Obsession – in seiner Eigenschaft als Fotograf und Dozent für Neue Medien an der Universidad de San Andrés in Argentinien denkt Gallo auch über die Wirkungen der fotografischen Dokumentation in seinem Moblog nach. Auf seine ganz eigene Art führt er einen wissenschaftlichen Selbstversuch durch. Ein überzeugendes Moblog-Projekt kann einem Fotografen oder einer Fotografin auch dabei helfen, sich zu etablieren – wie es schon einigen Webloggern gelungen ist, die inzwischen als Autoren Bücher veröffentlichen, die ihre Blogs als Bücher veröffentlichen oder über andere Blogs in Zeitschriften schreiben. Nach acht Jahren mit Veröffentlichungen im Internet beschreibt Carola Heine (vgl. http://www.moving-target.de) ihre »private Weblog-Wertschöpfungskette« wie folgt: »Meine eigene Kolumne in einer PC-Zeitung, ein Sachbuch über die Einrichtung einer Website, zwei

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Sachbuchtitel für junge Leute, und immer und immer wieder mit größtem Vergnügen freischaffend Beiträge für die Zeitschriften *PCgo!* und *Internet Magazin*.«

Von der Testphase zum Moblog-Projekt

Ein öffentliches Online-Tagebuch ermöglicht es, Erlebnisse und Erfahrungen mit anderen zu teilen; es kann neue Horizonte eröffnen, Unterstützung, Ermutigung und ein Gefühl der Zufriedenheit bieten. Wie in anderen Lebensbereichen lässt sich aber nicht vollkommen ausschließen, dass entweder überhaupt kein oder nur unliebsames Feedback kommt. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, als Selbstschutz mit Pseudonymen zu operieren und/oder nur ausgewählten Personen Zutritt zu ihrem Moblog zu gewähren. Das heißt auch, dass sorgfältig geplant werden muss, bevor man mit einem Blog-Experiment mit allen dazugehörigen kommunikativen und sozialen Konsequenzen beginnt. Für reine Dokumentationszwecke reichen traditionelle Online-Fotoalben aus, die überdies die Möglichkeit bieten, Papierabzüge der Schnappschüsse zu bestellen (z.B. bei Kodak, Foto Quelle, Mediahype.de).

Durchaus nicht alle Handynutzer, die ein Moblog beginnen, weiten es zu einem Langzeitprojekt aus. Von den 1448 Mitgliedern einer beliebten Moblog-Plattform, die länger als eine Woche aktiv waren, waren nach sechs Monaten nur noch 7 Prozent aktiv (vgl. Adar 2004). Der durchschnittliche Moblogger stellt in der ersten Woche 14 Bilder ins Internet, je ein weiteres Bild in der zweiten, dritten und vierten Woche und in der fünften Woche schon keines mehr; das legt den Schluss nahe, dass es den meisten an dem für ein solches Langzeitprojekt erforderlichen Durchhaltevermögen fehlt.

Diese Beobachtung berechtigt jedoch nicht dazu, Moblogs generell als Verirrung oder Schaumschlägerei abzutun. Einerseits ist es sehr vernünftig, wenn Nutzer sich von einem Medium nach einer gewissen Testphase wieder abkehren, nachdem sie erkannt haben, dass diese Aktivität für ihren Alltag keine Bereicherung darstellte. Andererseits muss man zugestehen, dass sinnvolle und kreative Ideen nur gedeihen, wenn potenzielle Nutzer informiert und inspiriert sind und überdies Gelegenheit für soziale Verbindungen finden. Niemand weiß, wie viele gute Moblog-Projekte bereits existieren würden, wenn es weniger finanzielle und technische Barrieren gäbe und wenn die Welt der Blogger, die in Teilen stark durch akademische Diskurse und Insiderjargon geprägt ist, weniger elitär erschiene und für Neulinge und »normale« Nutzer einladender wäre. Bislang haben nicht einmal die Mobilfunkbetreiber und Service Provider ernsthaft versucht, mobile Multimedia-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Dienste und deren Anwendungspotenzial in der alltäglichen Praxis zugänglicher und relevanter zu machen.

Ist das Foto der Zukunft mobil?

Es spricht nicht viel dafür, dass Moblog-Sucht ein Problem für unsere Gesellschaft werden könnte. Manche Blogger haben durchaus Phasen, in denen sie viel Zeit und Energie für ihr Projekt aufwenden, doch normalerweise folgen darauf Erholungspausen. Bei Carola Heine heißt es in ihrem Blog: »Das Webloggen kann zur Sucht werden, doch die Sache beruhigt sich auch immer wieder – persönlich habe ich niemals dagegen angekämpft, sondern ich passe mich immer dem Fluss der Dinge an. Die Hauptsache ist nicht, dass ich meinen Tag damit verbringe, Situationen nachzurennen, die für mein Blog nützlich wären – sondern dass ich lebe.« Und Elizabeth Lawley (http://www.mamamusings.net) nutzte ihr Blog kürzlich, um zu berichten: »Habe mein Blog in letzter Zeit etwas vernachlässigt. Habe viel zu tun in der realen Welt und genieße die Zeit mit meiner Familie.«

Im Kontext der gesamten Blogger-Welt lassen sich Moblogs gewissermaßen als »Nische in einer Nische« beschreiben. Sie verdienen weder höchstes Lob noch totale Abwertung. Immer geht es um die Details und Nuancen dieser neuen technischen, sozialen und kreativen Ausdrucksform. Es ist ziemlich sinnlos, Blogger gegen professionelle Fotografen, Autoren und Journalisten auszuspielen. Jedenfalls überlappt sich zum Teil das in beiden Bereichen tätige Personal, und die Veröffentlichungsformen hängen durch wechselseitiges Zitieren voneinander ab. In gewissem Maße verfolgen Massenmedien und persönliche Publikationen unabhängig voneinander völlig unterschiedliche Ziele. Wenn eine Mobloggerin sagt: »Meine 81-jährige Mutter, die 5000 Kilometer von mir entfernt wohnt, freut sich immer so sehr, wenn sie Bilder von mir sieht«, dann ist das für sie der beste Grund, ein Moblog zu unterhalten – ohne jeden Hintergedanken an Marktanteile und Popularität.

Die allgemeine Aufregung über Exhibitionismus und Voyeurismus hält einer genaueren Analyse ebenfalls nicht stand. Die Grenzen zwischen Privat- und Öffentlichkeitssphäre unterliegen ständigen kulturellen Verschiebungen und stellen sich je nach Individuum ganz unterschiedlich dar. Natürlich gibt es höchst zweifelhafte Moblog-Beiträge, doch das gilt auch für alle anderen Medien. Überdies werden die ethischen Grundsätze, die für Moblogs gelten, intensiv geprüft. Man sollte Blogs lieber nach individuellen Maßstäben beurteilen und davon absehen, sie mit utopischen Ideen zu überfrachten. Die Autorin und Bloggerin Monika Porrmann (http://www.dailymo.de) fasst das Wesen eines

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Blogs treffend wie folgt zusammen: »Ein kleines Pinbrett in einem langen virtuellen Korridor, vor dem man eine Weile innehalten kann, um zu lesen, was auf den kleinen Zetteln steht, die da hängen. Was da steht – ob es sich um hohe Literatur handelt, um oberflächliches Blabla, anspruchsvolle Themen, Witze, Notizen oder Gedankenblitze –, ist ganz ins Belieben des Autors gestellt. Das gilt auch für alles, was vom Brett genommen wird. Nichts muss ewig dableiben.«

Literatur

Adar, Eytan (2004), »Usage Patterns for Cameraphone Driven Moblogs«, http://www.hpl.hp.com/research/idl/people/eytan/moblog/index.html (14. Juli 2005).

Badger, Meredith (2004), »Visual Blogs«, http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/visual_blogs.html (14. Juli 2005).

Barabási, Albert-László (2002), *Linked: The New Science of Networks*, Cambridge, MA: Perseus.

Blood, Rebecca (2002), *The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog*, Cambridge, MA: Perseus.

Döring, Nicola (2001a), »Öffentliches Geheimnis. Online-Tagebücher – ein paradoxer Trend im Internet«, in: *c't* (2), S. 88-93.

Döring, Nicola (2001b), »Persönliche Homepages im WWW. Ein kritischer Überblick über den Forschungsstand«, in: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 49 (3), S. 325-349.

Gallo, Julián (ohne Jahresangabe), »Moblogs: The Map of Time«, in: *ZoneZero Magazine*, http://www.zonezero.com/magazine/articles/jgallo/moblogs_time.html (14. Juli 2005).

Hall, Justin (2002), »From Weblog to Moblog«, in: *TheFeature*, 21. November, http://www.thefeature.com/article?articleid=24815&ref=1858826 (14. Juli 2005).

Lawley, Elizabeth [Liz] (2004), »Blog Research Issues«, http://www.corante.com/many/archives/2004/06/24/blog_research_issues.php (14. Juli 2005).

NITLE (National Institute for Technology & Liberal Education) (2003), »Equal Numbers, Different Interests«, 14. August, http://www.blogcensus.net/weblog/ (14. Juli 2005).

Pew Internet & American Life Project (2004), »Online Activities and Pursuits«, 29. Februar, http://www.pewinternet.org/report_display.asp?r=113 (14. Juli 2005).

Phototalk (2004), »Soldier Photography/War Photograph«, 9. Juli, http://talks.blogs.com/phototalk/2004/07/soldier_photogr.html (14. Juli 2005).

Rheingold, Howard (2003a), *Smart Mobs: The Next Social Revolution*, Cambridge, MA: Perseus.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Rheingold, Howard (2003b), »Moblogs Seen as a Crystal Ball for a New Era in Online Journalism«, in: *Online Journalism Review*, 9. Juli, http://www.ojr.org/ojr/technology/1057780670.php (14. Juli 2005).

Sauer, Moritz (2003), »Jeder ein Publizist. Individuelle Online-Journale mit Blogs«, in: *c't* (3), S. 166-169.

Viégas, Fernanda (2005), »Bloggers' Expectations of Privacy and Accountability: An Initial Survey«, in: *Journal of Computer-Mediated Communication* 10 (3); http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue3/viégas.html; Kurzfassung unter http://web.media.mit.edu/~fviegas/survey/blog/results.htm (30. Dezember 2005).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Zukunftsdesign:
Geschichten aus der Handybranche

Laura Watts

Prolog

Für Hersteller von Mobilgeräten (Handys, Fotohandys und so weiter) ist die Zukunft eine Frage des Designs: Was lässt sich machen? Was wird kommen? Was wird sich verkaufen lassen? Dabei wird die Zukunft zum Produkt gemacht, zum Artefakt. Sie wird herbeidesignt, und dabei geht in komprimierter Form eine große Zahl notwendiger Kompromisse in den Bereichen Marketing und technische Entwicklung in dieses Zukunftsdesign ein – Kompromisse, die im Verlauf einer oft jahrelangen Produktentwicklung ausgehandelt wurden. Doch welche Arten von Zukunft werden von der Industrie möglich gemacht?

Es folgen zwei kleine Essays, die auf einer viermonatigen ethnographischen Feldstudie im Designstudio eines größeren Handyherstellers, aber auch auf meinen Erfahrungen als industrielle Handydesignerin in den 1990er Jahren basieren. Intendiert ist ein Eingriff in die Zukunftsmöglichkeiten der Mobiltelekommunikationsindustrie[1] – ich möchte etwas bewirken, statt einfach nur die Praktiken der Branche zu analysieren und zu kritisieren. Viele Zitate und Artefakte stammen direkt aus meiner ethnographischen Dokumentation, doch wurden die Ereignisse, Örtlichkeiten, Personen und Prozesse teilweise fiktionalisiert[2] – zum einen, um die Anonymität der betreffenden Firma zu

1. Als »Eingreif«-Projekt versteht sich mein Text im Sinne von Donna Haraways Begriff der *diffraction*. Haraway verbindet mit dieser Wortzusammenziehung aus *difference* und *interaction* einen generativen Ansatz für Interaktionen und Unterscheidungen; Haraways Gegenbegriff ist *reflection*, das endlose Nachdenken der Kritik (vgl. Haraway 1991). Mein Text ist vielleicht auch eine Antwort auf Haraways Frage: »Was wäre, wenn Untersuchung und Gestaltung von Fiktion und Fakt *explizit* statt verdeckt vonstatten gingen, im selben Raum und in allen Räumen?« (Haraway 1997: 110)

2. Bruno Latour schlägt für Erzählungen, die teils fiktional, teils ethnographisch

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

wahren, zum anderen, um hervorzuheben, dass die Zukunft sich in ständigem Fluss, in fortwährendem Übergang befindet. Es gibt immer auch andere Möglichkeiten. Es folgen zwei dieser Möglichkeiten: zwei mögliche Firmen an zwei verschiedenen Orten, die zwei mögliche Produkte und zwei mögliche Formen von Zukunft herstellen.

Eine ethnographische Skizze von »M-Phone« in der Nähe von London

Ich saß vor einem leeren kastigen roten Schreibtischteiler und fühlte mich mager und erschöpft. Das ständige laute Geräusch der Klimaanlage, der Fotokopiergeräte und Monitore zerrte unablässig an meinen Nerven. Die Fensterfront in der Ferne, kaum mehr als ein türkisfarbener Schimmer vor dem Himmel jenseits der Fenster, schuf jene Art lebloser Beleuchtung, gegen die selbst die Deckenstrahler nicht ankamen. Ich befand mich in einem Designstudio, und diese Beleuchtungsatmosphäre passte ausgezeichnet zu den Computermonitoren. Aber ich war nicht die Einzige, die sich nach klarem weißen Sonnenlicht sehnte – eine Farbdesignerin hatte mir anvertraut, sie könne farbige Swatchs nur miteinander vergleichen (und damit ihre Arbeit tun), wenn sie das Gebäude verlasse.

Mit einem breiten Lächeln (das allerdings immer einen Anflug von Ironie aufwies) tauchte über dem Schreibtischteiler ein Gesicht auf. Es gehörte Brian, dem Design-Abteilungsleiter, meinem unentbehrlichen Verbindungsmann zur Firma. Er trug geometrisch gemusterte Hemden und stellte unermüdlich Enthusiasmus zur Schau.

»Fertig?«, fragte er.

»Absolut.«

Brian hatte sich bereit erklärt, mir um elf Uhr (inzwischen war es halb zwei geworden) einen Kurzvortrag über die Zukunftsdesign-Strategie der Firma zu halten. Mit meiner genehmigten ethnographischen Minimalausrüstung, einem Bleistift und einem zerfledderten Notizblock, ging ich mit Brian zum Sitzungszimmer am entfernten Ende des Studios.

Es war ein markanter Ortswechsel – vom Rückgrat der Kabelleitungen, die von der Decke herabhingen, in die eher abstoßende Masse grauer und gelber Kabel, die über die Stühle, den Fußboden und an den Wänden entlang quollen. Diese vielen Netz- und Stromkabel schienen ein allgemeines Bedürfnis zu befriedigen: immer wieder schleichend in die Kreatur in ihrer aller Mitte einzudringen – die Firma. »Sitzung«, das war meistens ein unangenehmer, schwieriger Ba-

sind, den Genrebegriff *scientifiction* vor. Man vergleiche seine Geschichte des Aramis-Transportsystems (Latour 1996).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

lanceakt aus rhythmischen Unterbrechungen und Verhandlungen mit anderen Abteilungen der Gesamtfirma – mehr noch als mit den anwesenden Sitzungsteilnehmern. Brian opferte jetzt großzügig seine Zeit, um mir so viel wie möglich aus einer persönlichen Präsentation für eine Sitzung im geschlossenen Kreis der Abteilungsleiter zu vermitteln. Doch schon als er den Sitzungsraum betrat, klingelte sein Handy. Er ließ mich allein. Er kam wieder, lächelte, und erneut klingelte sein Handy. Im Studio kamen und gingen unentwegt Menschen, reale wie virtuelle. Ihre Existenz wurde vom Puls der Firma bestimmt. Sie kamen und gingen wie Ebbe und Flut, weltweit. Endlich legte Brian sein Handy beiseite, ging zur Leinwand und zum Projektor und begann, schnell rund hundert Powerpoint-Folien aus einer kürzlich vorgestellten Präsentation an die Wand zu projizieren.

»Okay, das hier stammt von unserer Marktforschungsgruppe. Im Grunde haben die sozialen Trends für die Technologie in den nächsten rund fünf Jahren alle mit *Geschichtenerzählen*, *Mitteilungsbedürfnis* und *Neu-Erleben* zu tun.« Diese drei Worte tauchten auch als Slogan auf einem Chart auf, der mit komplexen unscharfen Grafiken vollgepackt war. »Darum geht es uns vor allem: Wie können wir den Leuten helfen zu erzählen, sich mitzuteilen und ihr Leben neu zu erleben?«

Auf Knopfdruck erschien die nächste Folie. »Die physischen Kontexte werden sich für die Konsumenten noch weiter verwischen«, las er achselzuckend. »Versteht sich doch eigentlich von selbst.«

Knopfdruck. Nächste Folie. »Es bilden sich neue Gemeinschaften.« Auch hier hatte er nichts hinzuzufügen. Er drückte aufs Tempo, überblendete die nächsten Folien in schneller Folge und hielt von Zeit zu Zeit bei einer besonderen Phrase oder Idee inne.

Das alles war nichts Besonderes (die feineren Nuancen waren zweifellos in der hektischen Abfolge der Folien untergegangen), aber aufgrund meiner eigenen jahrelangen Branchenkenntnis erkannte ich schon, worauf das alles hinauslief: Die Mobiltelekommunikationsindustrie war (immer) noch nicht im Geschäft der guten alten Telefonie angekommen, sondern widmete sich dem feineren und angenehmeren Geschäft des Aufbaus von Beziehungen und Gemeinschaften. Ich erahnte darin ein technologisch-deterministisches Argument, so als würde das Vorhandensein eines Mobilfunknetzes automatisch zu neuen sozialen Beziehungen führen und damit auch zu einem neuen Verbindungsaufkommen (mehr Telefonate, mehr SMS-Botschaften und mehr Geschäftsaufkommen für die Branche).

Wir gingen noch mehrere andere Folien durch, bis Brian schließlich mit einem ganzen Wust von Grafiken aufhörte. Das war's. Meine Hand schmerzte vom Mitschreiben, aber eigentlich war mir klar, dass ich diese Notizen nicht würde behalten dürfen. Denn die Powerpoint-Folien waren firmenpolitisch viel zu heikel, als dass ich eine Kopie davon hätte besitzen dürfen. Ich hatte festgehalten, was als strategische

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Ausrichtung der Firma galt, aber nun lautete die Frage: Wie würde sich diese Strategie in Geräte umsetzen lassen? Wie konnten Präsentation und Politik Eingang in ein Produkt finden?

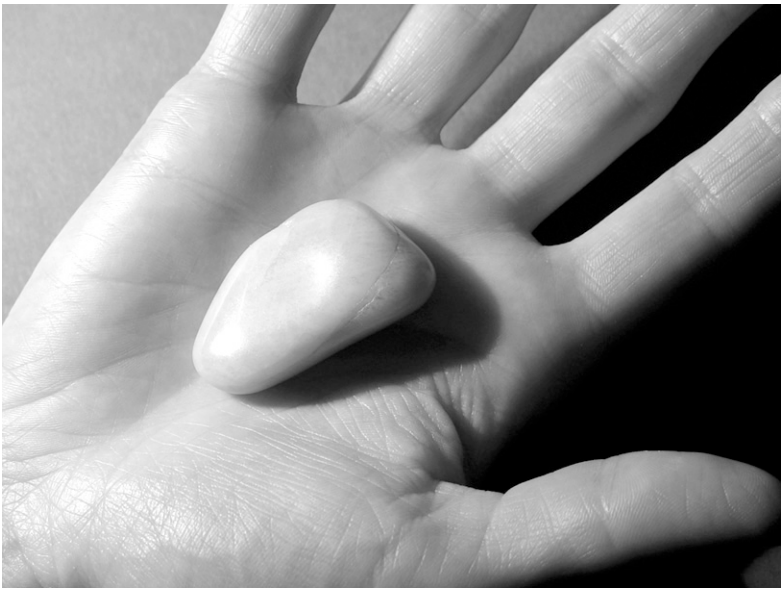
Es war an der Zeit, dass ich mich weiter umsah. – Beim Schreiben dieses teils fiktionalen Berichts füge ich verschiedene Fragmente meiner ethnographischen Feldstudie, füge ich viele Zeiten und Orte zu einer einzigen Erzählung zusammen, einer Fabel, die auf nur einem Teil des Materials und auf historischen Fragmenten basiert, jedoch nicht frei erfunden ist. Das Treffen mit Brian, einem Design-Abteilungsleiter, war ein solches Fragment; ein Zufallsgespräch mit einem Industriedesigner wird ein weiteres Bruchstück sein. Als Brian sich mit einem weiteren Telefonat ausblendete, eilte ich zurück ins Studio und umkurvte die Schreibtischteiler, rote standardisierte Kästen, um in den Bereich der Industriedesigner zu gelangen. Als ich auf seinen Schreibtisch zusteuerte, sprang Andy, der auf einem Sofa in der Bibliothek herumgelungert hatte, plötzlich an meine Seite – freundlich (wie immer), aber auch ein wenig misstrauisch (wie immer).

Wir tauschten Freundlichkeiten aus, als ich auf der Suche nach anregendem »Strandgut« seinen Schreibtisch musterte: eine reich verzierte japanische Getränkedose stand neben seinem Monitor auf einem Papierstapel, und eine kleine Legion aus Manga-Spielzeugfiguren hielt dort permanent Wache. Besonders angetan hatte es mir indes eine zierliche weiß satinierte Glasschale, in der einige polierte Quarzit-Kieselsteine lagen. In nahm einen dieser Steine in meine Hand (siehe Abbildung 1) und fragte Andy, was er zu bedeuten habe. Er sagte, er habe sich im Zusammenhang mit einem kürzlich erarbeiteten Fotohandydesign für die Oberflächentextur der Schale und der Steine interessiert. Ich fragte ihn nach weiteren Einzelheiten des Projekts, und er entwarf mir die folgende kleine Geschichte. Dabei strich er sich, während er sprach, über seinen schwarzen Ziegenbart.

»Die obere Managementebene setzt die Prioritäten und strategischen Vorgaben für das Projekt: Macht es groß und macht es klein! So gelangt das Projekt auf die mittlere Managementebene, an die Abteilungsleiter für Design und Mechanik, und die sagen dann uns: Macht es groß und macht es klein! Und wir kratzen uns am Kopf und geben uns alle Mühe, wenden uns dann wieder ans mittlere Management und sagen: Gut, wir können es groß machen und machen's dann groß, oder wir können's klein machen und machen es dann klein. Das mittlere Management wendet sich ans obere Management, das als neue Parole ausgibt: Nein, wir brauchen es wirklich groß *und* klein. Also sagt das mittlere Management: Okay, wir versuchen's und sagen den Jungs, sie sollen sich noch mehr Mühe geben. Also machen wir uns an die Arbeit, und das Ganze beginnt von vorn, bis uns die Bosse irgendwann anschreien. Und dann sagen sie uns: Oh, jetzt wollen wir's aber lieber dünn haben, das ist die neue Priorität.«

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Abbildung 1: Dieser Quarzitstein stammt vom Schreibtisch eines Designers am Ort meiner ethnographischen Feldstudie.



Das war eine großartige Parabel, mit Nachdruck erzählt, und ich dankte Andy. Allerdings war ich bezüglich des Verhältnisses zwischen dieser Geschichte aus dem praktischen Designeralltag und Brians Vortrag über die Management-Strategie ein wenig ratlos. Gab es überhaupt eine Transfermöglichkeit? Während ich noch darüber sinnierte, fragte mich Andy, ob ich das gerade eingetroffene neueste Modell eines Fotohandys sehen wolle. Natürlich wollte ich. Er zog eine Schublade auf, nahm einen kleinen harten schwarzen Kasten heraus und stellte ihn auf den Schreibtisch. Er machte den Deckel auf, und zum Vorschein kamen zwei glitzernde weiße Fotohandymodelle in grauer Schaumstoffhalterung.

»Die kosten jedes rund fünftausend. Ich glaube, es sind die teuersten Modelle, die wir jemals hergestellt haben.«

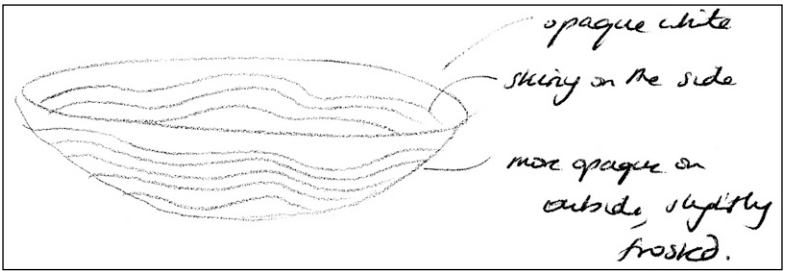
Er nahm eines heraus und ließ seine Finger über die satinierte weiße Oberfläche gleiten. Ich wusste, das Modell war aus Holz und so behandelt worden, dass es wie Metall und Plastik aussah; ich wusste aus meiner eigenen Erfahrung als Designerin, dass es sich ein wenig warm anfühlte. Und doch war es verführerisch. Ich sah mir nochmals die weiße Glasschale und die halb durchsichtigen Steine an und spürte etwas von ihrem Leuchten in der sanften weißen Form des Modells. So, wie der glatte Kieselstein in meiner Hand meine Finger dazu verleitete, fast geistesabwesend an einer kleinen unebenen Stelle herumzureiben, verlangten auch die abgeschrägten Kanten und der Feinschliff des Mo-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

dells nach einer Berührung. Doch ich wurde gebeten, die Oberflächen der Modelle nicht zu berühren, sie nicht einmal meinem Atem auszusetzen. Die Sache mit dem Berührungsverbot hatte das Management ausdrücklich entschieden. Bei Verbrauchertests mit neuen Designs in Fokusgruppen verwendete man oft nur schlichte Blockmodelle und einige Illustrationen (wobei Ergebnisse herauskamen, die je nach Situation ernsthaft vertreten und/oder im Stillen bespöttelt wurden). Die teuren, vollkommen ausgearbeiteten Modelle, wie ich sie jetzt sah, waren allein dazu gedacht, die Firmenleitung und wichtige Kunden zu beeindrucken, denn sie, und nicht die Verbraucher, waren die Mobilfunkbetreiber – daran wurde ich ständig erinnert.

Noch ganz im Banne der Modelle skizzierte ich schnell die mattweiß satinierte Glasschüssel auf Andys Schreibtisch (siehe Abbildung 2), bedankte mich nochmals bei ihm und schlich davon – zurück zu meinem vorübergehend genutzten Schreibtischabteil mit den elenden Dauergeräuschen. Den sanften Quarzitstein hielt ich geistesabwesend noch in der Hand.

Abbildung 2: Feldskizze einer Mattglasschale, die ich auf dem Schreibtisch eines Designers am Ort meiner ethnographischen Feldstudie fand.



Eine ethnographische Skizze von »Sand14« auf den Orkneyinseln

»Hallo, guten Tag.«

Ich sah auf, als Annes strahlende Gestalt mit breitem Lächeln und rotem Schopf in den kleinen Raum gekrochen kam. Seit ich am frühen Morgen dieses Tages während eines heftigen Wolkenbruchs hier angekommen war, hatte ich mich an der kuriosen Herdstelle in der Mitte des Raumes aufgehalten, um dem schwarzen Torf beim Verglühen zuzusehen und beim Frühstück meine Füße zu wärmen. Ich befand mich auf dem Orkneyinseln vor der Nordküste Schottlands, noch jenseits

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

von John O'Groats – ein baumloser, wilder Ort in brodelnder See, mit niedrigem Himmel und prähistorischem Ambiente.

»Wir dachten schon, der Regen heute Morgen hätte Sie durchbohrt. Das waren ja fast Stahlstangen aus Wasser.«

Ich grinste. Es war unmöglich, nicht zu grinsen, wenn Anne sprach. Ihr überbordendes Temperament wirkte ansteckend.

Verstohlen zupfte ich an meinen Hosenbeinen, die immer noch etwas durchnässt waren. »Ich glaube, ich war dem Regen nur dreißig Sekunden ausgesetzt, aber er drang unter meinen Regenschirm.«

»Och, was wollen Sie denn auch mit einem Regenschirm?« Anne machte eine wegwerfende Handbewegung. »Hier auf den Orkneys pladdert es fast waagerecht. Hier braucht man einen Schutzschild, keinen Regenschirm!«

Wir lachten, während in meiner Phantasie ganze Brigaden von Orkney-Bewohnern mit tropfnassen Schutzschilden herummarschierten.

»Richard hat gerade den Vorschlag gemacht, dass wir zum Kaffee alle in die Mühle fahren sollten; würden Sie gerne mitkommen?«

Wunderbar, ein Meeting, eine Gelegenheit, zu sehen, wie die Firma in der Praxis funktionierte. »Ja, unbedingt.« Ich griff unter den Holzstuhl, um meinen Rucksack hervorzuholen, dessen Taschen mit Aufnahmegeräten vollgepackt waren, und erhob mich etwas zögernd von meinem feuergewärmten Platz. In Sand14 war es Tradition, dass das Feuer im Haus in Gang gehalten wurde; so warf ich noch ein Brikett in den Herd und verließ das seltsame kleine »Haus« – wobei ich den Torfgeruch so lange wie möglich in meinen Lungen hielt. Das kleine Steingebäude, das nur aus zwei Räumen bestand, einem unteren und einem oberen, bildete die Achse des hellen ultramodernen Innenraums einer grasbewachsenen Kuppel.[3] Anne und ich wandten uns nach Süden, vorbei an Pflanzen, Spotlights, Pinnbrettern und all den anderen eher gewöhnlichen oder ungewöhnlichen Accessoires des Firmenlebens; wir verließen die Kuppel des Hauptarbeitsbereichs, um nach draußen ins Foyer zu gelangen.

Vor dem Gebäude hatte sich bereits eine kleine Gruppe versammelt. Richard, der professorale Geschäftsführer der Firma, wippte nervös von einem Fuß auf den anderen. Sehr schnell sprechend unterhielt er sich mit Simon, der seinerseits ganz ruhig Notizen und Skizzen machte. George(ina), elegant auf einem abgeschabten schwarzen Sofa drapiert, ignorierte alle und starrte aus der Eingangstür, direkt den Weg entlang, der zu den riesigen steinzeitlichen Monolithen im dahinter liegenden Feld führte. Doch als Anne und ich in ihr Blickfeld gerieten, sprang sie auf und dirigierte uns alle in Nullkommanichts mit geschäftlicher Effizienz aus der Tür, den Weg entlang und in den Fir-

3. Vgl. Richards 1996 zu weiteren Informationen über die architektonischen Prinzipien, die beim Bau von »Sand14« zum Tragen kamen.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

men»bus« (einen ramponierten Landrover, in dem Ersatzteile auf dem Boden hin und her rollten).

Als wir die nasse Meile der Straße zum Café entlangfuhren, tauchten wir in eine völlig andere Welt ein. Sand14 lag in einem der größten prähistorischen Denkmalkomplexe der Welt. Es war Teil eines fünftausend Jahre alten Architekturprojekts. Auf dem Feld gegenüber der großen Gras-und-Schiefer-Kuppel des Firmengebäudes standen drei 7 Meter hohe Monolithe, die einst Teil eines Steinkreises gewesen waren. Auf unserem Weg nach Osten kamen wir am dunklen Eingang zu einem großen Hügelgrab vorbei, an den Resten eines neolithischen Dorfes, an einem weiteren stehenden Monolith; und auf den etwas entfernteren Hügeln um uns herum standen, jenseits des regenverhangenen Nebels, beinahe im Kreis viele weitere aufgerichtete Steine. Sie blieben immer am Rande des Horizonts sichtbar.

Als wir uns im Café in der alten Mühle niedergelassen hatten, hielt Richard wie üblich Hof. Seine seltsam abgeschabte Aktentasche quoll über auf den Tisch. Er neigte sich etwas verstohlen nach vorn, über seinen Tee gebeugt. Während er sprach, hoben und senkten sich seine Augenbrauen.

»Ich muss schon sagen, deren Skizzen haben mich doch etwas in Erstaunen versetzt«, begann er, und ich erinnerte mich schnell, dass Richard gerade einer Londoner Designberatungsfirma einen Besuch abgestattet hatte. »Die Illustration des 4G-Telefons, die ich zu sehen bekam, sah meiner Meinung nach eher aus wie eine Requisite aus einem B-Movie aus den fünfziger Jahren.«

»Das ist diese ganze Retro-Geschichte«, kommentierte George, und sie klang dabei gelangweilt und frustriert. »Silber und weiß, aufblinkendes Licht, zwiebelförmige Kurven. Einfach total uninspiriert. Man setzt sich überhaupt nicht mit der Welt auseinander, sondern phantasiert nur über Stile der Vergangenheit herum. Wie ich das hasse.«

Doch Richard ließ sich nicht beirren; seine Finger arbeiteten in der Luft, als hantiere er mit einem Zauberstab. »Also, ich bin dann in die British Library marschiert. Das war mir gar nicht so klar gewesen, aber Tim Ingolds neuere Arbeiten über die multisinnliche Kommunikation setzen sich teilweise mit der Bedeutung der ›gelebten Erfahrung‹ auseinander, im Gegensatz zur Versachlichung der Sinne.[4] Ich glaube, das ist für uns von ganz entscheidender Bedeutung. Was wir machen, ist eine Transformation, oder besser gesagt eine Übersetzung[5] – eine

4. Vgl. Ingold 2000: 243-287.

5. In der Soziologie der (nichtsprachlichen) Übersetzung (auch als Actor-Network-Theory bekannt) schließt die Vorstellung von »Übersetzung« auch das Verständnis ein, dass Dinge nicht unverändert bleiben, wenn sie anderswohin übertragen werden. Vielmehr verändert die Praxis, sollten sich die Beziehungen ändern, in denen ein »Ding« eingebettet ist, mit Notwendigkeit auch das Ding selbst (vgl. Law/Hassard 1999).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Erfahrung der Welt, nicht der individuellen Sinne. Zentral ist die Transformation, mehr noch als die Transmission. Bei unserer Arbeit geht es in Wirklichkeit darum, wie man durch Silizium-Halbleiter und Funkwellen eine Erfahrung in etwas Anderes transformiert.«

»Hoffentlich in etwas nicht weniger Magisches…«, murmelte Anne.

»Aber wir haben uns doch in letzter Zeit auf Haptik und Kraft-Feedback konzentriert«, wandte Simon, der Interface-Designer ein. Er sah besorgt aus.

»Ach, mach dir mal keine Sorgen. Das ist definitiv keine Kursänderung. Ich denke, in unseren Köpfen muss einfach nur völlige Klarheit darüber herrschen, dass wir nicht, dass wir *nicht*« – er sagte dies mit großem Nachdruck – »ein multisinnliches Kommunikationsgerät entwerfen, als eine Art Evolution von Telefon und Fotohandy. Das wäre völlig verkehrt. Was wir tun, ist generativ. Wir versuchen, einen kleinen Teil der Welt in etwas Anderes zu übersetzen, und dieses Andere wird hoffentlich etwas sein, das ein wenig außergewöhnlich ist.« Plötzlich huschte ein schnelles Grinsen über sein Gesicht. »Ich denke mal, es ist mehr wie Malerei.«

»Ich denke, es ist überhaupt nichts dergleichen, Richard«, sagte George pikiert. »Okay, ich kann ja noch akzeptieren, dass es wie die Fotografie sein könnte, die ja eine recht bizarre Übersetzung der Welt in ein flaches, zeitloses Rechteck mit einem einzigen Blickwinkel ist.[6] Aber es ist nicht Kunst. Geschichtenerzählen vielleicht, aber nicht Malerei.«

Eine Zeit lang ging die Unterhaltung zwischen den dreien hin und her, während Anne und ich, die beiden Anthropologinnen, so etwas wie ein ruhender Pol waren.

Schließlich fragte George, die als Künstlerin und Geschäftsfrau stets auf den springenden Punkten bestand, Richard, wie er sein Designkonzept denn der Mobiltelekommunikationsindustrie nahebringen wolle.

Richard zwinkerte uns anderen am Tisch verschwörerisch zu, als er eines der vor ihm ausgebreiteten Papiere zu George über den Tisch schob. Darauf standen, mit dicken Bleistiftstrichen hingekritzelt, die Worte: Geschichtenerzählen, Mitteilungsbedürfnis und Neu-Erleben.

George las die Worte und lachte. »Brillant. Da, das wird ihnen gefallen.«

Als wir zum »Haus« zurückkehrten (niemand sprach vom Firmengelände als einem »Büro«), hielt ich mich an Simon, weil ich unbedingt verstehen wollte, welche Auswirkungen diese neueste Entwicklung auf das Interface-Design haben könnte. Wir gingen um den Torbogen des

6. David Hockney erkundet diese Transformation der Welt durch die Fotografie in seiner eigenen künstlerischen Praxis. Vgl. seine Diskussion des Themas in Hockney/Joyce 2002.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

gefliesten Korridors herum in das zentrale Kuppel-Atrium – stets strahlend erleuchtet, eine Symphonie aus Sandstein, Richtstrahlern und Glas. Simon hatte vor der Glaswand ein paar Tische aufgestellt und auf dem Fußboden Papiere ausgebreitet. Im Hintergrund sah man den Nebel und dahinter den See. Ich musterte seinen Schreibtisch: jede Menge Papier und Stifte, ein altes CD-Abspielgerät mit zerschlissenen Kopfhörern.

Auf seinem Stuhl stand eine der weiß satinierten Glasschalen (siehe Abbildung 2), immer noch mit Trinkschokolade gefüllt, als Überrest eines französischen Frühstücks – solche Schalen wurden hier immer für Trinkschokolade benutzt, aber ich war mir nicht sicher warum. Es stand auch ein großes Laptop dort, geschlossen und ans Fenster gelehnt. Auf dem Verschluss lag ein polierter Quarzitstein (siehe Abbildung 1). Ich nahm diesen Kieselstein auf und fragte Simon, ob er eine besondere Bedeutung habe.

»Das müssen Sie selbst fühlen«, antwortete er.

Ich nahm den Stein zwischen Daumen und Zeigefinger und rieb seine Oberfläche, versuchte, etwas Unerwartetes zu ertasten. Ich spürte die Kälte, die Glätte, aber auch eine leichte Bruchstelle an der Oberfläche, die meinen Daumen anzog.

»Sie spüren die Bruchstelle?«

Ich nickte.

»Nun, sie ist es, die mich wirklich interessiert. Unvollkommenheit zieht Ihre Finger an, nicht wahr? Aber es ist die Farbe, die Transparenz des polierten Steins, die Ihre Aufmerksamkeit erregt.«

»Und wie führt das zu einem Handy?«, fragte ich gespannt.

Er kramte auf seinem Schreibtisch herum und zog ein paar Landkarten beiseite, bis ein seltsames glänzend schwarzes Objekt zum Vorschein kam, das die Form eines abgerundeten, elegant gestalteten »T«-Buchstabens hatte. Dieses Objekt war nicht gänzlich schwarz, in der Tiefe enthielt es blassweiße Adern. Auch war es nicht vollkommen glatt, sondern im oberen Teil mit einem Gittermuster aufgeraut. Simon hielt die Karten hoch, damit ich das Objekt greifen konnte. Der Schaft fügte sich leicht und harmonisch zwischen meine Finger und der Griff schmiegte sich bequem an meine Handfläche an. Es war, als hielte ich eine Art Designer-Flaschenöffner in der Hand. Die seidige Oberfläche fühlte sich an wie von der Sonne erwärmter Marmor – schwer, aber ein wunderschönes Gefühl in der Hand. Instinktiv drückte ich das Objekt zusammen und spürte das Nachgeben von zwei Druckflächen unter meinen Fingergelenken. Am einen Ende leuchtete ein Licht auf, das auf den Fußboden gerichtet war. Und dann begannen außergewöhnliche Wellen von etwas, das sich wie kaltes Wasser anfühlte, an meinen Fingern auf und ab zu strömen. Es war köstlich. Ich bemerkte, dass im Licht auf dem Teppichboden ein blauer Fleck zu erkennen war und hielt meine andere Handfläche in den Lichtkegel, um ihn klarer zu fo-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

kussieren. Jetzt sah ich das Bild von jemandes Hand, die in plätschern-dem Wasser hing, und hörte eine leicht verzerrte Stimme aus dem Objekt flüstern: »Spürst du das?«

Ich konnte es spüren.

Ich wusste nicht, was ich sagen sollte, ließ das Gerät beinahe fallen und gab es dann Simon zurück. »Das ist ja …« Ich gab es auf, weiter nach passenden Worten zu suchen.

Simon grinste. »Ist das nicht einfach …?«

Epilog

Diese beiden ethnographischen Berichte aus meinem Forschungsprojekt basieren auf Materialien, Artefakten und Worten, die ich während meiner vier Monate in einem Mobiltelekommunikations-Designstudio dokumentiert habe. Beide Berichte sind teilweise fiktional, keiner von beiden ist »wahr«. Doch einen »wahren« Bericht kann es auch niemals geben. Es gibt nur Fragmente eines Archivs: aus dem Zusammenhang gerissene Notizen und verfallende Artefakte, alles mit einer Art »poetischer Archäologie« zu einem möglichen Ganzen zusammengefügt.[7] Oder, wie Marilyn Strathern sagt: Es gibt immer nur Teile, die nicht Teil irgendeines Ganzen sind.[8] Alles, was von meinen vier Monaten geblieben ist, sind meine Erinnerungen (immer subjektiv), meine Notizen (immer historisch) und eine Sammlung von Funden (immer archäologisch). Im Raum zwischen meinen Erlebnissen dieser Augenblicke und der Archäologie meiner Unterlagen besteht die Möglichkeit für multiple Berichte und multiple Geschichten, die sich erzählen lassen.[9] Indem ich eine Mobiltelefongesellschaft dokumentierend verfolgte, schuf ich auch die Möglichkeit für andere derartige Firmen. So wird die Zukunft bei M-Phone als eine Frage der Größe behandelt und gestaltet, bei Sand14 als eine Frage des sinnlichen Erlebnisses. »Gemacht« wird die Zukunft bei Sand14 in den Nebeln und Monolithen der Orkneyinseln, bei M-Phone in den pulsierenden Netzwerken und im Getöse von Klimaanlagen in der Nähe von London. Unterschiedliche Orte und ver-

7. »Poetische Archäologie« bezeichnet einen stärker sinnlich geprägten Ansatz zur Schaffung archäologischer Berichte aus Belegfragmenten, wie ihn Michael Shanks (1992) entworfen und erörtert hat.

8. Vgl. Strathern 1992: 90-115.

9. Mit dem Begriff »multipel« beziehe ich mich auf Annemarie Mols Arbeiten zur medizinischen Anthropologie. An einem Beispiel zeigt Mol, dass die multiplen medizinischen Praktiken, die bei der Diagnose von Arthrosklerose eingesetzt werden (z.B. Röntgenaufnahmen und Blutuntersuchungen), multiple Versionen der Krankheit produzieren. Demzufolge gibt es »mehr als eine und weniger als viele« Arthrosklerosen (vgl. Mol 2002).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

schiedene Praktiken sorgen für unterschiedliche Handyprodukte – und für unterschiedliche Formen der Zukunft in der Mobiltelekommunikationsbranche.

Das Vorliegende ist nur eine kleine Ausgrabung der Zukunft von Teilen der Mobiltelekommunikationsindustrie – eine Konstruktion von Möglichkeiten auf der Grundlage fragmentarischer Belege. Es ist eine praktische Form der Zukunftsarchäologie.

Danksagung

Mein Dank gilt den vielen Kollegen, die Vorentwürfe dieses Beitrags gelesen und kommentiert haben, besonders John Law und Lucy Suchman. Ermöglicht wurden meine Forschungen durch die Unterstützung des Sir Richard Stapley Educational Trusts, des Newby Trusts und des Kathleen and Margery Elliott Scholarship Trusts.

Literatur

Haraway, Donna J. (1991), *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*, London: Free Association Books.

Haraway, Donna J. (1997), *Modest_Witness@Second_Millennium: FemaleMan-© Meets _OncoMouse™*, London/New York: Routledge.

Hockney, David/Joyce, Paul (2002), *Hockney on ›Art‹: Conversations with Paul Joyce*, Boston/London: Little, Brown.

Ingold, Tim (2000), *The Perception of the Environment: Essays in Livelihood, Dwelling and Skill*, London/New York: Routledge.

Latour, Bruno (1996), *Aramis, or the Love of Technology*, Cambridge, MA/London: Harvard University Press.

Law, John/Hassard, John (Hg.) (1999), *Actor-Network Theory and After*, Oxford: Blackwell.

Mol, Anemarie (2002), *The Body Multiple: Ontology in Medical Practice*, Durham, NC: Duke University Press.

Richards, Colin (1996), »Monuments as Landscape: Creating the Centre of the World in Late Neolithic Orkney«, in: *World Archaeology* 28 (2), S. 190-208.

Shanks, Michael (1992), *Experiencing the Past: On the Character of Archaeology*, London/New York: Routledge.

Strathern, Marilyn (1992), *Reproducing the Future: Essays on Anthropology, Kinship and the New Reproductive Technologies*, Manchester: Manchester University Press.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Die Zukunft der Mobiltelefonie im Zeitalter der dritten Handygeneration (UMTS)

Paul Golding

Einleitung

Vorhersagen über die Zukunft sind problematisch. Denn man kann die Zukunft nicht sehen, hören oder wissen. Allerdings sind Themen, die sich abzeichnen, und die damit verbundenen Möglichkeiten vielleicht doch zu identifizieren. Wir befinden uns bereits in bestimmten technologischen Landschaften, in denen, wie es scheint, unsere weiteren Wege teilweise vorgezeichnet sind. Eine solche Landschaft ist das Internet. Ein solcher Weg ist die Entwicklung der Mobilfunktechnologie, jetzt in der dritten Handygeneration (3G oder beispielsweise UMTS). Angesichts solcher Ausgangspunkte lassen sich unter Einbeziehung unseres Wissens über Rhythmen und Lebenszyklen der Technologie (etwa des GSM-Standards) vernünftige Aussagen zu Entwicklungen der nächsten zehn Jahre machen. Dabei werde ich allerdings keine spezifischen Serviceangebote oder Technologie-Fahrpläne vorstellen (etwa Prozessorleistungen oder Entwicklungskurven hinsichtlich des Verhältnisses von Akkustärke und Gewicht), sondern *allgemeine Mobilisierungsthemen*, die das nächste Jahrzehnt bestimmen werden. Natürlich müssen dabei auch einige technologische Entwicklungen untersucht werden, aber sie kommen nur im Kontext der übergreifenden Themen zur Sprache, wenn es um Synthesemöglichkeiten geht. Es ist keine Übertreibung zu sagen, dass die Mobilisierung unser *Leben* beeinflussen wird, nicht nur unsere Telefongewohnheiten. Daher ist eine Erörterung dieser Möglichkeiten ein potenziell wichtiger Prozess bei der Gestaltung unserer mobilen Zukunft.

Bevor ich die wahrscheinlichen Hauptthemen der Mobilisierung in der vor uns liegenden Dekade skizziere, möchte ich gerne noch ein paar Feststellungen allgemeinerer Art zum Umfeld der Mobilfunktechnologie im Zeitalter der dritten Handygeneration machen (der Begriff 3G wird gleich noch näher zu erläutern sein).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Konvergenz als Transformation

Zunächst soll kurz das oft unsachgemäß behandelte, unsägliche Thema *Konvergenz* angesprochen werden. Wie in meinem Buch *Next Generation Wireless Applications* (2004) ausführlicher dargelegt ist,[1] wird der sich rasant entwickelnde Mobilfunkkosmos wesentlich größer sein als die Summe seiner mobiltechnologischen Komponenten. Der Mobilfunk der zweiten Generation (2G), etwa das Global System for Mobile Communications (GSM), war im Wesentlichen eine Konvergenz von einigen wenigen technologischen Entwicklungen, überwiegend aus den Bereichen Funkfrequenz, Telefonie und Echtzeit-Datenverarbeitung, wozu auch der kolossale, entscheidend wichtige, allerdings oft übersehene Beitrag der Silizium-Halbleiterintegration gehört. Doch eine Vielzahl diverser Technologien wartet bereits auf Einlass in die Arena der 3G-Mobilfunkentwicklung. Sie stammen aus einem weiten Spektrum technologischer Möglichkeiten – und es geht dabei um Dinge wie Vertrauensschutz, Sicherheit, Zahlungen, Reputation, Lokalisierung und vieles andere mehr. Die Möglichkeiten sind potenziell überwältigend.

Technologie ist *transformativ*, nicht nur additiv (ausführlicher dazu Postman 1992). Wenn man einen Tropfen roter Farbe ins Wasser gibt, erhält man als Ergebnis nicht einen Tropfen Farbe und etwas Wasser, sondern etwas Anderes, Neuartiges. Nach Erfindung der Druckerpresse wurde Europa nicht einfach Europa mit der Druckerpresse, sondern ein anderes Europa. Auf ähnliche Weise wurde Amerika, und später die ganze Welt, nach der Einführung des Telegraphen ein anderer Ort. Und wieder verändert sich unsere Welt, diesmal infolge des Mobiltelefons. Mitten in einer technologischen Evolution können Veränderungen graduell erscheinen, weil sie ökologisch sind und wir uns an das sich weiterentwickelnde Ökosystem anpassen. Doch im Rückblick erscheinen die Dinge anders. Im Zusammenhang mit der Medienimmersion moderner Gesellschaften hat Marshall McLuhan einmal treffend bemerkt: »Der Fisch weiß nicht, dass es Wasser gibt; er merkt es erst, wenn er auf dem Trockenen liegt« (McLuhan 1970: 191). Viele Leute würden heutzutage, nähme man ihnen ihr Handy weg, innerhalb weniger Stunden, wenn nicht gar Minuten diese nabelschnurartige Verbindung zur Außenwelt heftigst vermissen. Ist das Handy verloren, so merken die Menschen es viel schneller, zeigen es auch viel schneller an, als wenn sie ihr Portemonnaie oder ihre Brieftasche verloren haben. Es ist vielleicht gar keine Übertreibung, wenn man feststellt, dass ohne Handys einige soziale Mechanismen ernsthaft beeinträchtigt wären oder gar zusammenbrächen.

1. Vgl. auch meine Website http://www.paulgolding.me.uk.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

3G als Zeitalter, nicht als Technologie

Zweifellos handelt es sich bei 3G (beispielsweise UMTS) um eine ganze Reihe transformativer Technologien.[2] Die Quintessenz von 3G ist *nicht* das Versprechen von Hochgeschwindigkeits-Datenverbindungen. Zentral sind vielmehr die unzähligen *Konvergenz*möglichkeiten, die sich – ganz anders als bei 2G – eröffnen und die schon jede für sich genommen ein hohes transformatives Potenzial besitzen. In Wahrheit handelt die »dritte Generation« – die Ära, nicht die Mobiltechnologie – von einer unglaublichen Konvergenz verschiedener technologischer Wachstumskurven, von denen viele ihren Wendepunkt schon erreicht haben[3] und die ein weites Spektrum von Technologiebereichen umfassen: Geräteherstellung, Netzwerkentwicklungen, Datenverarbeitungs- und Informationstechnologien. Es handelt sich um ein vollkommen neues System von Möglichkeiten.

In den frühen 1990er Jahren konnten die meisten von uns die Notwendigkeit eines Mobiltelefons noch nicht erkennen. Heute wäre eine solche Auffassung beinahe absurd. Und in der 3G-Ära werden wir erleben, dass das Tragen eines Mobilgeräts (fast so, wie man ein Kleidungsstück trägt) Voraussetzung für das Leben in einer zeitgenössischen Gesellschaft sein wird, in der man zunehmend nicht nur im physischen Raum, sondern auch im Raum der Informationen zu Hause sein wird (und muss). Darüber lässt sich natürlich trefflich streiten, aber neben der offenkundig schon weit vorangekommenen IT-Revolution führe ich nur noch den »Management-Guru« Peter Drucker (stellvertretend für viele seines Schlages) an, der die Meinung vertritt, wir stünden am Beginn eines Zeitalters »beispiellosen Wandels in den Grundlagen des menschlichen Zusammenlebens« – in einer Gesellschaft, in der eine »substanzielle und rasch zunehmende Zahl von Menschen […] sich selbst managen« müsse (vgl. Drucker 2000). Wenn das zutrifft, impliziert dieses Selbstmanagement (»Überleben«) in einem »Wissenszeitalter« (»Knowledge Age«, wie es Covey 2004 nennt) ein hohes Maß an Engagement in der Welt der Informationen (»24 x 7« oder 24 Stunden an 7 Tagen). Die Unmittelbarkeit der in dieser Welt geforderten Reaktionen auf Informationen wird Mobilität voraussetzen – und damit auch Mobilgeräte.

2. In Ergänzung zu meiner allgemeinen These bezüglich des 3G-Konvergenzpotenzials besteht 3G selbst aus einer Abfolge von Technologien, die viel weiter reichen als GSM und die Telefonie. Man vergleiche dazu das 3G Partnership Project, Einzelheiten unter http://www.3gpp.org.

3. Damit meine ich, genauer gesagt, den Wendepunkt der Übernahme- oder Wachstumskurve.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Vier zentrale Themen des Miteinander-Verbundenseins

An diesem Punkt in der Evolution von Mobilgeräten wird eine Konfusion von Paradigmen offenkundig, denn die Bezeichnung Mobil*telefon* wird zunehmend problematisch. Alternativen wie »persönliches Kommunikationsgerät« (*personal communicator*) sind zwar erhellender, reichen aber immer noch nicht aus, um die eklektische Rolle zu beschreiben, die ein solches Gerät in Zukunft spielen wird. Im »Vorspiel« zu meinem Buch *Next Generation Wireless Applications* (Golding 2004) zeichne ich einen imaginären Manager, der während einer kurzen Mittagspause mit einer Reihe von Mobilgeräten folgende Interaktionen durchführt.[4] Er

- *verabredet sich* spontan zu einem gemeinsamen Lunch mit Freunden (noch ohne nähere Einzelheiten);
- *spürt* durch Vibrationen aus seinem um das Handgelenk gebundenen Mobilgerät (»sleek device«), welches äußerlich einem Zigarettenetui ähnelt, dass Botschaften eingegangen sind;
- *sucht und findet* einen bekannten Treffpunkt, wo er auf die Freunde warten kann;
- *sendet* den Freunden (als Lunch-Einladung) Videoclips,
- *lokalisiert* den Treffpunkt,
- *bestellt* ein Taxi, das ihn zum Treffpunkt fährt,
- *spürt*, dass ein »Freund eines Freundes« sich in der gleichen Gegend aufhält;
- *vergleicht* (über Strichcodes) Ladenpreise;
- *sucht und findet* aufgrund von Empfehlungen ein Restaurant, in dem er mit den Freunden lunchen kann;
- *teilt* sich die Restaurantrechnung mit den Freunden;
- *hinterlässt* ein Feedback über die Qualität des Restaurants im virtuellen Raum;
- *kündigt* Telefonanrufe mittels einer kurzen Betreffzeile *an*;
- *leitet* einen Telefonanruf an den Instant Messaging Client eines Kollegen *weiter*.

Beachten Sie, dass all diese vielfältigen Aktivitäten (die Verben sind durch Kursivschrift hervorgehoben) mit dem Telefonieren überhaupt nichts zu tun haben! Das illustriert eindrücklich die explosionsartige Ausweitung von Konvergenzen und die radikal andere Qualität der 3G-

4. Dem liegt die – wie ich finde, sinnvolle – Annahme zugrunde, dass wir in Zukunft mehr als ein Gerät besitzen werden, wozu im folgenden Beispiel ein Handgelenkgerät, ein Anhänger und als Hauptgerät ein »persönliches Portal« gehören. Diese Annahme bezieht sich auf das »Personal Mobile Gateway«-Konzept, das Firmen wie IXI Mobile offensiv vertreten (vgl. http://www.ixi.com).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Ära gegenüber der 2G-Ära. Beim Nachdenken über eine solche mobile Aufgabenbewältigung bin ich zu der Überzeugung gelangt, dass es durchaus möglich ist, einige grundlegende Themen für Erfahrungen mit Geräten der nächsten Mobilfunkära zu identifizieren – im Wesentlichen aus der Perspektive der Nutzer.[5] Diese vier Themen heißen: Kommunikation, Konsum, Kontrolle (durch Fernbedienung) und Gemeinschaftsbildung.

Kommunikation

Die weit überwiegende Funktion eines Mobilgeräts war und ist noch immer die zwischenmenschliche Kommunikation in Telefongesprächen. Die Einführung anderer Kommunikationsweisen, zum Beispiel per Video, ist in Wahrheit nur eine Ausweitung, nichts substanziell Neues. Mobilgeräte sind unvermeidlich und von Grund auf persönliche Geräte. Eine größere Intimität zwischen Gerät und Nutzer ist kaum vorstellbar, obwohl der physikalische Fortschritt in der Geräteentwicklung, der sich bereits abzeichnet, uns bald auch am Handgelenk befindliche, herabhängende und auf andere Weise wie Kleidungsstücke tragbare Formen bescheren wird. Als persönliche Accessoires oder »Kleidungsstücke« werden die Geräte zunehmend Ausdruck unseres ästhetischen Geschmacks sein. Modische und individuelle Ausdruckswünsche sind schon jetzt unverkennbar Teil der Mobilgeräte-Erfahrung geworden.[6] Es handelt sich jedoch, legt man den Maßstab substanzieller Umsatzerwartungen im Handygeschäft an, eher um eine Randerscheinung.[7]

Das Wesen der Mobil-Verbindung als Verbundenheit zwischen individuellen Personen (abgekürzt P2P, *person-to-person*) wird auch in Zukunft ein beherrschendes übergreifendes Thema bleiben. Große Teile der Entwicklung im Mobilgerätewesen werden Produkte und Dienstleistungen sein, die zunehmend darauf abzielen, P2P-Interaktionsweisen umfassender und tiefer in unserem Alltag zu verankern. Telefongespräche als *eine* mögliche Art der P2P-Interaktion könnten unter die übergeordnete Kategorie des persönlichen *Austauschs* fallen. Im 3G-Zeitalter wird es weitgehend um Dienstleistungen und Geräte

5. Es sollte allerdings nicht unerwähnt bleiben, dass sich die Nutzer-Perspektiven eines Unternehmers und eines Durchschnittskonsumenten bei ihren Aktivitäten voneinander unterscheiden. Es gibt zwar diverse Überschneidungen, aber im vorliegenden Beitrag geht es in erster Linie um eher horizontale Konsumenten-Erfahrungen.

6. Spätestens wenn Firmen wie Samsung und Vogue eine Marketingpartnerschaft ankündigen, wie es kürzlich geschah, wissen wir, dass das Handy endgültig zum Modeartikel geworden ist.

7. Allerdings wissen wir, dass für manche User durchaus eine Beziehung zwischen Ästhetik und Häufigkeit der Verwendung besteht.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

gehen, die in der Praxis einen Austausch ermöglichen: Austausch von Ideen, Kontakten, Gedanken, Geschmäckern, Nachrichten, Geld, Listen, Vorlieben, Meinungen, Interessen, Einsichten, Absichten, Wissen, und so weiter, ganz gleich, welche Digitalform diese Aspekte annehmen. Die zunehmende Digitalisierung unserer Persönlichkeit im »Wissenszeitalter« wird aus dem Mobilgerät ein wichtiges Instrument des Austauschs machen. Hier sollen dazu weiter unten noch konkrete Beispiele folgen.

Die Kommunikation (der Austausch) wird sich durch Konvergenz- und neue Geräteeinsatzmöglichkeiten weiterentwickeln. Die anderen von mir genannten Hauptthemenbereiche dagegen werden durch Konvergenzen erst ermöglicht. Im Konvergenzprozess und in allen Themenbereichen wird das Internet eine zentrale Rolle spielen. Hier warne ich allerdings vor der weit verbreiteten Ansicht, beim »mobilen Internet« handele es sich nur um eine angepasste Schrumpfversion des heutigen Internets. Weit gefehlt. Denn »Internet 1.0« (Tim Berners-Lees Originalversion zum Austausch von Dokumenten – heute Austausch von »Inhalten« genannt) fehlt die für die Zukunft der Mobilisierung benötigte Konvergenzkraft. Was wir brauchen, ist »Internet 2.0« – insbesondere das *Semantic Web*.[8]

Durch die semantische Beschreibung digitaler Informationen wird mit Hilfe von Konvergenzmöglichkeiten das P2P-Potenzial der Mobilgeräte, die wir hier erkunden, dramatisch ausgeweitet werden können. Heute stehen wir in einem Laden und blättern vielleicht etwas unbeholfen in den technischen Beschreibungen und Gebrauchsanweisungen unserer Mobilgeräte. Doch morgen werden wir unseren Kommunikationsgeräten Fragen stellen wie »Welches Produkt in diesem Laden würde Mr. X kaufen?«, wobei Mr. X ein von uns geschätzter Freund, Guru, Ratgeber oder Experte in dem betreffenden Gebiet ist. Schon durch das Stellen einer solchen Frage können wir möglicherweise ein P2P-Link zu Mr. X erstellen. Damit eine solche Frage Bedeutung erhält und damit eine sinnvolle Antwort darauf möglich wird, ist ein Rückgriff auf die Bedeutungslehre (Semantik) erforderlich. Semantische Beziehungen digital operabel zu machen, daran arbeiten die Internet-Pioniere, und diesen Fortschritt verspricht das Semantic Web.

Computer sind im Allgemeinen unbeholfen, wenn sie herausfinden sollen, was wir tun wollen. Benutzer können diese Begriffsstutzigkeit oft austricksen, indem sie verschiedene Annäherungen ausprobieren, um doch noch zu bekommen, was sie wollen. Mobilgeräte sind sogar noch unbeholfener, und so brauchen wir mehr Präzision oder eine klügere Interpretationstechnologie. Das Semantic Web kann potenziell beides bieten, weshalb es als die beste und natürlichste Lösung im mobilen Ökosystem erscheint. Wenden wir uns noch einmal kurz Mr. X

8. Vgl. http://www.w3.org/2001/sw/ und Berners-Lee/Hendler/Lassila 2001.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

zu. Seine Kaufhistorie, seine Wunschlisten, Produktbesprechungen, Internetbesuche, Internetrecherchen und alle möglichen anderen Interaktionen im Informationsraum hinterlassen digitale Spuren. Um Zugang zu diesen »Hinterlassenschaften« und ihrer Semantik zu erhalten, muss man natürlich erst einmal zugangsberechtigt sein. Darum müssen, zusätzlich zu den Möglichkeiten für die Installation von P2P-Links, auch Mechanismen geschaffen werden, welche die digitale Identität, Vertrauenswürdigkeit und Sicherheit etablieren. Das sind im 3G-Zeitalter wichtige Unterthemen.

Diese Art von P2P-Interaktion wird möglich und wahrscheinlich sein. Neben infrastrukturellen Komponenten wie dem Semantic Web werden auch bestimmte Entwicklungen beim Geräte-Interface dazu dienen, diese Art Interaktion in unsere Alltagsroutine eingehen zu lassen. Einige dieser Entwicklungen werden weiter unten noch eingehender erörtert. Hauptcharakteristikum der mobilen P2P-Dienste ist die *Unmittelbarkeit der Information* (kein Zeitverzug). Allein schon die Ermächtigung, die im unmittelbaren Zugang zu mannigfaltigen P2P-Netzwerken und deren Inhalten liegt, wird schlichtweg überwältigend sein. Hier kommt Metcalfes Netzwerk-Gesetz zum Tragen; die Zukunft des Mobilgeräts hat mit der vergrößerten und unausweichlichen Abhängigkeit von Netzwerken zu tun. Dabei geht es nicht darum, dass ein Gerät »ständig sende- und empfangsbereit« sein muss; es muss vielmehr »ständig vernetzt« sein, die Informationen müssen »ständig verfügbar« und »ständig relevant« sein. Viele, die auf Breitbandverbindungen umgestiegen sind, haben sich bereits einem Lebensstil zugewandt, der überall *Informationen »abgrast«*. »Breitband« ist ja kein dickes Kabel, sondern ein Informationsumfeld. Das 3G-Zeitalter weitet diese Erfahrungen nicht nur aus, sondern fügt ihnen durch seine Konvergenzpotenziale noch viele neue Dimensionen hinzu. Ist dieser Prozess erst einmal in Gang gekommen, so werden wir uns fühlen wie McLuhans Fisch.

Konsum

Konsum als Thema versteht sich von selbst, zumal wir uns in unseren allgemeinen Konsummustern schon heute immer mehr auf digitale Informationen verlassen. Das Mobilgerät mag zu neuen Konsummustern führen, aber ich konzentriere mich hier ganz auf die Ergänzung vorhandener Mechanismen, speziell auf die Zahlungsvorgänge in Konsumprozessen.

Konsum hat mit finanziellen Transaktionen zu tun, und dabei ist ein Schlüsselelement die persönliche Autorisierung von Transfers. Heute sind alle Käufe letztlich Autorisierungen. Auch wenn man Banknoten und Münzen übergibt, handelt es sich um eine Autorisierung. Kreditkarten und andere Formen elektronischen Geldtransfers

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

haben unverkennbar mit Autorisierungsvorgängen zu tun. Da ist es ein anscheinend natürlicher Fortschritt, wenn unsere Brieftasche durch irgendeine äquivalente Funktion auf unseren Mobilgeräten ersetzt wird. Es gibt schon verschiedene *m-payment*-Initiativen, zum Beispiel Simpay.[9] Seit sich die Kartenausgeber darauf verständigt haben, dass die Autorisierung über die PIN-Nummer des Karteninhabers am Schalter oder an der Kasse erfolgen soll, gibt es keinen Grund mehr, warum ein Mobilgerät nicht als Karten-Ersatz fungieren sollte. Hier sollen uns die verschiedenen Agenden für *m-payment*-Pläne allerdings nicht weiter beschäftigen. Mich interessieren hier vor allem die Möglichkeiten für den Endverbraucher und die technologischen Implikationen. Die potenziellen Vorteile einer Zahlung über »kluge« Mobilgeräte (im Gegensatz zu »dummen« Karten)[10] sind für Endverbraucher bestechend. Dazu gehören die Möglichkeiten für Finanzmanagement, Finanzplanung, Ausgaben durch Bevollmächtigte, Gruppen-Ausgaben, Aufschub der Autorisierung, Ausgabenkontrolle, Buchführung über Einkäufe, Geldwechsel, Bonussysteme und vieles andere mehr. Kurz gesagt, der Nutzer erhält mehr Kontrollmöglichkeiten. Und diese sind von zentraler Bedeutung für Druckers These vom »Selbstmanagement«.

Wenn das Mobilgerät bei Finanztransaktionen eine wichtige Rolle spielen soll, sind verlässliche und sichere Verbindungen unverzichtbar.[11] Im Zeichen der Entwicklung von 3G (d.h. UMTS), WiFi (Wireless Fidelity), Bluetooth und weiteren sich abzeichnenden Lösungen, wird die 3G-Ära letztlich ein Zeitalter *ununterbrochener Verbundenheit* einläuten. Das heißt, wir können Dienstleistungen mit der ehernen Annahme entwickeln und einsetzen, dass alle aktiven Mitglieder der Gesellschaft ständig über ein oder mehrere Netzwerke erreichbar sind.

Kontrolle durch Fernbedienung

Etwas am Rande des übergreifenden P2P-Themas liegt der Gedanke der Kontrolle über Maschinen, wobei das Mobilgerät im Wesentlichen als personalisierte Fernbedienung eingesetzt wird. Wie im Fall der »digitalen Brieftasche« geht es weitgehend um Substitution, um den Ersatz vorhandener Geräte und ihrer Funktionen durch personalisierte

9. Allerdings wurde die Simpay-Initiative durch die beteiligten Mobilfunkbetreiber im Jahre 2005 wieder eingestellt.

10. Moderne Karten mit integrierten Chips sind natürlich nicht gänzlich »dumm«, doch ihre Kraft und Fähigkeit zur Datenverarbeitung ist im Vergleich zu Mobiltelefonen extrem begrenzt.

11. Man beachte, dass es nicht erforderlich ist, Kreditautorisierungen über die Mobilverbindung abzuwickeln, aber in einigen Fällen könnte das vorteilhaft sein.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Geräte. Die *Personalisierung* wird wichtig sein, doch ebenso bedeutsam sind *Kontinuität* oder *die Möglichkeit fließender Übergänge*. Nehmen wir als Beispiel die Fernbedienung eines häuslichen Multimedia-Unterhaltungssystems, womit ein digital vernetztes Fernseh- und Audiosystem gemeint ist. Gegenwärtig besitzen solche Systeme serienmäßige, das heißt nur ihnen zugehörige Fernbedienungen. Wenn man nun ein persönliches Mobilgerät, wahrscheinlich mit einer Verbindung über Bluetooth, anstelle der vorhandenen Fernbedienung benutzt, so ist das eine offenkundige Substitution. Der Fernbedienungs-Emulator auf dem Mobilgerät, der als Display vielleicht den Fernsehbildschirm benutzt, wird nun *persönliche* Präferenzen und Geschmäcker in den Vordergrund stellen, nicht generische Lösungen, und zwar für jeden Nutzer getrennt. Das persönliche Gerät wird *persönliche* Fernsehspiel-Listen und Filmbesprechungen aufrufen; es wird Sendezeiten enthalten, und so weiter.

Personalisierung mag in diesem Kontext selbstverständlich sein, aber wie steht es mit dem Attribut der *Kontinuität*? Gemeint ist die Möglichkeit, bei allen Fernbedienungsanwendungen mit einem normalen vernetzten Gerät und den darin gespeicherten Personalisierungsparametern in gleitendem Übergang von einem Umfeld auf ein anderes überzuwechseln. Wenn wir zum Beispiel unterwegs irgendeinen Audioinhalt angehört haben, wird derselbe Inhalt mit uns anschließend auch ins eigene häusliche System übergehen; das Stück wird an genau demselben Punkt weitergehen, an dem der Hörvorgang beim Verlassen des Autos, des Zuges oder wie auch immer unterbrochen wurde. Fernbedienung und Kontrolle in diesem Sinne können den Kontakt mit jedem Gerät, mit jeder Maschine betreffen, zum Beispiel mit Elementen eines medizinischen Gerätes im Krankenhaus, mit einer Sperre im U-Bahnhof oder mit einer Gepäckkontrollanlage im Flughafen. Auch Computer auf dem Schreibtisch sind in diesem Sinne Maschinen! Stellen Sie sich doch nur vor, dass Sie nie wieder Formulare ausfüllen müssen – weder persönlich noch mit Hilfe anderer, etwa an der Hotelrezeption. Schon allein dass Sie ein entsprechendes Gerät mit sich führen, wird es in Zukunft möglich machen, dass wichtige Parameter aus diesem Gerät in jedwede Art von digitaler Empfangsstation übertragen werden: Online-Formulare, Geldautomaten, Parkplatzschranken, Waschmaschinen, Getränkeautomaten, und so weiter.

Die Vorstellung, dass unser persönliches Mobilgerät eine Art digitales Herz darstellt, ist eine mächtige Metapher. Dann ist der Datenstrom unser digitales Blut des Lebens. So wie das Herz in vielen alten Traditionen als Sitz des Verstandes galt, ist der digitale Herzschlag dessen Stellvertreter in der virtuellen Welt, eine Art digitales Alter Ego. Es handelt sich um unseren digitalen Kernbereich. Mit digitalem Herzschlag kann man sich leichter mit Maschinen in Verbindung setzen. Das ist eine neue Dimension der Mobilerfahrung. Wir werden auf die-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

ses Thema zurückkommen, wenn es weiter unten um virtuelle Kioske und räumliche Botschaften geht.

Gemeinschaftsbildung

Gemeinschaften (Communities) und das Schaffen sozialer Netzwerke sind im Internet bereits vieldiskutierte und anscheinend wichtige Themen. In der Tat ist schon die Definition von »Gemeinschaft« (Community) möglicherweise einem Wandel unterworfen, je weiter sich Gemeinschaften in der virtuellen Welt ausbreiten. Im hier gegebenen Zusammenhang meine ich mit »Gemeinschaftsbildung« das Zusammenführen von Leuten mit *gemeinsamen* Interessen und Agenden; mich interessiert dabei vor allem die Frage, was die 3G-Ära für solche Gemeinschaften bedeuten wird. Die starke P2P-Orientierung der Mobilisierung in der 3G-Ära wird die Menschen unweigerlich auf vielen Ebenen miteinander in Verbindung bringen. Es wird wesentlich leichter sein, physisch wie virtuell auf andere Menschen mit gemeinsamen Interessen und Agenden zu stoßen.

In Ausbildungszusammenhängen habe ich schon oft das Konzept der »Ko-Entdeckung« vorgestellt, bei dem sich zwei Personen mit gleichen Interessen in physischer Nähe entdecken. Die ersten Reaktionen auf ein solches Konzept sind, wahrscheinlich nicht überraschend, eher abwehrend. Den Studenten mangelt es an entsprechenden Erfahrungen, damit sie sich darunter etwas Ernsthaftes vorstellen können, und so fallen ihnen nur »frivole« Anwendungsmöglichkeiten ein – wobei wir Frivolität übrigens nicht in Bausch und Bogen verurteilen sollten, sonst gäbe es vielleicht den SMS-Boom gar nicht, oder er wäre diskreditiert. Interessanterweise scheint das Konzept der »Ko-Entdeckung«, wenn die Leute ermutigt werden, über nicht-frivole Kontexte wie Konferenzen und Ausstellungen nachzudenken, immer interessanter zu werden. Dann scheint das große Potenzial dieses Konzeptes auf. Gegenwärtig ist ein gemeinschaftsbildendes Instrument wie dieses noch ungewöhnlich, aber das heißt ja noch nicht, dass seine Realisierung unwahrscheinlich wäre. Die Bereitschaft der Leute, sich online über Hilfsmittel wie LinkedIn und Ecademy[12] zu vernetzen, legt den Schluss nahe, dass man bereit ist, ein altes Spiel mit neuen Mitteln auszuprobieren.

Vielleicht besteht das größere Potenzial zur Gemeinschaftsbildung sogar im virtuellen Raum, dank des stark ausgeprägten P2P-Charakters der 3G-Ära. Der Trend zu größeren und reichhaltigeren Austauschformen und -möglichkeiten – die schon erwähnte, alles überragende Kategorie »Kommunikation« – wird dazu führen, dass sich die Menschen in der virtuellen Welt unweigerlich öfter begegnen. Der

12. Vgl. http://www.linkedin.com und http://www.ecademy.com.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

P2P-Informationsaustausch impliziert, dass wir in zunehmendem Maße Produzenten von Inhalten werden. Es wurde ebenfalls schon angedeutet, dass die semantische Kennzeichnung von Informationen diesen Prozess bereichern wird. Ein Beispiel: Wenn ich bei Amazon im Internet eine Besprechung eines Buches über Holzarbeiten veröffentliche, so wird dieser Text in der virtuellen Welt als Rezension zugänglich. Wird er jedoch überdies semantisch aufbereitet, so kann er zum Ausgangspunkt einer potenziell viel umfassenderen Konversation werden als eine Seite mit Buchbesprechungen.

Um im Beispiel zu bleiben: man stelle sich vor, ich hätte eine Liste mit Lieblingswerkzeugen aus der Schreinerei zusammengestellt. Bei semantischer Aufbereitung ließe sich diese Liste implizit mit meiner Buchbesprechung verbinden. Und wenn wir kurz zu unserem obigen Einkaufbeispiel zurückkehren, so stellen Sie sich bitte vor, ich wäre Mr. X. Der Experte und Einkäufer, dem ich persönlich bislang noch niemals begegnet bin, kann sich jetzt über meine Buchrezension mit meiner Werkzeugliste verbinden. Mit Hilfe mobiler Verbundenheit und semantischer Aufbereitung kann sich spontan und unverzüglich ein neues P2P-Netzwerk bilden. Der Einkäufer könnte sogar versuchen, direkt mit mir in Kontakt zu treten – was ich mit Hilfe zahlreicher Kommunikationskanäle akzeptieren oder ablehnen kann (Telefonat, Video, SMS etc.). Im Verlauf dieser Interaktion wird meine Liste vielleicht verbessert oder erweitert, und das wiederum stärkt das Potenzial für weitere derartige P2P-Konversationen. – Dieses Beispiel ist natürlich zurechtgemacht, und viele Einzelheiten wurden übergangen, aber der 3G-Konvergenzprozess ermöglicht diese Art *unmittelbarer Gemeinschaftsbildung*, die zum übergreifenden Thema der P2P-Kommunikation passt.

Einige physikalische Aspekte des 3G-Zeitalters

Jetzt soll unsere Aufmerksamkeit einigen physikalischen Aspekten der sich entfaltenden Handy-Landschaft gelten. Bislang ist die Mobiltelefon-Revolution nämlich in erster Linie eine physikalische gewesen: eine Überwindung physikalisch-technologischer Begrenzungen, vor allem dank des unaufhaltsamen Vormarschs der Silizium-Halbleiterintegration. Das 3G-Zeitalter steht kurz vor der Eroberung des Informationsraums. Doch hat jede Interaktion mit Informationen immer auch physikalische Implikationen. In einem kurzen Beitrag wie diesem können allerdings nicht alle Gerätetechnologien und Innovationen erörtert werden. Ich habe darum einige ausgewählt, die mir im Lichte der bereits erörterten Mobilisationsthemen signifikant erscheinen, die jedoch auch per se tiefgreifende Implikationen haben.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Das geistige Auge – Ständige Visualisierung

Die Mobilrevolution verdankt sich weitgehend den unglaublichen Verbesserungen im Bereich der tragbaren Elektronik, die allerdings auch Herausforderungen darstellen. Eine davon ist die Energiezufuhr, doch unmittelbarere Sorgen bereiten die Geräteinterfaces und ergonomische Fragen. Man erinnere sich an die klobigen, unpraktischen Display-Helme (Head Mounted Displays, HMD), die in der Frühzeit der virtuellen Realität zur Hineinversetzung in computergenerierte Landschaften getragen werden mussten. Heutzutage reicht es für denselben Zweck aus, ganz normalen Brillen ein kleines Display anzufügen, das kaum Gewicht hat und auch kaum kosmetische Änderungen nach sich zieht (vgl. Abbildung 1). Darüber hinaus legt der Preisverfall bei HMD-Komponenten den Schluss nahe, dass solche Geräte im 3G-Zeitalter für den Verbraucher problemlos erschwinglich werden.[13] Die Skepsis gegenüber dem Tragen solcher Displays ist verständlich. Vielleicht ist jedoch die schon heute zu sehende Bereitschaft, Bluetooth-Kleingeräte im Ohr zu tragen, ein Indiz für die Bereitschaft, sich an Geräte zu gewöhnen, die direkt am Körper getragen werden. Es wird wohl so kommen, dass die Unmittelbarkeit des Informationszugangs, die mit den am Kopf zu tragenden Geräten verbunden ist, sich als so attraktiv erweist, dass die anfängliche Zurückhaltung beim Tragen solcher Geräte überwunden wird.

Das Mobiltelefon hat uns die Gelegenheit gegeben, Stimmen *ohne Zeitverzug* zu hören. Das Handy ermöglicht die unmittelbare Erfüllung des Wunsches, mit jemandem zu sprechen, der gerade abwesend ist. Auf diese Weise wird sozusagen der *inneren Stimme* zu ihrem Recht verholfen. Selbst dieses Potenzial kann noch weiter entwickelt werden. Stellen Sie sich vor, Sie könnten einfach jederzeit mit Gefährten sprechen, damit diese Ihre Stimme hören – und das Ganze ohne ausdrückliche Herstellung einer Verbindung. Im Bereich der Internet-Telefonie (bei Kommunikationssystemen, die auf dem Internet-Protokoll basieren) ist das bereits möglich, und 3G kann diese Möglichkeiten nutzen. Auf HMD-Displays können wir problemlos sehen, welche unserer Gesprächspartner *gerade* im Internet *anwesend sind*, wobei Piktogramme anzeigen, ob sie verfügbar sind oder nicht. Im Zeichen von Verbesserungen in der Signalverarbeitungstechnik wird es auch möglich werden, ganz leise zu sprechen, beinahe zu flüstern, unbelästigt von Hintergundgeräuschen. So könnten wir potenziell in visuell und akustisch maskierten »Blasen« kommunizieren, die die Privatsphäre schützen.

Die *visuelle Unmittelbarkeit* wird neue Interaktionsweisen schaffen. Stellen Sie sich vor, sie würden sich mit jemandem unterhalten, wäh-

13. In der Tat fehlt nur noch die Mengennachfrage, um die Kosten beträchtlich senken zu können.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Abbildung 1: Im 3G-Zeitalter wird es tragbare und erschwingliche Displays geben (Reproduktion mit Genehmigung der Firma Carl Zeiss).

rend sie gleichzeitig Informationen zum Gesprächsthema sehen können. Ein Gesprächspartner erwähnt ein Produkt, ein Ereignis oder eine Nachricht, und Sie können dann in Sekundenschnelle die entsprechende Website sehen. Sie können sich sogar multiple Anblicke vorstellen, darunter ständige Web-Cam-Übertragungen, etwa aus Ihrem Haus oder von beliebten Touristenattraktionen. Auf diese Weise wird die Vorstellung, gleichzeitig »hier« und »dort« sein zu können, dramatisch akzentuiert.

Neben Verbesserungen bei Sprachbefehlen sind auch Gesten eine Möglichkeit der Befehlseingabe: Man nutzt für festgelegte Gesten Bewegungen der Glieder oder des ganzen Körpers. Auch das Mobilgerät selbst könnte zum Zeigegerät werden, das in der Luft operiert – ähnlich wie manche Geräte, die bereits erhältlich sind, etwa die Gyration™ Maus. Das MIT Media Lab Europe demonstriert solche Interface-Typen bereits in seinem Forschungsprogramm für Maschinen mit Tastbedienung.[14] Natürlich werden am Kopf getragene Displays auch dann nützlich sein, wenn man digitale Videos ansehen will, wobei neue Übertragungsstandards für Radio und Fernsehen auf dem Handy (z.B. DVB-H, Digital Video Broadcasting – Handheld) eine große Rolle spielen, wahrscheinlich sogar den Durchbruch bringen werden. Als Alternative zu am Körper tragbaren Displays zeichnen sich tragbare Projektoren ab, die in der Lage sind, das Bild zu stabilisieren und so Verzerrungen auszugleichen, die durch Bewegungen entstehen, die relativ zur beleuchteten Oberfläche erfolgen. Durch Verwendung ähnlicher Tech-

14. Vgl. das Projekt »Palpable Machines«, das jedoch im Januar 2005 eingestellt wurde (siehe http://www.medialabeurope.org).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

niken aus kombinierten Sensoren haben Firmen wie Canesta bereits durch Lichtprojektion generierte Tastaturen erfolgreich realisiert (siehe Abbildung 2). In dieser Hinsicht sind noch weitere Technologien denkbar, etwa tragbare oder zusammenfaltbare Display-Gewebe.

Abbildung 2: Durch Licht projizierte Tastatur
(Reproduktion mit Genehmigung der Firma Canesta, Inc.).

Display- und Eingabe-Technologien werden immer mit praktischen Einschränkungen zu kämpfen haben. Was hier jedoch verdeutlicht werden soll, ist, dass das 3G-Zeitalter Lösungen für viele Interface-Themen bringen wird, die gegenwärtig die Grenzen der Einbildungskraft für Mobilservice-Innovationen noch zu übersteigen scheinen. Überdies wird es auch völlig neue Modalitäten geben.

Lückenloses Gedächtnis durch endlose Speichermöglichkeiten

Im folgenden Abschnitt geht es um die Implikationen von drahtlosen Hochgeschwindigkeitsverbindungen und um die Folgen der zunehmenden Preiserosion bei hoch verdichteten Speichermedien (High-Density Memories). Die allgemeine Verfügbarkeit von Breitbandverbindungen sorgt dafür, dass vernetzte Dienstleistungen, zum Beispiel vernetzte Speicherablagen, stärker in den Vordergrund treten. Daraus können wir die Erwartung ableiten, dass in einer Reihe unterschiedlicher Kontexte vernetzte Speicherablagen dauerhafte Archivierungsmodelle ermöglichen werden – so, wie heute schon manche E-Mail-Lö-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

sungen das »Lifetime«-Potenzial anbieten, alte Nachrichten überhaupt nicht mehr löschen zu müssen. Als Folge ermutigen solche Trends auch Verbesserungen bei den Erschließungs- und Wiederherstellungsmethoden für große Datenbestände. Alle mit Mobilgeräten generierten oder weiterverarbeiteten Inhalte könnten auf Dauer gespeichert werden – dank einer Kombination aus vernetzten Speicherablagen, hoch verdichteten Speichermedien für Geräte (z.B. Festplatten) und (ortsfesten oder nomadischen) drahtlosen Hochgeschwindigkeitsnetzen. Bei Fotohandys etwa müssten wir niemals mehr Fotos löschen oder sie explizit in den Backup-Speicher verschieben. Dies wird für alle Arten von Inhalten möglich sein, nicht nur für die konventionellen Mobiltelefon-Datenformate wie Adressbuch, Anrufregister, SMS-Botschaften, Bilder, Töne, und so weiter. Alle denkbaren Inhalte könnten gespeichert werden: Musikdateien, Liste der Internet-Seitenaufrufe (location history), Internet-Recherchen, finanzielle Transaktionen, Strichcode-Ablesungen (dazu gleich mehr) – unsere ganze digitale Spur.

Es wird sogar noch radikalere Speichermöglichkeiten geben. Mit wirksamen Stimmkodierungstechniken wird es möglich sein, unsere gesamten täglichen Gespräche aufzuzeichnen, am Telefon und bei anderen Gelegenheiten, und diese dann im Netzwerk zu speichern. Offline-Transkriptionen und nichtlineare Erschließungsmethoden werden es uns erleichtern, in unseren alten Gesprächen herumzusuchen. Werden die Gesprächsaufzeichnungen überdies mit Bildern, Zeit- und Ortsangaben sowie allen anderen Aufzeichnungen in der Speicherdatenbank (z.B. Internetrecherchen oder Listen von Ladeneinkäufen) zusammengeführt und reichhaltig semantisch aufbereitet, dann beginnt sich hier im 3G-Zeitalter ein unglaubliches Alter-Ego-Potenzial aufzubauen. »Wo war ich, als ich dies oder das gesagt habe?« »Wer war noch mit dabei, als ich dieses Bild von X aufgenommen habe?« Die Möglichkeiten für ein dauerhaftes externes Gedächtnis des Menschen sind für sich genommen schon dramatisch genug, aber im Rahmen mächtiger P2P-Netzwerke und des damit verbundenen persönlichen Austauschs ist das transformative Potenzial allein dieser Idee schwerlich ganz zu erfassen. Es ist eine Sache, über ein P2P-Netzwerk zu verfügen, das Person X mit Person Y oder mit einer Vielzahl von Personen verbindet. Aber es ist eine völlig andere Sache, diesem Netz auch noch die Dimensionen Zeit, Ort und Erinnerung hinzuzufügen.

Konvergenz im Raum

Mit den Lokalisierungsmöglichkeiten und -fähigkeiten der neuen 3G-Geräte können wir *jeden* Inhalt oder *jedes* Ereignis (z.B. finanzielle Transaktionen) mit Ortsinformationen versehen. Das ist nur eine weitere Dimension in der Informationslandschaft der 3G-Ära. Daraus er-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

geben sich dann Möglichkeiten wie das *spatial messaging*, das Hinterlassen von Botschaften im virtuellen Raum (vgl. Golding 2003). Ein Handynutzer kann dabei an jedem Ort, sogar an einer Straßenecke, eine virtuelle Botschaft ablegen, er kann sie sozusagen mitten in der Luft an ein Pinnbrett heften. Diese Botschaft ist anderen Nutzern zugänglich; potenziell können das alle sein, oder nur jene, die zu unserem selbstgewählten P2P-Netzwerk gehören, oder gar Mitglieder eines neuen, ad hoc zu bildenden Netzwerks.

Nutzer und Inhaltsproduzenten können Bilder, Töne, Videos, Songs, Weblinks etc. mit einem räumlichen Index versehen und sie so verorten. Die potenziellen Anwendungen und Implikationen sind verblüffend, zumal wenn wir noch Informationen hinzufügen, die semantische Tiefenbeziehungen verdeutlichen – wie es in Abbildung 3 versucht wird.

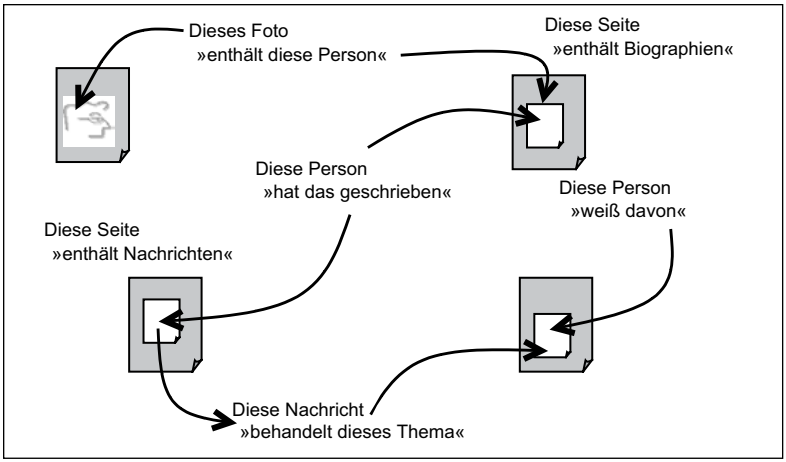
Das ist allerdings nicht problemlos; Sorgen bereiten der Schutz der Privatsphäre und Fragen der Authentizität. Wie lassen sich private Botschaften hinterlegen, ohne dass Unbefugte Zugang erhalten, und wie kann man sicher sein, dass besagte Botschaften auch authentisch sind, also wirklich vom genannten Autor stammen? Diese Themen beschäftigen schon heute das Digital Rights Management (DRM). Es gibt bereits DRM-Lösungen für den Schutz von Inhalten gegen Piraterie. Im 3G-Zeitalter stellt jedoch *jeder* Inhalte bereit! Darum kann man damit rechnen, dass die DRM-Technologie auch in P2P-Kontexten zur Anwendung kommt, nicht nur in den konventionelleren Sendekontexten der Distribution von Inhalten, in denen das DRM sonst angewandt wird. Rechtliche und ethische Probleme wird es vor allem in Hinblick auf die Verwischung der Grenzen zwischen privatem und öffentlichem Bereich geben. Interessanterweise könnte dieselbe Technik, die zum Schutz und zur Beglaubigung der Identität im Informationsraum zum Einsatz kommt (wenn es etwa um die sichere Übertragung von Botschaften oder um finanzielle Autorisierungen geht), ebenfalls genutzt werden, um Vorgänge zu überprüfen. Mit dem »digitalen Fingerabdruck« versehen, könnte zum Beispiel ein Foto, das mit einem bestimmten Mobilgerät aufgenommen wurde, unweigerlich immer auf das Gerät zurückverfolgt werden, das die Aufnahme erstellte. Im Zeichen preisgünstiger biometrischer Interfaces, die bereits machbar sind, können Bild und Fotograf untrennbar miteinander verbunden werden. Natürlich haben solche Schutzmaßnahmen auch Auswirkungen auf die gesellschaftlichen Freiheiten. Solche Diskussionen werden im 3G-Zeitalter zu führen sein, und diese Problematik darf nicht übersehen werden.

Andere Formen des räumlich-virtuellen Zusammenspiels werden sich ergeben, wenn immer mehr handylesbare Etiketten (mit Strichcodes) auf Produkten und anderen Objekten angebracht worden sind. Es ist möglich, preiswerte Strichcode-Lesegräte in Handys zu integrieren.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Auch das fotografische Scannen ist möglich, wenn man die im Handy eingebaute Kamera nutzt, selbst wenn die Ergebnisse nicht so zuverlässig sein werden wie beim Laserscan. Wie dem auch sei, mit passen-

Abbildung 3: Inhalt, Verortung und semantische Verbindungen.



den Geräten könnten wir Produktcodes einscannen, um dann im Internet alle möglichen Informationen zu diesen Produkten abzurufen, einschließlich Internetrecherchen. Es gibt bereits Firmen, die Strichcode-Datenbanken von verschiedenen Produktherstellern sammeln und kumulieren, basierend auf den Strichcodevergaben der Hersteller.

Das Versehen mit Etiketten muss nicht auf Produkte beschränkt bleiben. Es ist leicht, jedes Objekt mit einem Strichcode-Etikett zu versehen und auf diese Weise einen Informationszugang zu ermöglichen, der auf räumlicher Nähe zum Objekt basiert. Dank des immerwährenden Verbundenseins werden solche Etiketten im Grunde zu kostengünstigen Informationskiosken. Ein Nutzer kann an das Etikett herangehen, es einscannen, und er bekommt dann sofort ein Weblink angezeigt. Die damit verlinkte Information kann den Standort des Etiketts einbeziehen, wenn dieses ortsfest ist. Die Nutzer könnten die Etiketten auch nutzen, um Botschaften auf einem am selben Ort befindlichen virtuellen Pinnbrett zu hinterlassen. Auch müssen die Etiketten nicht unbedingt aus Strichcodes bestehen; sie können auch auf einer Funkfrequenz basieren. Weil der Einzelhandel gegenwärtig (etwa zur Optimierung der Lieferkette oder zur Diebstahlssicherung) sehr an Funkfrequenzidentifizierung interessiert ist, könnte diese Form letztlich auch im Reich des Mobilfunks Verwendung finden. Doch Strichcodes haben noch lange nicht ausgedient. Ein Aufspüren in der Nähe ist übrigens auch ohne Etiketten möglich, zum Beispiel mit Techniken, die

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Bluetooth nutzen oder den verwendeten WiFi-Zugangspunkt erkennen können.

Das alles umspannende P2P-Thema bleibt auch relevant, wenn es um Fragen der Verortung geht. Die Möglichkeit, Botschaften an einem virtuellen »Treffpunkt« zu hinterlassen, wird eine Riesenanzahl paralleler P2P-Konversationen zur Folge haben, nicht unbedingt ein chaotisches Durcheinander von »Graffiti«. Manche Gespräche werden privat sein, manche öffentlich, manche beides. Und wenn man dann noch bedenkt, dass solche Gespräche mit einem dauerhaften externen Gedächtnis und mit semantischer Aufbereitung verbunden werden können, kann einem angesichts dieser Implikationen durchaus schwindelig werden.

Zusammenfassung – Die 3G-Mobilopolis

Ich habe versucht, einige der zentralen Themen für das 3G-Zeitalter vorherzusagen. Es handelt sich bei 3G um eine Ära, nicht nur eine Technologie. Darin spiegelt sich die Tatsache wider, dass dieses neue Zeitalter der Mobilgeräte eine Konvergenz verschiedenster Technologien bringen wird, von denen 3G (im engeren Sinne als UMTS-Technologie verstanden) lediglich eine ist. Diese Konvergenzen haben die Macht, unsere Lebensumstände von Grund auf zu verändern – und das ist das Wesen eines tiefgreifenden technologischen Wandels.

Mobilgeräte sind ihrem Wesen nach persönliche Geräte, wozu auch ihre P2P-Natur gehört: die persönliche Kommunikation von Mensch zu Mensch. Neue Formen der Geräteverwendung werden P2P-Netzwerke in hohem Maße stärken. Heute kommunizieren wir über etablierte P2P-Netzwerke. Morgen werden wir leicht in der Lage sein, neue zu schaffen und sie im Informationsraum zu durchqueren, um besser als zuvor zu *kommunizieren*, aber auch um – real oder virtuell – Dinge zu *konsumieren*, mit anderen Interessenten *Gemeinschaften* zu bilden, Maschinen und Geräte *zu kontrollieren*.

Was das Erleben und Bewältigen unserer Welt betrifft, so werden in der 3G-Ära zur Unmittelbarkeit der Telefongespräche noch die Unmittelbarkeit der Informationsgewinnung und die Unmittelbarkeit der Gemeinschaftsbildung hinzukommen. Damit werden wir kollektiv noch besser gerüstet sein für die Herausforderungen von Druckers Zeitalter des »Selbst-Managements«.

Bisher ist die Mobilfunkrevolution eher eine physikalisch bestimmte Entwicklung gewesen: Einer alten Idee, der Telefonie, wurde eine neue Form gegeben. Das transformative Wesen des 3G-Zeitalters wird jedoch völlig neue Möglichkeiten mit sich bringen – darunter viele, für die wir bislang noch keine auf Erfahrung basierenden Paradigmen haben: zum Beispiel das Hinterlassen von Botschaften im virtuellen

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Raum (*spatial messaging*). Selbst wenn wir diese Möglichkeiten derzeit noch nicht erkennen können, oder gar meinen, ganz darauf verzichten zu können – wenn wir erst einmal in der *3G-Mobilopolis* leben, werden wir von diesen Geräten und ihren Verwendungsmöglichkeiten abhängig werden, wie McLuhans Fisch. Davon bin ich zutiefst überzeugt.

Literatur

Berners-Lee, Tim/Hendler, James/Lassila, Ora (2001), »The Semantic Web: A New Form of Web Content That Is Meaningful to Computers Will Unleash a Revolution of New Possibilities«, in: *Scientific American* (Mai), S. 28-37; http://www.scientificamerican.com (3. Januar 2006).

Covey, Stephen R. (2004), *The 8th Habit: From Effectiveness to Greatness*, New York: Free Press.

Drucker, Peter F. (2000), »Managing Knowledge Means Managing Oneself«, in: *Leader to Leader* 16 (Spring), S. 8-10.

Golding, Paul (2003), »Getting in The Zone with Splash Messaging«, (August); http://www.paulgolding.me.uk/enmesh/Getting_in_The_Zone.pdf (4. Januar 2006).

Golding, Paul (2004), *Next Generation Wireless Applications*, Chichester: Wiley.

McLuhan, Marshall (1970), *Culture Is Our Business*, Toronto: McGraw-Hill.

Postman, Neil (1992), *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*, New York: Knopf.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Mobiltelefon-Mythen und mobile Datenübertragung

Nick Foggin

Dreizehn Jahre sind vergangen, seit die ersten GSM-Mobilfunknetzwerke ihren Betrieb aufnahmen.[1] Seither haben weit mehr als 1,2 Milliarden Menschen auf der ganzen Welt GSM-Handys gekauft oder benutzen eines dieser Mobiltelefone regelmäßig. Keine andere Technologie hat sich so schnell und so universal durchgesetzt, nicht einmal das Internet. Heute gibt es auf unserem Planeten mehr GSM-Handys als Computer, und die Zahl der aktiven Handynutzer ist doppelt so hoch wie die der Internet-User.

Doch im Verlauf dieser unglaublichen Wachstumsphase gerieten die Mobilfunkbetreiber zunehmend in die Bredouille: Seit im Westen die Phase der aggressiven Kundengewinnung weitgehend beendet ist, müssen die Mobilfunkbetreiber, um ihre Einkünfte zu steigern, die Kunden ermuntern, ihr Mobiltelefon häufiger zu benutzen. Statt auf »mehr Nutzer« liegt das Augenmerk nun auf »mehr Nutzung« und »mehr Anwendungen«. Im Zeichen des Wandels von Kundengewinnung zu Bestandspflege und Mengenwachstum entstand überdies eine seltsame, wenig hilfreiche Mythologie, die zunehmend dazu führt, dass die Mobilfunkbranche als Ganzes vom Kurs abkommt und dabei potenziell katastrophale Fehler macht.

Das Telefongespräch ist tot – lang lebe das Telefongespräch

Der erste, wahrscheinlich folgenschwerste Mythos besagt, dass zur Aufrechterhaltung des Wachstums in vertretbaren Größenordnungen eine völlig neue Einkommensquelle im Mobilfunkbereich aufgetan werden müsse. Infolgedessen haben die meisten Mobilfunkbetreiber ihr Kerngeschäft mit Telefongesprächen auf – strategisch gesehen – einzigartige Weise vernachlässigt und sich auf die Suche nach der nächsten »Killer-Anwendung« begeben. Dieser Mythos wird im Allge-

1. GSM steht für den Mobilfunkstandard Global System for Mobile Communications.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

meinen so ernst genommen, dass die große Mehrzahl der Mobilfunkbetreiber ihn zur Grundlage ihrer weiteren geschäftlichen Planungen gemacht hat.

Sehen Sie sich die heutige Organisationsstruktur eines x-beliebigen Mobilfunkbetreibers an; Sie werden im oberen Management Spezialisten finden, die für Datenanwendungen, für Portale, Inhalte und Internetdienste verantwortlich zeichnen – und die selbstverständlich alle über riesige Teams von fleißigen Mitarbeitern gebieten. Gleichzeitig werden Sie aber Mühe haben, einen Verantwortlichen im oberen Management zu finden, der für Telefongespräche zuständig ist. Mit anderen Worten, Sie werden kaum jemanden finden, der für jenen Bereich verantwortlich ist, der heute noch mehr als 80 Prozent aller Einnahmen bringt. Sie werden Mühe haben, jemanden zu finden, dessen Aufgabe darin besteht, Entwicklung und Wachstum der einzigen Dienstleistung zu managen, die von 100 Prozent der Mobiltelefonbesitzer auch wirklich genutzt wird. Sie werden Mühe haben, jemanden zu finden, der sich ausschließlich um die technische Weiterentwicklung jenes Kernservices kümmert, den alle Mobilfunkbetreiber anbieten. Bevor wir uns darum mit Handy-Datenanwendungen überhaupt befassen, sollten wir uns kurz daran erinnern, dass die wahre »Killer-Anwendung« für Mobilgeräte schon von Beginn an existiert: das Telefongespräch. Und diese Erfolgs-Anwendung besitzt weiterhin einen riesigen latenten Wert, der allerdings brach liegt, weil dem ganzen Bereich zu wenig Aufmerksamkeit gewidmet wird.

Laut Ovum, einer führenden Marktforschungsfirma, wird der globale Markt für Telefonate (Festnetz- und Mobilfunkgespräche) Ende 2007 mehr als 1 Billion US-Dollar wert sein. Das sollte uns nicht überraschen. Denn der gesamte Telefonverkehr ist mit erstaunlichen Zuwachsraten Jahr für Jahr gestiegen, und in der vorhersehbaren Zukunft wird dies global gesehen auch so bleiben – wenigstens im Handysektor. Das hat weitgehend damit zu tun, dass in den Entwicklungs- und Schwellenländern die Teilnehmerzahlen weiter rasant steigen werden, so wie es vor allem in China, Indien und Lateinamerika schon seit einiger Zeit geschieht. Folglich übersteigt die Zahl der Mobilfunkverbindungen die der Festnetzverbindungen inzwischen um mehrere hundert Millionen. Während das Wachstum bei Festnetzverbindungen sich inzwischen stark verlangsamt hat, wird die Zahl der Handy*verbindungen* ihre in der Tat höchst eindrucksvolle Steigerungskurve noch für etliche Jahre beibehalten.

Gleichzeitig machen jedoch die Handy*gespräche* wesentlich weniger als ein Drittel aller Telefongespräche aus – das Gros der Telefonate wird noch immer über Festnetzverbindungen geführt. Doch während das Gesprächsvolumen im Festnetz wie im Mobilnetz zunimmt, wächst der Handyanteil am Gesamtgesprächsaufkommen schnell.

Das Ausmaß, in dem dieses Mengenwachstum sich in sichere Ein-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

nahmen übertragen lässt, hängt davon ab, wieweit die Mobilfunkbetreiber sich darum bemühen, die strategische Entwicklung ihrer Telefongesprächsangebote voranzutreiben. Die Zuverlässigkeit bei der Verbindungsherstellung von Mobilfunkgesprächen liegt noch immer deutlich unter der Zielmarke »fünfmal die Neun« (99,999 Prozent Zuverlässigkeit bei der Verbindungsherstellung), welche von vielen Festnetzbetreibern heute erreicht wird. Umgerechnet ergibt das eine Fehlerquote von 6 Sekunden pro Woche Verbindungsdauer (vgl. Percy 2003). Auf ähnliche Weise bleibt auch der Standard der Mobilfunk-Gesprächsqualität unter dem von Festnetzgesprächen. Diese beiden Punkte tragen zusammen genommen nicht unerheblich dazu bei, dass der gefühlte Wert des Mobilfunk-Gesprächsservices insgesamt zu wünschen übrig lässt.

Dabei sind Mobilfunknetzwerke – wenigstens in der Theorie – technisch genauso leistungsfähig wie Kupferdrahtnetzwerke, nur deutlich flexibler. Und natürlich sind in Handys fast tausendmal mehr Forschungs- und Entwicklungsmillionen investiert worden als in Festnetzgeräte. Das macht sich bemerkbar. Zehn Prozent aller Anrufe, die in europäischen Haushalten getätigt werden, sind Handygespräche – einfach weil dieses Gerät leichter zu benutzen ist und weil sich darin Telefonnummern von häufigen Kontakten leichter speichern und abrufen lassen (vgl. Lehman Brothers 2003).

Weil es eine bestens belegte Beziehung zwischen der Anzahl der im Handy gespeicherten Kontakte und der Zahl der geführten Telefongespräche gibt, könnten die Mobilfunkbetreiber das Wachstum beim Gesprächsaufkommen der Handynutzer allein schon dadurch rasch erhöhen, dass sie ihren Kunden die Möglichkeit geben, in ihren Telefonen oder auf ihren SIM-Karten noch mehr Kontakte zu speichern.

Auch eine Vereinfachung der Tarifstrukturen wäre hilfreich. Eines der größten Hindernisse für eine umfangreichere Nutzung des Handys für Telefonate sind die Kosten. Obgleich die Kosten pro Gesprächseinheit im Festnetz immer mehr unter Konkurrenzdruck geraten sind, bleiben die Kunden allen Telefongebühren gegenüber misstrauisch – nicht zuletzt, weil sie die Tarifstruktur nicht verstehen. In dieser Hinsicht tun sich die Mobilfunkbetreiber absolut keinen Gefallen, wenn sie die gegenwärtige Unübersichtlichkeit beibehalten. Einer der führenden europäischen Mobilfunkbetreiber im internationalen Markt bietet auf seinen fünf wichtigsten europäischen Märkten gegenwärtig mehr als 1000 verschiedene Tarife an. Mehr als 800 dieser Tarife wurden im Lauf der letzten zwölf Monate verändert. Auf diese Weise kommen die Kunden nie aus dem ewigen Wirrwarr heraus, wenn sie wissen wollen, was der Handybesitz unter dem Strich wirklich kostet.

Die Quintessenz meiner Feststellungen lautet, dass die Mobilfunkbetreiber ihre ganze Aufmerksamkeit den Datenanwendungen auf dem Handy zugewandt haben, noch bevor sie ihr Kerngeschäft überhaupt

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

optimiert haben. Die Infrastruktur der zweiten Handygeneration (2G) und die in diesem Rahmen angebotenen Mobiltelefondienste könnten ohne weiteres in eine sehr gesunde, ertragsstarke Einnahmequelle verwandelt werden; weil die meisten 2G-Infrastrukturkosten steuerlich bereits abgeschrieben sind, hat 2G das Potenzial, substanzielle Gewinne abzuwerfen. Die Menschen rufen Menschen lieber direkt an, nicht Orte, an denen ein Telefon steht – darum wird das Handy auf jeden Fall im größten Teil der entwickelten Welt (und mehr noch in der sich entwickelnden Welt) das primäre Gesprächskommunikationsmedium werden. Angesichts solcher Aussichten und Möglichkeiten sollten die Mobilfunkbetreiber sich erst einmal weniger Sorgen um Datenanwendungsmöglichkeiten machen. Ihr Hauptaugenmerk sollte der langfristigen Wertschöpfung im Telefongesprächssektor gelten.

Massennachfrage nach Daten

Die Mobilfunkbetreiber haben es geschafft, sich selbst davon zu überzeugen, dass es bei den Kunden eine unbestreitbare Massennachfrage nach Datenanwendungs-Dienstleistungen auf dem Handy gebe. Dabei legen die Verhältnisse und Zahlen im Festnetzbereich eigentlich einen ganz anderen Schluss nahe.

Die große Mehrzahl der häuslichen Internetzugänge wird immer noch über individuelle telefonische Einwahl hergestellt, nicht über Breitband- oder Kabelanschlüsse. Obgleich dies zum Teil auch darauf zurückzuführen ist, dass die Kabel- und DSL-Breitbandanbieter ihre Infrastrukturen quälend langsam auf- und ausgebaut haben, liegt der Hauptgrund gleichwohl darin, dass die Nachfrage nach Hochgeschwindigkeitsverbindungen begrenzt ist. Noch ehe Breitband-Zugangsmöglichkeiten wirklich flächendeckend bereitgestellt sind, treten die Anbieter bereits in einen aggressiven Preiswettbewerb ein. Es gibt bereits einen erkennbaren Trend, durch die Bank mehr Breitband für weniger Geld anzubieten. Daraus ist der Schluss zu ziehen, dass die Leute größtenteils bereit sind, für einen »ziemlich schnellen« Internetanschluss Geld zu bezahlen – aber nicht für »Höchstgeschwindigkeit« um jeden Preis.

Die andere unmittelbar einleuchtende Beobachtung ist, dass Breitbandbetreiber im Festnetz einen Internetzugang verkaufen, nichts weiter als einen Internetzugang. Ihre Versuche, ein breiteres Portfolio an Datenserviceleistungen zu verkaufen, um den tatsächlichen und gefühlten Wert ihrer Leitungen aufzuwerten, stießen bei den Kunden meistens auf sehr wenig Gegenliebe. Zum Beispiel waren die frühen Experimente mit Fernsehen über Breitbandkabel ein teurer Fehlschlag – die Verbraucher sehen einfach keinen inhärenten Wert darin, Fernsehprogramme aus dem Internet herunterzuladen, die sie anderswo

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

entweder umsonst oder in wesentlich besserer Bildqualität bekommen können. Erst heute beginnen Firmen wie France Telecom und Homechoice (im Großraum London) mit »Triple-Play«-Angeboten, die Internet, Festnetztelefonie und Fernsehen in einer Breitbandverbindung zusammenfassen, wenigstens eine moderate Zahl von Abonnenten zu interessieren.

Auf ähnliche Weise sind auch Versuche, spezielle Breitbandgeräte zu verkaufen, beim Verbraucher meist auf Indifferenz gestoßen. Selbst das populärste vernetzte Gerät, die Spielkonsole, steht hinsichtlich der Breitbandumsätze noch ganz am Anfang. Überdies kann der Computerspielmarkt mit seiner demographischen Nischenausrichtung wahrscheinlich nicht als große Gelegenheit für Breitbandanbieter im Festnetz gelten, denn bei dieser Sachlage werden sie kaum über die Rolle eines Anbieters von »fat pipes«[2] hinauskommen.

Es liegt eine gewisse Ironie darin, dass die Serviceangebote, die – wenn wir vom Internetzugang einmal absehen – beim Verbraucher auf das größte Interesse stoßen, einfache Kommunikationsdienste sind: E-Mail, Instant Messaging, Chatrooms – und neuerdings auch noch Blogs (persönliche Internet-Tagebücher) und Wikis (Internetseiten wie Wikipedia, bei denen die Nutzer mitredigieren dürfen). Die Popularität dieser Services ist ein Zeichen dafür, dass eine kolossale Nachfrage nach Dienstleistungen besteht, die es dem Nutzer gestatten, Gespräche zu suchen und zu führen, sich selbst darzustellen und sozial aktiv zu sein. Aus der Popularität dieser Serviceangebote lässt sich jedoch keine Notwendigkeit für mehr Breitbandangebote herauslesen – denn all diese Anwendungen benötigen relativ geringe Datenübertragungskapazitäten und können gut über eine normale Telefonleitung im Einzeleinwahlverfahren laufen.

So überrascht es kaum, dass sich auch im Mobilfunkbereich ein ähnliches Muster herausgebildet hat. Der nach dem Telefongesprächssektor mit Abstand populärste Mobilfunkservice ist der SMS-Versand. Dieses Marktsegment besteht fast gänzlich aus persönlichen Botschaften an eine andere Person, und es trägt inzwischen mit bis zu 20 Prozent zu den Mobilfunkumsätzen bei. Es folgt Voicemail, der Anrufbeantworter, den bis zu 50 Prozent der Kunden in Anspruch nehmen. Diese beiden Serviceangebote machen zusammen mit den Telefongesprächen über 98 Prozent des Gesamtumsatzes der Mobilfunkgesellschaften aus.

Die anderen Datenservices – dazu zählt auch das Herunterladen von Klingeltönen und Display-Hintergründen – machen weniger als zwei Prozent des Gesamtumsatzes aus. Interessanterweise fallen diese Daten ganz überwiegend unter die Rubrik Handy-Personalisierung,

2. Wörtlich: »fette Röhren«, Internetjargon für »Breitbandverbindung« (AdÜ).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

können also klar zum Wunsch nach Selbstausdruck in Beziehung gesetzt werden.

Was bedeutet all dies für die Zukunft von Mobilfunk-Datenanwendungen? Positiv gesagt, dass der beste Ausgangspunkt für die Suche nach erfolgreichen Datenanwendungen die Kommunikation ist. Wer Anwendungen wie Chat, Instant Messaging, Bloggen etc. Mobilität, Präsenz und Unmittelbarkeit hinzufügen kann, hat gute Chancen, beträchtliche Werte und Umsätze zu schaffen. Der prinzipielle Vorteil des Mobilmediums – seine Allgegenwart – passt gut zu allen Arten von Kommunikationsdienstleistungen. Es gibt bereits erste Anzeichen, dass Handy-E-Mail äußerst populär wird. E-Mail-taugliche Geräte wie RIMs Blackberry haben beim Absatz außergewöhnliches Wachstum gezeigt. Auch wenn jede einzelne E-Mail den Mobilfunkbetreibern über die Gesprächsgebühreneinheiten nur wenig einbringt, legt das schiere Volumen des E-Mail-Versands den Gedanken an einen sehr substanziellen Markt nahe. Konsumenten auf der ganzen Welt kaufen Handys immer noch ganz überwiegend aus einem Grund: Kommunikation. Darum sollten die Mobilfunkanbieter ihr hauptsächliches, wenn nicht gar ausschließliches Augenmerk auf diesen Markt richten.

Der Inhalt ist König

Statt auf Kommunikation konzentrieren sich die Mobilfunkanbieter zurzeit jedoch auf Inhalte – weil sie dem Mythos Glauben schenken, der Inhalt sei König. Zweifellos generieren Inhalte kolossale Einnahmen. Zeitungen, Musik-CDs und -DVDs, Filme, Bezahlfernsehen, Bücher und alle möglichen anderen veröffentlichten Inhalte generieren Milliardenumsätze. Doch gilt es hier zwei wichtige Punkte zu bedenken. Erstens, das Gros der Umsatzerlöse für Inhalte geht an die Inhaltsproduzenten, nicht an die Zwischenträger. Und zweitens, die Einkünfte durch Inhalte sind zwar riesig, aber die Einkünfte durch Kommunikation waren stets (und sind noch immer) wesentlich größer. Selbst die größten und global erfolgreichsten Filmstudios generieren beispielsweise Nettogewinne, die bloß einen Bruchteil dessen ausmachen, was ein GSM-Mobilfunkanbieter in einem einzigen Land verdient. Daher ist die Vorstellung, die Übertragung von Inhalten auf Mobiltelefone werde die Branche revolutionieren und zusätzliche Milliardeneinnahmen generieren, von Grund auf falsch.

Laut Forrester Research, einem Forschungs- und Beratungsunternehmen für Telekommunikation und Technologie, ist es unwahrscheinlich, dass die Übertragung von Inhalten auf Mobiltelefone nennenswerte Einnahmen hervorbringen wird. Dagegen haben Gespräche zwischen Nutzern – inhaltsreiche Gespräche – das Potenzial, einen Multimilliarden-Dollar-Markt zu schaffen (vgl. de Lussanet/Nordan/

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Hollaway/Ackers 2002). Wie die Forschungen dieser Gruppe ergeben haben, sind für Mobilfunkbetreiber Downloads und Inhalte wesentlich weniger wichtig als die Kommunikationsdienstleistungen, die solche Inhalte umgeben. Der Small Talk von Telefongesprächen, der zum enormen Wachstum der Mobilfunkbranche geführt hat, kann demnach weiter angeregt und ausgebaut werden, wenn substanzielle Inhalte als Rohmaterial für Gespräche genutzt werden. In der Mobiltelefonie sind Inhalte Mittel zum Zweck, kein Selbstzweck.

Bandbreite gleich Erfolg

Weil sich die Mobilfunkbetreiber so sehr auf Inhalte konzentrieren, haben sie begonnen, eine immer längere Liste von drahtlosen Technologien im Mobilfunkbereich zu erkunden – und dafür auch schon beträchtliche Investitionen getätigt. Auf der Annahme gründend, dass letztlich riesige Inhaltsmengen auf das Handy zu übertragen seien, betätigen sich Mobilfunkbetreiber anscheinend als Risikokapitalisten (»spread betting«) – sie investieren riesige Geldsummen in neue Technologien, in der Hoffnung, auf diese Weise zusätzliche Bandbreite anbieten zu können, die der Kunde dann hoffentlich als Wertsteigerung zu betrachten (und zu bezahlen) bereit ist. Zu den ohnehin schon riesigen Investitionen in Netzwerke der dritten Generation (UMTS/3G) kommen jetzt noch hinzu: WLAN für drahtlosen lokalen Zugang zum Internet; HSDPA (High-Speed Downlink Packet Access), das in der 3G-Infrastruktur Verbindungsgeschwindigkeiten von bis zu 10 Megabyte pro Sekunde ermöglichen würde; DVB-H (Digital Video Broadcast-Handheld) für digitales Fernsehen auf dem Handy; und anderes mehr. Diese Technologien können ja durchaus höchst wirkungsvoll sein, aber sie wirken in mehrfacher Hinsicht auch störend. Erstens sind die Verbraucher schon jetzt nicht überzeugt, dass es überhaupt nötig sei, auf UMTS/3G hochzurüsten. Wer jetzt immer noch weitere Technologien draufsatteln will, verstärkt diese Unsicherheit nur noch mehr – wenn sich die Mobilfunkbetreiber schon nicht entscheiden können, welche Technologie am besten ist, warum sollten es dann die Verbraucher können? Zweitens, die Hinzufügung jeder neuen Technologie verstärkt bei den Mobilfunkbetreibern den Bilanzdruck für Kapitalaufwendungen; auf diese Weise werden die Bilanzen zu einer noch unangenehmeren Lektüre. Und schließlich hat jedes neue Netzwerkelement im Grunde auch zur Folge, dass das Zeitfenster für 3G-Lösungen und 3G-Erfolge immer unkalkulierbarer wird, was der ganzen Sache sicherlich nicht gut tut.

Es gibt keinerlei Präzedenzfall, aus dem sich ableiten ließe, dass die Menschen ein überwältigendes Interesse an Breitbandverbindungen und Hochgeschwindigkeit haben. Überdies gibt es kaum Belege dafür, dass die Mobilfunkkunden viele Möglichkeiten für sinnvolle Breitband-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

anwendungen sehen. Fast ausnahmslos kaufen sich die Verbraucher ihr Handy für Kommunikationszwecke. Und wie schon gesagt, könnten sie durchaus bereit sein, für einen »ziemlich schnellen« Anschluss zu zahlen – doch es spricht nur sehr wenig für die Annahme, dass sie bereit sein könnten, für »Höchstgeschwindigkeit« jeden Preis zu zahlen.

Alles gehört aufs Handy

Noch ein letzter Mythos plagt die Mobilfunkbranche: die Vorstellung, dass alles, wirklich alles – von Wetten bis zu Bankgeschäften, von Musik bis zum Film – aufs Handy gehöre. Doch das ist schlichtweg falsch. Zwar hat das Mobilgerät außerordentliches Potenzial, zwar nehmen seine Fähigkeiten und Einsatzmöglichkeiten mit der Zeit rapide zu, doch folgt daraus noch lange nicht, dass die Verbraucher ihr Handy als Zauberkiste oder Allzweckgerät betrachten.

Vielmehr gehört der Handygebrauch in einen klaren sozialen und praktischen Kontext. Das Mobiltelefon ist das perfekte Medium für Gespräche, weil es so gut wie überall funktioniert und das einzige Gerät ist, das die Verbraucher überallhin mitnehmen. Es ist das ideale Medium für das Senden von Botschaften und Mail, weil es allgegenwärtig und unmittelbar ist. Es ist die ideale Plattform für die Kontrolle anderer Dienstleistungen – vielleicht sogar sehr vieler anderer Dienstleistungen –, aber nicht unbedingt für deren Konsum. Von entscheidender Bedeutung ist gerade diese Trennung von Kontrolle und Konsum. Es ist durchaus vorstellbar, dass Kunden den Wunsch haben könnten, per Handy aktiv nach einem bestimmten Film zu suchen, ihn zu bestellen und ihn auch per Handy zu bezahlen. Aber ganz gewiss werden sie diesen Film dann doch lieber auf einem großen Bildschirm in der Behaglichkeit der eigenen vier Wände anschauen wollen. Sie wollen vielleicht per Handy die Schlagzeilen einer Zeitung überfliegen, doch ganze Artikel werden sie lieber auf einem Großbildschirm oder auf Zeitungspapier lesen.

Die wahre Rolle des Mobiltelefons, wenn man von seiner Hauptrolle als kritisches Kommunikationsinstrument einmal absieht, ist die Funktion einer Fernbedienung. Einer Fernbedienung, die es dem Kunden ermöglicht, zu suchen und zu finden. Einer Fernbedienung, die den Kunden informiert hält. Einer Fernbedienung, die es dem Kunden gestattet, auszuwählen und zu bezahlen. Was das Handy aber garantiert nicht ist: die Plattform für den Konsum von Inhalten, von allem und jedem.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Schlussfolgerungen

Droht den Mobilfunkbetreibern also die Katastrophe? Nein, aber sie müssen einen Augenblick innehalten und sorgfältig über die Grundlagen ihres Geschäftes nachdenken. Vor allem müssen sie sich intensiver um den Telefongesprächsbereich kümmern, sich wieder mehr auf jenen Sektor konzentrieren, dem sie den weit überwiegenden Teil ihrer Einnahmen und Gewinne verdanken.

Statt die Gewinnmargen im Gesprächssektor durch zunehmend großzügige Tarifbündelungen weiter erodieren zu lassen, sollten die Mobilfunkbetreiber sich lieber darauf konzentrieren, auch in diesem Bereich die Fortschritte der dritten Generation wirken zu lassen. Die meisten Mobilfunkbetreiber gehen von der Annahme aus, die »Killer-Anwendung« der dritten Generation sei die Datenanwendung. Dabei gibt es keinen Grund, warum nicht die nächste Generation der Telefonie diese »Killer-Anwendung« sein sollte. Wahrscheinlich wäre der beste Weg, die Festnetztelefonie in den Schatten zu stellen (und die Internet-Telefonie gleich mit), ein vertretbares Qualitätsdifferential für Handygespräche zu entwickeln. Die 3G-Netze verfügen über ausreichende Bandbreite und Kapazitäten, um eine High-Fidelity-Stimmübertragungsqualität sicherzustellen. Sogar in Stereo.

Es ist nicht ohne Ironie, dass die Mobilfunkbetreiber bislang die Möglichkeit übersehen haben, auch den Gesprächssektor auf den neuesten Stand zu bringen. Schon allzu lange haben sich die Telefonkunden in allen Netzen – im Festnetz wie in den Mobilfunknetzen – mit einer Audioreproduktion abgefunden, die durch eine geringe Bandbreite und schlechte Qualität geprägt ist. Hi-Fi in Verbindung mit universaler Mobilität würde den Mobilfunknetzen einen unschlagbaren Vorteil gegenüber allen anderen Formen der Stimmübertragung verschaffen.

Auch müssen die Mobilfunkbetreiber (an)erkennen, dass nicht Inhalte ihr Geschäft sind, sondern die Kommunikation. Und in diesem Bereich werden Einkünfte durch die Entwicklung von Kommunikationsdienstleistungen erzeugt, die die zwischenmenschliche Interaktion in neue Bereiche ausdehnen. Das bedeutet allerdings, dass dafür die geballte Kraft der Mobilfunknetze und -geräte eingesetzt werden muss. Und das bedeutet im Einzelnen auch, dass alles funktionieren muss. Es ist leider wahr, dass noch heute Kunden mit einem neuen hochspezifizierten Mobiltelefon aus dem Laden gehen können, das für elementare Bedürfnisse des Kunden nicht richtig konfiguriert ist, zum Beispiel für MMS-Bildbotschaften und E-Mail. Wenn die Mobilfunkbetreiber wirklich darauf aus sind, ihre Umsätze im Datenverarbeitungsbereich zu steigern, müssen sie dafür sorgen, dass ein Kunde unmöglich aus dem Laden gehen kann, ohne dass sein Handy wirklich betriebsbereit ist

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

und jede sinnvolle Art von Mobilkommunikation senden und empfangen kann.

Die Mobilfunkfirmen wären überdies gut beraten, wenn sie über das Handydesign nachdächten. Denn die Nutzung selbst der elementarsten Dienste außerhalb der reinen Telefonie, zum Beispiel SMS, wird durch eine allzu große Vielfalt von Benutzeroberflächen und Betriebssystemen behindert, die in modernen Handys erhältlich sind. Steigen Sie in ein Auto einer beliebigen Marke, und Sie werden immer in der Lage sein, damit zu fahren. Scheinwerfer, Schaltknüppel, Scheibenwischer und sogar die Stereoanlage – alles befindet sich an Standardpositionen. Darum weiß der Nutzer auch sogleich damit umzugehen. Bei Handys ist das leider nicht so. Darum müssen die Mobilfunkbetreiber daran arbeiten, Standard-Interfaces zu entwickeln. Sonst werden die Nutzer – alle außer den versiertesten Technikfreaks – diese Dienste einfach nicht in Anspruch nehmen.

Dienstleistungen – nicht Bandbreite und Technologie – sind es, die Geld einbringen. Die Mobilfunkanbieter müssen sich auf die Entwicklung eines Spektrums von praktischen, sinnvollen und relevanten Dienstleistungen mit Langzeitperspektive konzentrieren und dann entscheiden, welche Technologie es ihnen gestattet, diese Dienstleistungen so effizient wie möglich zu erbringen. Das ist die richtige Reihenfolge, nicht umgekehrt.

Die Kommunikation ist König

Die Dienstleistungen selber müssen weder komplex noch fortschrittlich sein. Es könnte in der Tat so sein, dass sie umso populärer werden, je einfacher sie sind. Und es gibt noch mehr als genug naheliegende Mobilfunkdienstleistungen, die trotzdem noch nicht angeboten werden. Zum Beispiel können sich die Nutzer von ihrem Mobilfunkbetreiber immer noch nicht per Handy wecken lassen. Sie können keine digitalen »Haftnotizen« (Post-it) an ihre Kollegen verschicken. Sie können auf ihrem Handy keine Kreuzworträtsel lösen.

Letztlich liegen alle Vorteile auf Seiten der Mobilfunkanbieter – alle wichtigen Faktoren sprechen für sie. Scheitern können sie nur an sich selbst. Historisch gesehen, hat sich als Funktion der Zeit, als Funktion der neuen Medien und als Funktion neuer Kommunikationsformen unser Kommunikationsbedarf ständig vergrößert.

In diesem Kontext ist allein schon die Vorstellung von »Datenübertragungen« irrelevant. Wenn wir akzeptieren, dass die Kommunikation König ist, besteht überhaupt keine Notwendigkeit, die Welt der Telefonie willkürlich in »Gespräche« und »Datenübertragung« zu unterteilen. Weil die Kunden dies letztlich nicht tun – und auch nicht tun werden.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Literatur

de Lussanet, Michelle/Nordan, Matthew/Hollaway, Erin/Ackers, Guus (2002), »Conversational Content Unlocks Revenue«, Forrester Research Inc., *The TechStrategy Report*, Juli.

Lehman Brothers (2003), *Mobile Growth at Risk as Fixed Stands Firm*, in: *Telecom Services*, 30. Mai.

Percy, Kenneth (2003), »Five Nines, by the Book«, in: *Network World*, 14. April; http://www.networkworld.com/columnists/2003/0414testers choice.html (7. Januar 2006).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Zusammenfassung und Ausblick: Der Delphi Report

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Menschen, Mobiltelefone und Gesellschaft: Abschließende Erkenntnisse aus einer internationalen Expertenbefragung

Peter Glotz und Stefan Bertschi

Einleitung

Es ist nicht leicht einzuschätzen, ob und wie die Menschen Mobiltechnologien in ihr tägliches Leben integrieren werden, und wie die Verwendung von Technologien das gesellschaftliche Leben beeinflussen wird. In der Befragung, die Gegenstand des vorliegenden Beitrags ist, war es unser Ziel, soziale »Situationen« zu verifizieren, die sich aus der Verwendung von Mobiltelefonen ergeben. Einige dieser Situationen existieren bereits (wenigstens in einigen Regionen oder Ländern). Meistens wurden früher, um Tendenzen und Aussichten des Mobiltelefongebrauchs zu entdecken, individuelle Expertenmeinungen herangezogen. Um diese Basis zu erweitern, haben wir eine Methode verwendet, die es schon seit rund fünfzig Jahren gibt: die Delphi-Methode (vgl. Linstone/Turoff 1975). Die so genannte Delphi-Technik ist eine Fragebogen-Methode, die dem Ziel dient, Expertenmeinungen zu organisieren und durch Feedback dem Kreis der Befragten zugänglich zu machen, was zu weiteren Diskussionen führt.

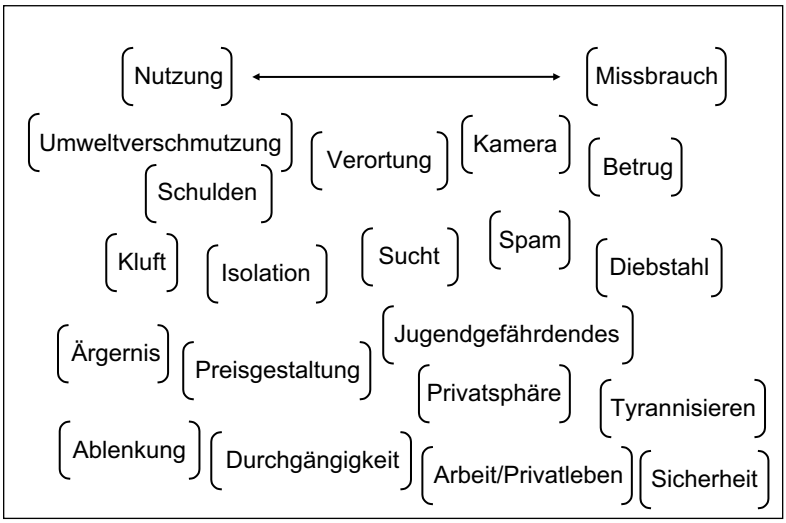
Hier wurde die Delphi-Methode eingesetzt, um persönliche, aber gut begründete Meinungen zum gegenwärtigen Status des Mobiltelefongebrauchs sowie zu Vorfällen und Entwicklungen im Bereich seiner gesellschaftlichen Auswirkungen einzuholen. Diese Meinungen wurden während des Delphi-Prozesses durch einen Gedankenaustausch weiter gefestigt. Während des Prozesses wurden die Teilnehmer ermutigt, ihre Antworten im Lichte der anonymen Antworten anderer Mitglieder aus dem Kreis der Befragten weiter auszubauen. Ziel der Erhebung war es nicht einfach, individuelle Meinungen zu sammeln; vielmehr wurde in zwei aufeinander folgenden Befragungswellen (Runden) ein Konsens zwischen Experten aus verschiedenen Fachrichtungen und von unterschiedlicher Herkunft erstrebt.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Forschungen zu den sozialen Auswirkungen und zur Zukunft des Handygebrauchs sollten ein breites Spektrum unterschiedlicher Aspekte berücksichtigen. Eine vorgeschaltete Sichtung der Fachliteratur und eine Analyse der Wahrnehmung des Problems in Medien und Öffentlichkeit waren dabei behilflich, wichtige Themen und Zusammenhänge zu identifizieren und einzugrenzen (Anregungen dafür erhielten wir durch die Facettentheorie, vgl. Borg 1977). Ein Beispiel – die so genannte »Honigwabe«, die wir im Vorfeld unserer Delphi-Befragung verwendeten – ist in Abbildung 1 zu sehen.

Der nächste Schritt war die Erarbeitung und Diskussion vorläufiger Fragen – ein Vorgang, der schließlich zum tatsächlich verwendeten Fragebogen führte. Darüber hinaus wurden verschiedene bei einem internationalen Experten-Workshop gesammelte Anregungen zur Weiterentwicklung der Gesamtbefragung genutzt (dieser Expertenworkshop wurde gemeinsam mit T-Mobile International im Sommer 2004 in London organisiert und abgehalten). Die eigentliche Expertenumfrage fand dann im Herbst 2004 statt. Die Ergebnisse vermitteln einen Eindruck vom gegenwärtigen Forschungsstand und zeigen weitere Themen und Desiderate auf.

Abbildung 1: Die »Honigwabe« zeigt mit dem Mobiltelefon verbundene Themen- und Problembereiche.



Wir luden 300 Experten aus dem Universitätsbereich, aus Forschungsinstitutionen und der Telekommunikationsindustrie zur Teilnahme und zur Beantwortung eines ersten Online-Fragebogens ein. In der ersten Befragungswelle beantworteten 50 Prozent der eingeladenen Experten

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Tabelle 1: Demographische Daten der Teilnehmer an der Befragung (in Prozent).

		1. Welle	2. Welle
Rücklauf		n=153	n=117
Geschlecht	weiblich	22,9	23,1
	männlich	77,1	76,9
Alter	20-29	6,2	6,0
	30-39	39,6	38,8
	40-49	28,8	27,6
	50-59	19,9	21,6
	60+	5,5	6,0
Herkunft	Europa	75,8	76,1
	Nordamerika	18,3	17,1
	Asien/Ozeanien	5,9	6,8
Arbeitsplatz	Universität/College	51,0	52,1
	Telekom-Branche	17,0	17,1
	Beratung/Marktforschung	11,8	10,3
	Privates Forschungsinstitut	8,5	6,8
	Öffentl. Forschungsinstitut	6,5	7,7
	Sonstige	5,2	6,0
Expertise	Gering	4,1	4,4
	Mittel	28,1	28,3
	Hoch	67,8	67,3

diese Fragen (vgl. Tabelle 1 zu den demographischen Einzelheiten). Um die Auswirkungen des Mobiltelefongebrauchs zu überprüfen, gaben wir Statements (und kurze Szenarien) vor; die Aufgabe der Teilnehmer bestand darin, diese »Alltagssituationen« auf ihre Wahrscheinlichkeit in der nahen Zukunft (d.h. in den Jahren 2006-2007) hin einzuschätzen. Bei allen Statements kam eine sechsstufige Likert-Skala zum Einsatz.[1] Die Statements wurden anschließend zu thematischen Einheiten zusammengefasst. Die Experten wurden gebeten, die Wahrscheinlichkeit einzuschätzen, ob ein spezifisches Szenario in der nahen Zukunft eintreten werde. Der Online-Fragebogen der ersten Welle der Befragung bestand aus 54 geschlossenen und 7 offenen Fragen. Die

1. Den Beschreibungen der Skalenkategorien wurden folgende Abkürzungen beigegeben, die auch in den Abbildungen des vorliegenden Kapitels Verwendung finden: Sehr unwahrscheinlich (SU 1), Unwahrscheinlich (U 2), Eher unwahrscheinlich (EU 3), Eher wahrscheinlich (EW 4), Wahrscheinlich (W 5), Sehr wahrscheinlich (SW 6). Wir stellten keine neutrale »Mittelposition« zur Auswahl, um die Experten zu einer klaren Stellungnahme zu bewegen.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

sprachlichen Formulierungen der Fragen und Statements waren einfach gehalten; sie sollten deutliche Meinungen zu den Auswirkungen des Mobiltelefongebrauchs im Alltag erbringen.

Der zweite Fragebogen bestand aus jenen 27 geschlossen formulierten Fragen, die in der ersten Welle unter den Befragten Widerspruch erregt hatten. In der zweiten Welle wurden die Befragten ermuntert, ihre ursprünglichen Antworten im Lichte der Antworten anderer auszubauen oder zu revidieren. Damit die Experten in der Lage waren, ihre ursprünglichen Antworten zu überdenken, erhielten sie für jedes einzelne Statement aus unserer Auswertung den Mittelwert, die Standardabweichung und die eigene Antwort. Die Teilnehmer wurden aufgefordert, nach Kenntnisnahme dieser Informationen ihre früheren Antworten zu bestätigen oder sie zu revidieren/ändern. Drei Viertel der Befragten, die den ersten Fragebogen ausgefüllt hatten, waren bereit, auch den zweiten Fragebogen auszufüllen. Die verwendete Delphi-Technik ist eine subjektiv-intuitive Methode und basiert auf der Erfahrung, dass Teilnehmer ihre Antworten eher revidieren, wenn sie davon nicht wirklich überzeugt sind.

Leider war die asiatische Stichprobe zu klein, als dass man daraus relevante Schlüsse über diese Region hätte ziehen können. Gleichwohl ist die Aussage möglich, dass es hinsichtlich der Herkunft und des Arbeitsplatzes keine signifikanten Unterschiede gab: Amerikaner und Europäer verteilen sich gleichmäßig auf fortschrittliche und konservative Ansichten, während bei den deutschen Teilnehmern eine bestimmte Art von »kulturkritischem Vorurteil« etwas hervortritt. Überraschenderweise sind die Angehörigen der Telekom-Branche genauso kritisch eingestellt wie die Akademiker. Quervergleiche ergaben, dass die ihrer Selbsteinschätzung nach »hochgradigen« Experten weniger dazu neigen, sich Mainstream-Antworten anzupassen; sie bleiben mit größerer Wahrscheinlichkeit auch in der zweiten Befragungswelle bei ihren ursprünglichen Ansichten. Generell waren die Veränderungen zwischen der ersten und zweiten Welle nicht wirklich signifikant. Trotz einer gewissen (methodologisch vorgegebenen) Bewegung hin zu den Mittelwerten der ersten Welle waren Veränderungen in Richtung gegenteiliger Meinungen (unwahrscheinlich vs. wahrscheinlich) minimal. Der vorliegende Beitrag endet mit einer Liste jener Teilnehmer, die ihr Einverständnis zur Nennung gaben, sowie mit einer ausführlichen Tabelle der Daten (vgl. Tabelle 2).

Soziale Beziehungen

Wie aus den Beiträgen des vorliegenden Bandes klar hervorgeht, war ein wichtiger Aspekt der neueren Forschungen die Klärung der Frage, wie Handys in naher Zukunft die sozialen Beziehungen verändern

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

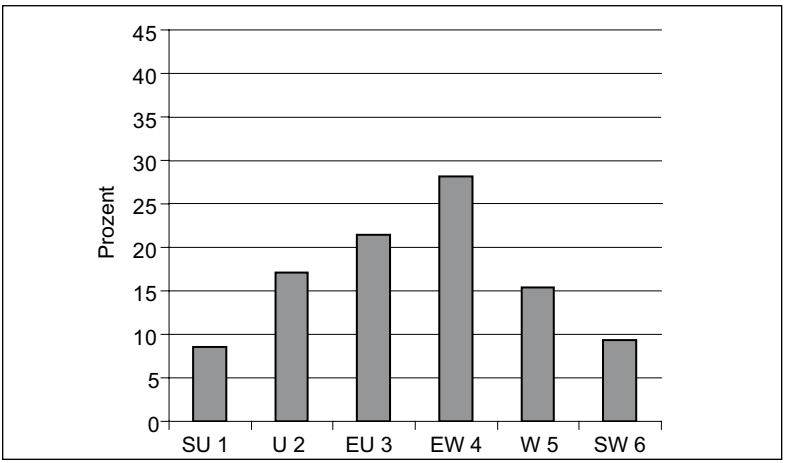
werden. Beim Statement, dass das Mobiltelefon wichtig sein werde, um »neue Freunde zu gewinnen« (Frage 4.1), waren sich die Experten allerdings nicht einig. 60 Prozent votierten für »wahrscheinlich«, aber die Hälfte von ihnen nur halbherzig für »eher wahrscheinlich«. Obgleich es den Anschein hat, dass die zukünftige Technologie komplexe soziale Interaktionen ermöglichen wird, wie Paul Golding im vorliegenden Band näher ausführt, gibt es weiterhin keine überzeugende Antwort auf die Frage, ob die Handynutzer mit Hilfe ihres Geräts neue Freundschaften werden schließen können. Allerdings gibt es erste Anzeichen dafür, dass Nutzer bereitwillig ihre Handynummern austauschen, weil diese Nummern zu einer Art von persönlichem Identifikationsmerkmal werden (wie Führerschein und Personalausweis). Es könnte also Erfolgspotenzial in Serviceangeboten wie einem Handy-»Friendster« liegen (analog zur populären gleichnamigen Online-Kontaktbörse), damit Interessenten auf diese Weise Freunde ihrer Freunde kennen lernen können, die sich vielleicht gerade in derselben Bar oder im selben Club aufhalten. Deutlich anders fallen die Antworten aus, wenn die Frage gestellt wird, ob Mobiltelefone für die Aufrechterhaltung bestehender Beziehungen von Bedeutung sein werden (Frage 4.2). Fast alle Experten antworteten zustimmend, mehr als die Hälfte von ihnen sagte sogar, dies sei »sehr wahrscheinlich«. Nach Überzeugung der Experten ist es sehr wahrscheinlich, dass die sozialen Folgen des Handygebrauchs – wie sie im ganzen vorliegenden Band und im Delphi-Kapitel aufgezeigt werden – die Alltagskultur in beträchtlichem Maße beeinflussen werden (Frage 17.1). Man ist allerdings nicht der Meinung, dass solche Folgen generell für die Telekommunikationsbranche bedrohlich werden könnten (Frage 17.2). Weil das Handy mit seinem Nutzer eng verbunden ist (wie Jane Vincent in ihrem Beitrag im vorliegenden Band zeigt), ermöglicht es eine leicht und ständig verfügbare Verbindung, um Kontakt zu geliebten Menschen zu halten – »Die bisherigen Forschungen haben gezeigt, dass Mobiltelefone am häufigsten verwendet werden, um Kontakt zu bereits vorhandenen sozialen Netzwerken zu halten, statt völlig neue Kontakte zu schließen.« Die meisten Experten stimmen der Aussage zu, dass Handys ein wichtiges Mittel der Beziehungspflege sind (vgl. dazu den Beitrag von Hans Geser im vorliegenden Band).

Die Ergebnisse nach der ersten Welle der Befragung zeigten, dass die Experten bei Frage 4.3 zwar nicht einer Meinung waren, es aber als wahrscheinlicher ansahen, dass »Personen, die kein Mobiltelefon benutzen, dem Risiko ausgesetzt sind, den Kontakt zu Mobiltelefonnutzern zu verlieren«. Einige der Befragten revidierten ihre Antwort zu diesem Punkt in der zweiten Welle der Befragung. Die Experten halten es für weiterhin wahrscheinlich, dass der Besitz eines Mobiltelefons in naher Zukunft eine Kluft zwischen Besitzenden und Habenichtsen schaffen werde. Drei Viertel der Experten gehen davon aus, dass dieses

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Szenario mit einem gewissen Maß an Wahrscheinlichkeit eintreten wird. Ein Experte vertrat die Meinung, dies treffe »nur unter jungen Leuten« zu und auch nur dann, wenn die Betreffenden nicht auf andere Weise (WLAN, Festnetzanschluss etc.) erreichbar seien. Die meisten Befragten glauben nicht, dass infolge des Mobiltelefongebrauchs die Beziehungen oberflächlicher (oder weniger engagiert) werden (Frage 4.4). Drei Viertel der Experten nehmen an, dass dieses Szenario unwahrscheinlich ist. Interessanterweise halten Experten, die zu dieser Frage bereits eine extreme Meinung hatten, an ihrer ersten Einschätzung hartnäckig fest. Erwähnt wurde auch, dass all diese fünf Szenarien von Alter, Geschlechtszugehörigkeit, kulturellen Unterschieden und geographischer Region abhängig seien: »Die Debatte über den Mangel an Sensibilität und die Auswirkungen auf die sozialen Werte wird heftig weitergehen, wenn Handynutzer nur noch ihre Geräte im Sinn haben und dabei das öffentliche Umfeld, in dem sie sich gerade befinden, völlig ignorieren. Dies wird in Japan und Korea bereits sehr deutlich.« Die Mobiltelefonie ist nicht nur geeignet, Menschen miteinander zu verbinden, sondern »die mobiltelefonischen Praktiken bergen in sich auch das Risiko, isolierte, quasi mit Mauern umgebene Gemeinschaften innerhalb bereits etablierter sozialer Gruppen zu errichten«.

Abbildung 2: Das soziale Leben wird unkalkulierbarer werden.



Der letzte und wohl interessanteste Aspekt dieses Themenfeldes ist die Frage, ob das soziale Leben infolge des Mobiltelefongebrauchs unkalkulierbarer werden wird (Frage 4.5). Nach der ersten Welle unserer Delphi-Befragung herrschte unter den Experten zu diesem Punkt eine deutliche Unsicherheit: Die Gesamtwerte der drei Wahrscheinlichkeits- und der drei Unwahrscheinlichkeits-Kategorien lagen bei jeweils

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

rund 50 Prozent. Die Unsicherheit zeigte sich ferner in der Tatsache, dass alle sechs Optionen mit signifikanter Häufigkeit gewählt wurden. Nach der zweiten Befragungswelle erscheint es jetzt als etwas wahrscheinlicher, dass sich das gesellschaftliche Leben wegen des spontanen Handygebrauchs möglicherweise unkalkulierbarer gestalten wird (vgl. Abbildung 2; dort insgesamt 47 Prozent für »unwahrscheinlich«, 53 Prozent für »wahrscheinlich«). Die Experten erkennen an, dass Mobiltelefone die Flexibilität im sozialen Leben vergrößern werden und dass sich die Zeitplanungsräume von Tagen auf Stunden oder gar Minuten reduzieren werden. Es wurde angemerkt, dass das Handy »es den Leuten gestatten (oder sie gar dazu ermutigen?) wird, sich weniger genau festzulegen«. Das soziale Leben werde »wegen des Mobiltelefons anders werden«.

Nichtnutzer und Mobiltelefone

Wir wollten wissen, mit welchen Problemen sich die Nichtnutzer von Handys konfrontiert sehen würden. Die Teilnehmer an der Delphi-Befragung waren bei der Frage, ob Nichtnutzer mit einem Informationsdefizit würden leben müssen, (leicht) unentschieden (Frage 12.1). In diesem Statement wurde vorausgesetzt, dass in Zukunft immer mehr Informationsbeschaffung über Mobilgeräte abgewickelt wird (54 Prozent der Experten meinten allerdings, dass dies in naher Zukunft nicht der Fall sein werde). Generell scheinen die Experten dem Telefon als Informationsquelle nicht allzu viel Bedeutung beizumessen (»weil die Leute immer noch einen [zusätzlichen] Online-Zugang über ihren PC haben werden«). Aber »das Mobiltelefon wird höchstwahrscheinlich in angemessener Zeit die Kluft beim Informationszugang überwinden« (weil Handys erschwinglich, tragbar und in vielen Entwicklungsländern auch gebraucht erhältlich sind; vgl. Jonathan Donners Beitrag im vorliegenden Band). Die potenziellen Probleme der Nichtnutzer von Handys werden nach Ansicht der Befragten deren »soziale Beziehungen viel stärker betreffen als einen potenziellen Informationsmangel«. Zwischen dieser und einer anderen Expertenmeinung besteht ein gewisser Zusammenhang: »Man sollte den Informationseffekt nicht unterschätzen, der sich aus dem spontanen, flexiblen Gebrauch eines Geräts ergibt, das den Zugang zu Quellen oder die Koordination mit anderen ermöglicht.«

Es sprach einiges dafür, dass die Mobilität von Menschen, die kein Handy besitzen, beschränkt sein könnte (Frage 12.2). Doch ähnlich wie beim vorigen Statement waren die Experten unentschieden (Gesamtwerte: 44 Prozent für »unwahrscheinlich«, 56 Prozent für »wahrscheinlich«). Meistens »haben Nichtnutzer von Handys Strategien, warum sie kein solches Gerät besitzen; die Wahrscheinlichkeit ist größer, dass es

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

sich um eine bewusste Entscheidung handelt, kein Mobiltelefon zu haben«. Wie sehr es sich dabei um eine kulturelle Frage handelt, zeigt die Antwort eines anderen Experten: »In den Vereinigten Staaten sehe ich nicht die gleiche Notwendigkeit voraus, ein Handy zu besitzen, wie sie anscheinend in Europa oder Asien schon gegeben ist.« Ein Befragter vermerkte in der zweiten Welle der Befragung: »Interessanterweise habe ich mich bei dem Gedanken ertappt, dass der zentrale Wert von Mobiltelefonen gar nicht die Mobilität ist.« Doch wie die Antwort auf eine andere Frage zeigt, halten mehr als 80 Prozent der Delphi-Teilnehmer es für wahrscheinlich, dass ein Mobiltelefon die Mobilität der Nutzer vergrößert (Frage 16.1). Gleichwohl hätten wir eine höhere Wahrscheinlichkeitsquote erwartet – dass sie so niedrig ist, hat vielleicht zum Teil auch damit zu tun, dass »das Mobiltelefon zum Massenkonsumartikel wurde, weil die Bevölkerung bereits hochmobil war«.

Die größere Freiheit des Handynutzers gegenüber dem Nichtnutzer zeigt sich deutlich in der signifikanten Wahrscheinlichkeit (fast 80 Prozent) von Problemen für Nichtnutzer bei der Planung des Alltagslebens und bei der Koordination mit dem Leben anderer (Frage 12.3). Angesichts der Tatsache, dass so viele Kontakte bereits über Mobilkommunikationsgeräte ablaufen (vgl. Leslie Haddons Beitrag im vorliegenden Band), scheint die Feststellung nicht unrealistisch zu sein, dass Nichtnutzer »möglicherweise nicht in der Lage sein werden, so viele Dinge gleichzeitig zu tun; aber das muss nicht unbedingt ein Nachteil sein«. Die Befragten waren in ihren Antworten jedenfalls der Meinung, dass der Nichtbesitz eines Handys auch in Zukunft kein größeres Problem sein dürfte als heute schon.

Abhängigkeit vom Mobiltelefon

Um aufzudecken, wie sehr die Nutzer von ihren Mobiltelefonen abhängig sind, formulierten und testeten wir das folgende Statement: »Wenn das Mobiltelefon verloren geht oder gestohlen wird, wird das Alltagsleben des Nutzers stark beeinträchtigt« (Frage 2.1). Obwohl einige Experten behaupteten, es gebe Backup-Lösungen für auf dem Handy gespeicherte persönliche Daten, herrscht die Meinung vor, das Leben der Menschen werde wirklich beeinträchtigt, wenn sie von ihrem Handy getrennt würden (und damit auch von den dort gespeicherten Daten wie Adressbuch, Botschaften, Fotos). Mehr als 90 Prozent der Experten glauben, dass dieses Szenario bis zu einem gewissen Grade wahrscheinlich ist. Ein Expertenzitat (»Ich meine, wir sollten die Abhängigkeit [*dependency*] nicht überschätzen, weil sie sich auf Objekte bezieht«) lässt sich teilweise dadurch widerlegen, dass hier ganz offenkundig mehr im Spiel ist als nur ein »materielles Objekt«. Die meisten Experten sehen die Abhängigkeit der Leute von ihren Handys als nicht

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

problematisch an, solange Abhängigkeit als »sich auf das Handy verlassen« definiert werden kann (wie es auch in unserem Statement impliziert war) und solange keine suchtartige psychische Abhängigkeit (*addiction*) vorliegt. Der Gedanke der »Abhängigkeit« impliziert manchmal etwas Negatives im Sinne von schädlichen Auswirkungen – eine Sichtweise, der die Teilnehmer der Befragung nicht unbedingt zustimmen.

Das Mobiltelefon wird immer wichtiger werden. Das zeigt sich auch in der zunehmenden Abhängigkeit (*dependence*), die von den Teilnehmern der Delphi-Befragung vorhergesagt wird. 90 Prozent stimmen der Aussage zu, dass sich diese Abhängigkeit dramatisch verstärken werde (Frage 2.2). Einige Experten weisen darauf hin, dass sich die Abhängigkeit nicht mehr wesentlich verstärken werde, weil die Menschen schon heute sehr von ihren Handys abhängig seien (vgl. Jonathan Donners Beitrag im vorliegenden Band zur Bedeutung des Mobiltelefongebrauchs in Entwicklungsländern). Andererseits ist die befragte Expertenrunde unentschieden hinsichtlich der Frage, ob die Abhängigkeit von einem technologischen Gerät wie dem Mobiltelefon die breite Öffentlichkeit mobilisieren und zu einer öffentlichen Debatte führen werde (Frage 2.3). Das Ergebnis ähnelt hier der normalen Verteilung in einer Gaußschen Glockenkurve. Letztlich geht es um das Problembewusstsein und um eine Einschätzung der Frage, welches Gewicht dieses Thema in Zukunft haben wird. Dazu ein Teilnehmer der Befragung: »Die öffentliche Debatte hängt von der Transparenz bezüglich Gesundheitsrisiken und Sozialstatus des Mobiltelefons ab.«

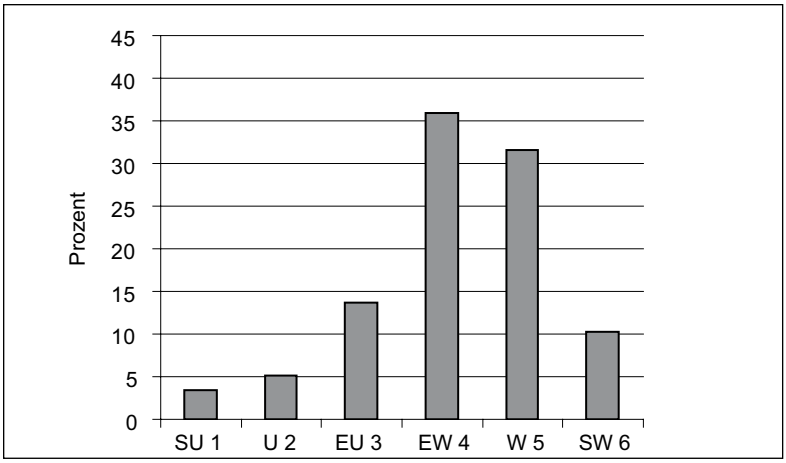
Dann wurde das Konzept der suchtartigen Abhängigkeit (*addiction*) in die Umfrage eingeführt und die Frage gestellt, in welchem Ausmaß Handysucht zu einem echten Problem werden könne. Die Experten stimmten hier der Annahme zu, dass Handysucht nur sehr wenige Menschen betreffen werde (Frage 3.1). Drei Viertel sind allerdings überzeugt, dass dieses Szenario wahrscheinlich eintreten werde. Doch einige Befragte kritisierten auch unsere Definition und stellten fest, es sei schwierig, *addiction* von *dependence* zu trennen. Ein Experte stellte klar: »*Addiction* ist ein klinischer Befund, *dependence* nicht.« Unsere Frage impliziere, dass es »so etwas wie Handysucht« gebe, und male »eine drohende Krise aus, die es gar nicht gibt, obgleich es sehr wichtig ist, die Einstellungen zum Handy psychologisch zu verstehen«. Ein anderer Experte formulierte es so: »Das Mobiltelefon wird hier zum Sündenbock für umfassendere Probleme beim Zerfall der Gesellschaft gemacht.«

Selbst wenn nur wenige Menschen unter echter Handysucht leiden werden, wird dies wahrscheinlich zu einer Debatte in den Medien führen (Frage 3.2). Weil die Kontroverse über Handysucht ein mediengerechtes Thema sei, gehen die Befragten auch davon aus, dass sich die Medien dieses Themas annehmen werden (vgl. Abbildung 3). Einige

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Experten weisen darauf hin, dass es in der Logik der Medienwelt liege, ambivalente und kontroverse Themen aufzugreifen und darzustellen (»bestimmte Vorstellungen von Suchtverhalten beflügeln die Mediendebatten stärker als die Realitäten«). Ein Experte nimmt an, dass »diese Debatte in den Medien eher kurzlebig sein wird«, ein anderer ist überzeugt, dass »die Mediendebatte das Problem nicht berühren« werde.

Abbildung 3: Handysucht wird zu einer Debatte in den Medien führen.



Kinder und Mobiltelefone

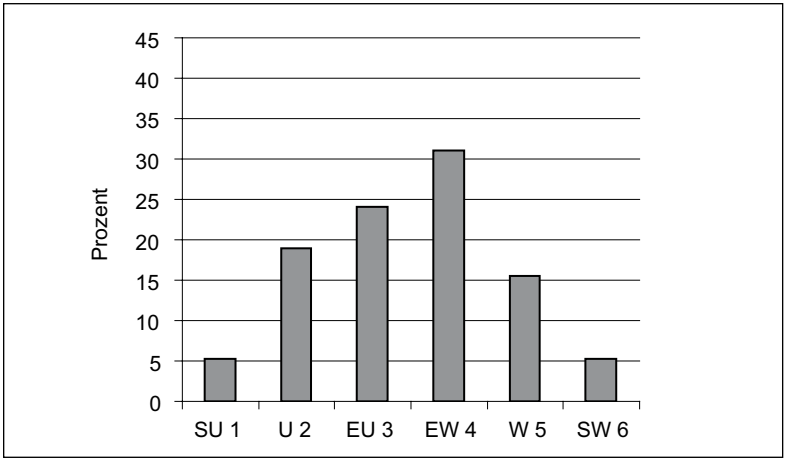
Die einzige strikt normative Frage in unserer Delphi-Befragung lautete, in welchem Alter Kinder ihr erstes Handy bekommen sollten (Frage 6.1). Die meisten Experten halten ein Alter zwischen zehn und vierzehn Jahren für angemessen (Mittelwert 11,4 Jahre). Wir waren überrascht, wie breit das Spektrum der Antworten war (es reichte von sechs Jahren bis zu sechzehn Jahren). Ein Experte gab zu bedenken, das angemessene Alter hänge von den verfügbaren Handyfunktionen ab. Ein anderer antwortete eher allgemein: »Wenn sie selbst genug Geld verdienen und genug Medienkompetenz besitzen, um ein Mobiltelefon zu kaufen und zu betreiben!«

Die befragten Experten waren der Ansicht, das Durchschnittsalter beim ersten Handy werde sinken (Frage 6.2). Für alle Experten ist klar, dass dies schon in naher Zukunft geschehen wird. Sicherheit war der meistgenannte Vorteil beim Handygebrauch durch Kinder; auf dem nächsten Platz folgte die Möglichkeit, mit Eltern, Familienangehörigen und Freunden Kontakt zu halten. Potenzielle Gesundheitsrisiken und

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

die Überwachung (mit verschiedenen Merkmalen) wurden als negative Aspekte des Mobiltelefongebrauchs durch Kinder genannt, gefolgt von Kosten, allgemeinen Verantwortungsproblemen und dem sozialen Druck der Gleichaltrigen. Weil die Wahrscheinlichkeit bestätigt wurde, dass Kinder mit Handys immer jünger werden, gilt es als wahrscheinlich bis sehr wahrscheinlich, dass dieses Thema in der Öffentlichkeit, und speziell in den Medien erörtert werden wird. 90 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit der Handybesitz von Kindern in den Medien zu einer Debatte führen wird (Frage 6.3). Einer der Experten sprach sich klar dafür aus, dass vorrangig »die Entscheidung der Eltern gelten sollte, nicht staatliche Regelungen«.

Abbildung 4: Mobiltelefone werden den Jugendschutz aushöhlen.



Dasselbe könnte auch für den folgenden Aspekt gelten. Weil es zum Zeitpunkt der Umfrage verhältnismäßig leicht war, mit dem Handy an nicht jugendfreie Inhalte zu gelangen (z.B. Pornographie und Glücksspiele), wollten wir wissen, was diese Tatsache für den Schutz der Minderjährigen bedeute (Frage 7.1). Nach der ersten Befragungswelle waren die Antworten fast gleich verteilt (insgesamt 51 Prozent für »unwahrscheinlich«, 49 Prozent für »wahrscheinlich«). Bei der zweiten Welle gab es leichte Verschiebungen (um 3 Prozent; jetzt 48 zu 52 Prozent, vgl. Abbildung 4). Dieses Thema kann als sehr kontrovers gelten. Ein Experte vermerkte in seiner Antwort: »Der Zugang zu nicht jugendfreiem Material ist durch eine Übereinkunft der Mobilfunkbetreiber eingeschränkt, darum ist schon die Fragestellung [der Hauptfrage] falsch.« Man kann allerdings sehr wohl die Frage stellen, ob eine solche Übereinkunft ausreicht, um den Jugendschutz wirklich sicherzu-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

stellen. Manche Experten plädieren für »technische Filter«, andere sind sich nicht sicher, »ob wir in der Lage wären, zu regulieren, was von Telefon zu Telefon übertragen wird«. Die schlimmsten Befürchtungen gelten »unaufgeforderter Pornowerbung (Spam), die plötzlich auf Kinderhandys erscheint«.

Es herrscht auch beträchtliche Unsicherheit, ob stärkere gesetzliche Regelungen zum Mobiltelefongebrauch durch Minderjährige überhaupt benötigt werden (Frage 7.2). Mehr als die Hälfte der Experten nimmt jedoch an, dass es in naher Zukunft wahrscheinlich dazu kommen wird. Einige Befragte sind überzeugt, dass wir mehr Regelungen bekommen werden, dass jedoch schärfere Bestimmungen »nicht viel ausrichten werden«. Ein Experte glaubt, dass »man die Netzwerkbetreiber zwingen wird, die gesetzliche Verantwortung für den Inhalt (der Bilder), die über ihr Netzwerk verbreitet werden, zu übernehmen«. Zwei Experten meinen, dass die Lösung bei der Kontrolle durch die Eltern liege, nicht bei gesetzlichen Beschränkungen; es sei wichtiger, Medienkompetenz zu lehren, als gesetzliche Vorschriften zu erlassen.

Teenager und Familien

Weil solche Effekte bereits erkennbar sind, nahmen wir an, dass es unter Teenagern einen sozialen Druck der Gleichaltrigen gebe, immer das neueste Gerät zu besitzen und immer neueste Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen (z.B. Spiele, Klingeltöne, Video). Die Antworten auf das Statement, das Handy sei wichtig für Teenager, um ihren eigenen Lebensstil zur Schau zu stellen (Frage 9.1) – 99 Prozent der Experten zeigten an, dass dies mehr oder weniger wahrscheinlich zutrifft –, belegen nachdrücklich die These, dass das Handy weit mehr ist als ein Kommunikationsmittel von Person zu Person. Selbst wenn sich die Antworten in diesem Fall auf die Handynutzung durch Teenager beziehen, entscheiden die Fragen des Geschmacks und des sozialen Umfelds der Nutzung, welche Art Telefon jemand besitzt und welche Art Fähigkeiten oder Dienste genutzt werden (»symbolischer Wert«). An vielen Orten und seit vielen Jahren gilt, dass »das Mobiltelefon inzwischen bereits ein wichtiger Teil der Teenageridentität ist«, aber das hängt auch von der jeweiligen Kultur ab: »Amerikanische Teenager sehen in ihrem Handy mit deutlich geringerer Wahrscheinlichkeit eine Widerspiegelung ihrer Identität als Teenager in Europa oder Asien.« Anscheinend ist »das Telefon der Modeartikel, weniger die genutzten Dienste oder Inhalte« (vgl. Leopoldina Fortunatis Beitrag im vorliegenden Band).

Die weit verbreitete Verwendung von Klingeltönen und Display-Hintergrundbildern zeigt, dass allein schon die Möglichkeit, bestimmte Dienste zu nutzen, zu deren starker Nutzung führt. 90 Prozent der Um-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

frageteilnehmer halten es für wahrscheinlich, dass neue Dienste und Inhalte Druck auf Teenager entwickeln werden, sie zu nutzen (Frage 9.2). Dienstleistungen, die das Handy individueller und persönlicher machen können, sind hier als wichtige Triebkräfte anzusehen. In der nahen Zukunft wird dies wahrscheinlich auf Bilder, Musik und Spiele zutreffen. »Mein Handy ist besser als deins« könnte eine Aussage sein, die zu obiger Aussage zurückführt. Ein Experte verweist darauf, dass es wahrscheinlicher sei, dass neue Dienste zur Nutzung verleiten und sozialen Druck unter Gleichaltrigen entfalten. Normalerweise würden diese Faktoren »durch Verhandlungen über die finanziellen Kosten (besonders mit den Eltern) und durch den Stellenwert der Neuheit beim Identitätsausdruck gemäßigt« (vgl. die Beiträge von Leslie Haddon und Richard Harper im vorliegenden Band).

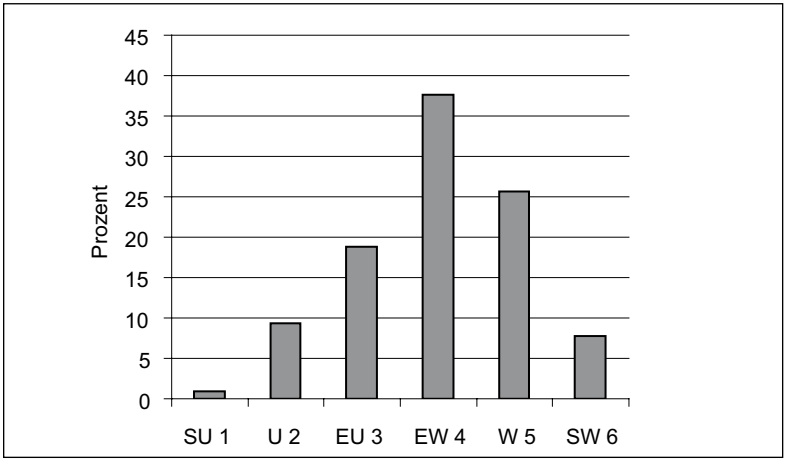
Eng mit der Handynutzung durch Teenager verbunden ist die Überzeugung, sehr intensive Handynutzung könne zur Verschuldung führen. Während die finanziellen Kosten für Handynutzung zweifellos steigen werden (Frage 10.1) und diese Kostensteigerung auf ausgiebigeren Gebrauch zurückzuführen sein wird, ist es wohl nicht ganz so wahrscheinlich, dass eine steigende Zahl von Menschen mehr Geld, als sie sich leisten kann, für die Handynutzung ausgibt (Frage 10.2). Es könnte schon bald so sein, dass »Handy-Ausgaben als notwendig und nicht mehr als Luxus betrachtet werden« und dass »Familien diesen Kosten in ihren Finanzplanungen Priorität einräumen«. »Die Leute sind sich ihrer Handy-Ausgaben viel stärker bewusst, als das bei anderen Posten ihrer Haushalts- oder persönlichen Ausgaben der Fall ist.« Doch ist dieser Punkt in hohem Maße abhängig von kulturellen Aspekten und Entwicklungsgesichtspunkten. Es wurde erwähnt, dass »Kinder oft nicht ihr eigenes Geld ausgeben«. Unklare Tarife und Preise werden als wahrscheinlicher Grund für Probleme bei der Kostenkontrolle genannt (Frage 10.3). Nach Angaben einiger Experten werden vorausbezahlte (Prepaid-)Handykarten (oder spezifische Familientarife) das Risiko, die Kontrolle über die Kosten zu verlieren, senken. Überdies werden die Verbraucher selbst versierter, denn »sie wechseln Tarife und Vertragskonditionen relativ häufig, um das für ihren Bedarf günstigste Angebot herauszufinden«. Ein Experte schrieb: »Wenn Rechnungssysteme intelligent sind, erlauben sie den Mobilfunkbetreibern, die Verwendung des Handys zu überwachen, und den Nutzern in zunehmendem Maße auch die Kontrolle ihres eigenen Handygebrauchs.« Auch Anbieter, die Klingeltöne etc. mit unklarer Kostenpolitik anbieten, und bezahlte Subskriptionsangebote werden von den Experten im Einzelnen genannt. Es überrascht nicht, dass sich nach Ansicht der Delphi-Teilnehmer Verbraucherschützer mit großer Wahrscheinlichkeit immer mehr des Themas Verschuldung annehmen werden (Frage 10.4). In manchen Ländern haben sie bereits die Preise für die Handynutzung kritisiert (speziell im Bereich SMS-Versand). Ein

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Experte weist darauf hin, dass diese Art von Verschuldung ein »Problem der Unterschichten« sei; darum würden diese Probleme in der öffentlichen Debatte niemals auf großes Interesse stoßen.

Bei unserer Bewertung der Auswirkungen des Mobiltelefons auf die Familienbeziehungen gingen wir von der Annahme aus, dass Eltern nicht wissen, was die Kinder mit ihrem Handy tun und deshalb an Autorität verlieren könnten (Frage 8.1). Fast drei Viertel der Befragten sagten jedoch, ein solches Szenario sei unwahrscheinlich. In ihren Bemerkungen hielten die befragten Experten fest, dass bei diesem Thema, wie bei den beiden folgenden Fragen auch, der familiäre Kontext entscheidend sei, etwa die persönlichen Beziehungen und die sozialen Praktiken in jeder einzelnen Familie, sowie die dort herrschende Kultur; etwaige Probleme seien darum nicht nur durch den Handygebrauch hervorgerufen. Es gibt Anzeichen, dass »Eltern das Handy und speziell vorausbezahlte (Prepaid-)Telefonkarten als Mittel zur Belohnung oder Bestrafung ihrer Kinder nutzen«. 70 Prozent der Experten stimmen dem Statement zu, die Menschen fühlten sich wegen des Handys mit ihren Familienmitgliedern enger verbunden (Frage 8.2). Allerdings ist es einigermaßen überraschend, dass etliche Experten nicht der Ansicht sind, Familienbande ließen sich über große Entfernungen mit Hilfe intensiven Handykontakts stärken (vgl. Abbildung 5). Das Handy erlaube es den Menschen zwar, häufiger Kontakt zu haben, aber nach Ansicht einiger Experten »wird dies die Beziehungen nicht intimer oder enger machen, weil es die körperliche Nähe nicht ersetzen kann«.

Abbildung 5: Die Menschen werden sich ihren Familienmitgliedern enger verbunden fühlen.



https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Das hier – im letzten wie im folgenden Szenario, wo es heißt, das Handy werde als Mittel sozialer Kontrolle und Überwachung genutzt (Frage 8.3) – zur Debatte stehende Phänomen ist janusköpfig: Wenn es einerseits die Möglichkeit gibt, per Handy engere Beziehungen zu schaffen, besteht andererseits dieselbe Wahrscheinlichkeit, dass das Handy zur Kontrolle und Überwachung eingesetzt wird (diese Annahme teilten mehr als 80 Prozent der Experten). Bei Kindern ist das Handy beliebt, weil sie so mit ihren Freunden telefonieren können, ohne dass die Eltern die Möglichkeit haben mitzuhören; doch auch die Eltern können ihre Kinder so jederzeit und überall anrufen. Selbst »Überwachung« kann jedoch eine positive Bedeutung haben, solange Eltern sich lediglich vergewissern, dass es ihren Kindern gut geht und dass sie nicht in Gefahr sind. Manche Experten weisen darauf hin, dass »Kinder bereits Strategien entwickelt haben, sich elterlicher Kontrolle zu entziehen«.

Mobiltelefon und Kommunikation

Das Szenario, Mobiltelefone würden »zunehmend die persönlichen Kontakte von Angesicht zu Angesicht ersetzen« (Frage 5.1), führte zu einer weiten Distribution der Werte auf der Antwortskala (insgesamt 44 Prozent für »unwahrscheinlich«, 56 Prozent für »wahrscheinlich«). Es besteht eine leichte Wahrscheinlichkeit, dass Kommunikation aus der Ferne die direkte Kommunikation kompensieren kann. Dieser Effekt kann natürlich nicht allein dem Mobiltelefon zugeschrieben werden, und das mag eine Erklärung für die Antwort der Experten sein. Einer der Befragten sieht es als recht wahrscheinlich an, dass »die Qualität der direkten persönlichen Kontakte möglicherweise abnimmt, wenn Mobilgeräte im Spiel sind (mal eben nachsehen, ob E-Mail oder SMS gekommen ist, etc.)«. In Japan »wurde gezeigt, dass mit Hilfe des Handys die Zahl der persönlichen Interaktionen mit Freunden gesteigert wird«. Die Ansicht, dass Handys »tendenziell die persönliche Kommunikation von Angesicht zu Angesicht erweitern und erleichtern, statt an deren Stelle zu treten«, ist weit verbreitet.

Drei von vier Experten in unserer Befragung meinen, dass die Menschen wegen neuer Anwendungen (Fotos, Video etc.) wahrscheinlich mehr Zeit mit Kommunikation verbringen werden. Wenn es mehr Kommunikationsmöglichkeiten gibt, ist es einigermaßen sicher, dass die Menschen sie auch nutzen werden (Frage 5.2). Doch wie der Vergleich mit der vorangegangenen Antwort zeigt, werden diese Kommunikationsmöglichkeiten nicht die etablierten Formen der Handy-Interaktion (oder gar der direkten persönlichen Interaktion) ersetzen. Schließlich ist es ziemlich offensichtlich, dass die Vielfalt der mobilen Kommunikationsmöglichkeiten zunimmt. Die Teilnehmer unserer Delphi-Befragung sind allerdings der Meinung, dass dies für Bilder nicht

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

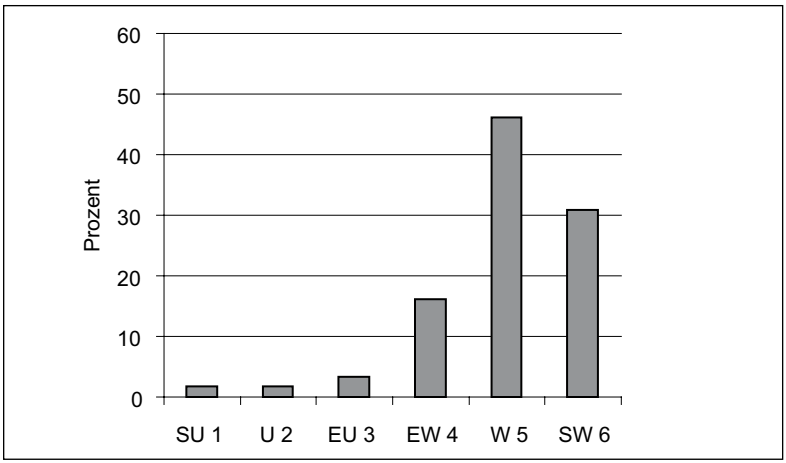
so schnell zutreffen werde (Frage 5.3). Es ist wohl unwahrscheinlich, dass in einem Mobilkommunikationsumfeld Bilder zunehmend die Worte ersetzen (diese Meinung teilten mehr als 60 Prozent der Experten). Diese Aussage ist jedenfalls in den Statements impliziert, dass »Bilder im Zusammenspiel mit Text funktionieren« und dass »spezielle Situationen erforderlich« seien, »in denen Bilder Worte ersetzen können oder in denen der Kontext bekannt« sei.

Die Teilnehmer der Delphi-Umfrage sind davon überzeugt, dass der soziale Druck, jederzeit und überall kommunikationsbereit zu sein, wachsen wird (Frage 5.4). Mehr als 90 Prozent glauben, dass dies höchstwahrscheinlich schon in naher Zukunft der Fall sein wird (vgl. Abbildung 6). Neuere Untersuchungen zeigen, dass von manchen Leuten bereits eine umgehende Reaktion auf ihre Mobilkommunikationsversuche erwartet wird. Gleichwohl weiß man noch nicht wirklich, »ob der soziale Druck, mit anderen zu kommunizieren, eine Funktion des Alters ist oder ob er durch die Technologie verschärft wird«. Ein Experte ist überzeugt, dass wir »in naher Zukunft einen bewussteren Umgang mit dem Mobiltelefon erleben werden«. Damit lässt sich das folgende Statement verbinden: »Als Nichtnutzer von Mobiltelefonen bin ich mir des sozialen Drucks, jederzeit und überall erreichbar zu sein, sehr bewusst und habe mich für einen Lebensstil entschieden, der sich diesem Druck widersetzt.«

Während es wohl ziemlich unwahrscheinlich ist, dass die spezifische Sprache von Handy-Textbotschaften die Rechtschreib- und Grammatikfähigkeiten junger Leute beeinträchtigt (Frage 13.1), ist es für die Experten durchaus wahrscheinlich, dass die Handy-SMS-Sprache die Standardsprache verändern wird (Frage 13.2). Dazu heißt es, das Simsen biete »ein kreatives Ausdrucksmittel, das die traditionelle Grammatik möglicherweise missachtet und enger mit der mündlichen (gehörten) Sprache verbunden ist (als mit der Schriftsprache)«. Doch 70 Prozent unserer Experten stimmen zu, dass eine neue Handysprache, die dem Gerät angepasst ist (nur wenige Buchstaben, schlechte Bedienungsmöglichkeiten des Interface beim Eintippen), aber auch dem Lebensstil der Nutzer, mit der Standardsprache in Konflikt geraten wird. Den Experten machen solche Änderungen keine Sorge, weil Sprachen, »um für Kulturen relevant zu sein, sich entwickeln, verändern und wandeln müssen«. Die recht extravagant formulierte Hypothese – »Durch SMS-Versand werden bildungsarme Bevölkerungsgruppen einer Alphabetisierung wieder angenähert« (Frage 13.3) – wird nicht für wahr gehalten; auch werde sich in naher Zukunft kein derartiger Einfluss deutlich bemerkbar machen. Man kann allerdings sagen, dass SMS-Botschaften »den Menschen einen Anreiz geben, zu schreiben und ihre Ideen zu formulieren, sodass an Orten mit geringer Alphabetisierungsrate das Handy der Alphabetisierung sogar Vorschub leisten könnte«.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Abbildung 6: Der soziale Druck, jederzeit und überall kommunikationsbereit zu sein, wird wachsen.



Privatsphäre und Fotohandys

Der Mobiltelefongebrauch hinterlässt Datenspuren (z.B. beim Einkaufen oder bei Downloads). Darum wollten wir wissen, ob die Menschen die Kontrolle über ihre persönlichen Daten verlieren werden (Frage 14.1). Datenschutz bei Mobilgeräten ist ein sehr wichtiges Thema. Unsere Experten sagen eindeutig voraus, dass Handynutzer wahrscheinlich die direkte Kontrolle über ihre persönlichen Daten verlieren werden (mehr als 80 Prozent sind dieser Meinung). »Die so genannte Datenschutzpolitik vieler Firmen umreißt genau, wie viele Kontrollrechte über ihre eigenen Daten die Individuen mit ihrer Einwilligung aufgeben.« Dem kann man die Meinung eines anderen Experten gegenüberstellen: »Die Leute geben einen Großteil ihrer persönlichen Informationen preis, wenn man ihnen dafür Rabatte oder sonstige Anreize gibt.« Es ist sogar möglich, dass das Mobiltelefon die Grenzen dessen, was als privat gilt, verschiebt. Es überrascht nicht, dass 90 Prozent der Experten sagen, es sei bis zu einem gewissen Grad wahrscheinlich, dass der Missbrauch persönlicher Daten zu einer öffentlichen Debatte führen werde (Frage 14.2). Es gibt einen Faktor, der die Debatte eher behindert: »Während die Internetnutzer langsam wach werden, wenn es um Probleme der Privatsphäre geht, hinkt das Bewusstsein der Handynutzer, wie ich meine, in diesem Punkt noch etwas hinterher.« Sobald eine neue Lage für Bewusstseinsbildung hinsichtlich ihrer Folgen und Auswirkungen sorgt und dieser Zustand als potenziell gefährlich gilt, könnten die Menschen nach einer stärkeren gesetzlichen Re-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

gelung rufen. Zwar gibt es bereits gewisse Regelungen, aber die Wahrscheinlichkeit ist trotzdem groß, dass etwas dergleichen geschieht: Laut 80 Prozent der Experten werden wir stärkere gesetzliche Regelungen zum Schutz der Privatsphäre benötigen (Frage 14.3), und höchstwahrscheinlich »werden wir striktere Bestimmungen bekommen«. Die gesetzlichen Bestimmungen werden die Pflicht der Service Provider verschärfen, die Sammlung persönlicher Daten zu einer Aktivität zu machen, die vom Nutzer ausdrücklich und im Voraus genehmigt werden muss (opt-in). Selbstverständlich hängen die Regulierungen von den jeweiligen Ländern und Märkten ab: In Deutschland (und in anderen Teilen Europas) sind die gesetzlichen Bestimmungen ausreichend; nur müssen sie auch kontrolliert werden. Generell sind die Bestimmungen in Europa schon strikter als in den USA. Darum fordern die Experten dort striktere gesetzliche Regelungen zum Schutz der Privatsphäre.

Wir nahmen an, dass zu den potenziellen Auswirkungen der (steigenden Zahl von) Mobiltelefonen mit eingebauter Kamera auch substanzielle Eingriffe in die Privatsphäre anderer gehören könnten (Frage 11.1). Zwei Drittel der Experten waren der Meinung, dass dies in gewissem Ausmaß wahrscheinlich geschehen werde. Fotohandys werden wahrscheinlich weiter an Popularität gewinnen, aber nicht im Zentrum der öffentlichen Debatte stehen. Untersuchungsergebnisse bei jungen Norwegern zeigen, dass diese sich, wenn sie Fotos aufnehmen, meistens an die Regeln des Anstands halten. Darum werden »Fotohandys die Privatsphäre einiger weniger Menschen intensiv beeinträchtigen, aber es wird keine massenhaften Eingriffe in die Privatsphäre anderer geben«. Verwendung und Missbrauch von Fotohandys hängen von der jeweiligen Kultur in spezifischen Gesellschaften ab: In Japan gibt es bereits berechtigte Sorgen – meistens wegen Pornographie und Urheberrechtsverletzungen. In Europa wurden Video-Handys bei Gewaltaktionen missbraucht, die man als »Happy Slapping« (»Lustiges Dreinschlagen«) bezeichnet. (Ein oder mehrere Angreifer verprügeln ein ahnungsloses Opfer, der Übergriff wird gefilmt und anschließend im Internet verbreitet.) Außerdem gingen wir von einem gewissen positiven Effekt der weiteren Verbreitung und Nutzung von Fotohandys aus. Doch mehr als 60 Prozent unserer Experten halten es für unwahrscheinlich, dass die Menschen ihre Umgebung und ihre Umwelt mit dem Fotohandy neu entdecken werden (Frage 11.2). Eine Antwort lautete, dass »die Leute Bilder eher zunehmend benutzen werden, um über Mode zu kommunizieren, Zeitpläne auszutauschen etc.« Unter den Experten herrscht ein überwältigender Konsens, dass gesetzgeberische Maßnahmen erforderlich seien, wenn Fotohandys massiv missbraucht werden sollten (Frage 11.3). Weniger als ein Viertel der Experten sagt, dass ein solches Szenario unwahrscheinlich sei. »In Italien hat die Datenschutzbehörde bereits ein Gesetz gegen den Missbrauch von Fotohandys vorgelegt.« Auch in den USA wurden bereits gesetzgeberi-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

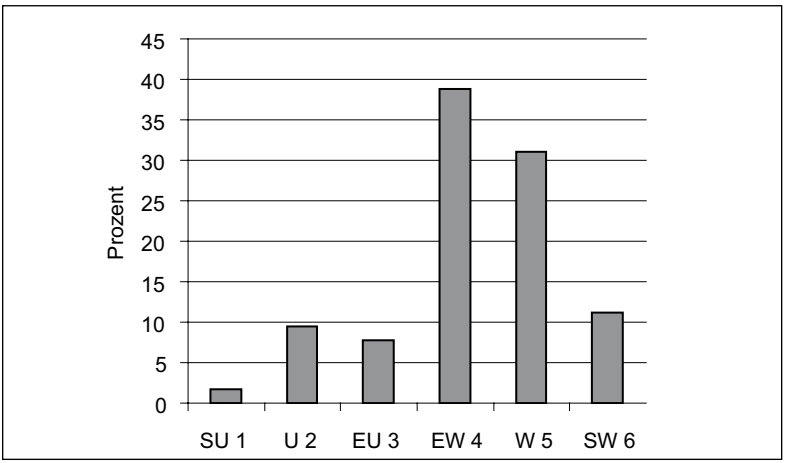
sche Maßnahmen ergriffen, doch sind gesetzliche Regelungen in Europa wohl wahrscheinlicher. Ein Befragter fügte hinzu, man könne die Sache ähnlich wie das Rauchen behandeln; andere wenden ein, es sei unwahrscheinlich, dass sich viele Regierungen mit Regelungen befassen würden (nicht zuletzt, weil es schwierig ist, sie durchzusetzen); wahrscheinlicher sei, dass »Kontrollen auf lokaler und organisatorischer Ebene (in einzelnen Gebäuden und Einrichtungen) stattfinden werden«. Eine Ausnahme lässt sich allerdings in den »Initiativen mancher Regierungen« erkennen, »die bei Fotohandys das Klicken eines Verschlusses vorschreiben« – um geräuschloses heimliches Fotografieren unmöglich zu machen.

Das Gleichgewicht von Arbeit und Privatleben

Für unsere Experten wird durch Mobiltelefone die Erreichbarkeit der Nutzer auf jeden Fall vergrößert. Überraschender ist vielleicht die Tatsache, dass fast alle Befragten voraussagen, dass die Erreichbarkeit in der nahen Zukunft noch weiter zunehmen wird (Frage 16.2). Um bei diesem Thema einen noch genaueren Überblick zu bekommen, stellten wir in der zweiten Welle der Delphi-Befragung die folgenden Fragen noch einmal.

Das Gleichgewicht zwischen Arbeit und Privatleben wird als gefährdet angesehen (vgl. Abbildung 7). In dieser Abbildung zeigt sich

Abbildung 7: Die Menschen werden Freizeit einbüßen, weil sie für ihren Arbeitgeber ständig erreichbar sein werden.



https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

die signifikante Prognose, dass die Nutzer von Mobiltelefonen zunehmend Verluste ihrer Freizeit befürchten müssen, weil sie für ihre Arbeitgeber permanent erreichbar sind (Frage 16.3). Doch muss es hier zu Anpassung und Ausgleich kommen, weil »Handys in der Praxis der Arbeitswelt Erleichterung bringen, aber auch die Freizeit stören können«. Für ihre Arbeit- und Auftraggeber anscheinend ständig erreichbar zu sein, ist für einen der befragten Experten bereits Realität bei allen ihm bekannten hochkarätigen Mitarbeitern und Freiberuflern; aber diese scheinen es sogar »attraktiv zu finden, ›allzeit bereit‹ sein zu *müssen*, weil sie sehr darauf bedacht sind, als unentbehrlich zu gelten«.

Auch wenn potenzielle Freizeiteinbußen wahrscheinlich sind, wird es, so drei Viertel der Experten, nicht so weit kommen, dass die Menschen in ihrer Freizeit nicht mehr tun und lassen können, was sie wollen (Frage 16.4). Die erwarteten quantitativen Veränderungen haben also nicht notwendigerweise Veränderungen bei der Qualität der Lebensplanung zur Folge. Auch Handynutzer werden die Kontrolle über ihre eigene Freizeit behalten. Es könnte sogar leichter werden, beide Bereiche und die entsprechenden Interaktionen zu organisieren. Es wurde auch gesagt, dass »die Leute sehr gut in der Lage sind, ihr öffentliches und privates Leben auszuhandeln, selbst wenn die Grenzen zwischen beiden Bereichen sich weiter verwischen sollten«. Ein Experte wendet ein, die Freizeit sei doch bereits erodiert und das Handy sei »in diese Veränderungen nur eingebettet, statt ihr Verursacher zu sein«.

Es gehört zu den wichtigen Ergebnissen unserer Umfrage, dass fast 90 Prozent der Experten vorhersagen, die Menschen würden ein deutliches Bewusstsein für den Einfluss von Mobiltelefonen auf ihr Alltagsleben entwickeln (Frage 16.5). »Die Leute sind sich des Handy-Einflusses auf ihr Alltagsleben bereits bewusst«, antwortete einer der Befragten, »was sich an ihren Reaktionen ablesen lässt, wenn das Handy verloren oder gestohlen wurde.« Ein anderer Experte vermerkte, dass »der intensive Kampf zwischen Abhängigkeit [*addiction*] und Bewusstheit weitergehen« werde. Im zweiten Durchgang zweifelten indes zwei Experten das Umfrageergebnis in diesem Punkt ernsthaft an: »Die Leute haben doch beim Einfluss anderer Technologien auf ihr Leben auch kein entsprechendes Bewusstsein gezeigt; warum also sollte gerade das Mobiltelefon bewusstseinsbildend wirken?« Und: »Mobiltelefone werden eher in den Hintergrund treten, und die Leute werden wahrscheinlich nicht einmal merken, was sich verändert hat.«

Zusammenfassung und Ausblick

Im zweiten Teil unserer Delphi-Befragung fragten wir die Teilnehmer, was ihrer Meinung nach die positivsten und negativsten Auswirkungen

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

des Mobiltelefons seien und welche Auswirkungen in naher Zukunft (d.h. in den Jahren 2006-2007) zu verzeichnen seien.

Als bislang wichtigster positiver Effekt des Mobiltelefons auf das Leben der Menschen wurde »Verbindung und Verbundenheit« genannt (36 Nennungen oder 15 Prozent). Zur größeren »sozialen Verbundenheit« gehört auch die Leichtigkeit, mit der es möglich ist, mit anderen in Verbindung zu bleiben (wobei »andere« meistens als Freunde und Familienangehörige definiert wird). Das Handy wird als »wichtigster Kommunikationskanal im gesellschaftlichen Leben« betrachtet, weil es persönliche Interaktionen erleichtert. Besonders den jungen Leuten bietet das Handy ein neues Experimentierfeld. Am zweithäufigsten genannt wurde der Bereich »Flexibilität, Effizienz und Bequemlichkeit« (35 Nennungen, 15 Prozent der Experten, wobei »Bequemlichkeit« in der Hälfte der diesbezüglichen Nennungen dominierte). Vor allem erlaubt das Mobiltelefon auf zuvor ungekannte Weise eine leichte Kommunikation. Überdies verbessert es die Lebensqualität durch einen »Flexibilitätsgewinn in einem Umfeld, das immer mehr Flexibilität verlangt«. Durch Verwendung eines Handys kann der Nutzer effizienter leben und praktische Dinge bequemer erledigen. Nicht nur wurde das »Arbeiten effizienter«, weil man auch »unterwegs im Flugzeug seine Alltagsgeschäfte erledigen kann«, sondern das Handy ermöglicht auch Menschen mit eingeschränkter zeitlicher (z.B. Fließbandarbeiter) oder räumlicher Beweglichkeit (z.B. Bauarbeiter) eine effizientere Kontrolle über das, was sie tun, vielleicht auch das Erreichen eines gewissen Gleichgewichts zwischen Arbeit und Privatleben. »Sicherheit und Notfälle« ist die drittwichtigste Rubrik überschrieben (32 Nennungen, 14 Prozent). Dass unsere Experten diese Aspekte so häufig nennen, ist signifikant. Handys können Leben retten (weil sie in Notfällen überall verwendet werden können) und vermitteln darüber hinaus in allen möglichen bedrohlichen Situationen ein Gefühl der Sicherheit.

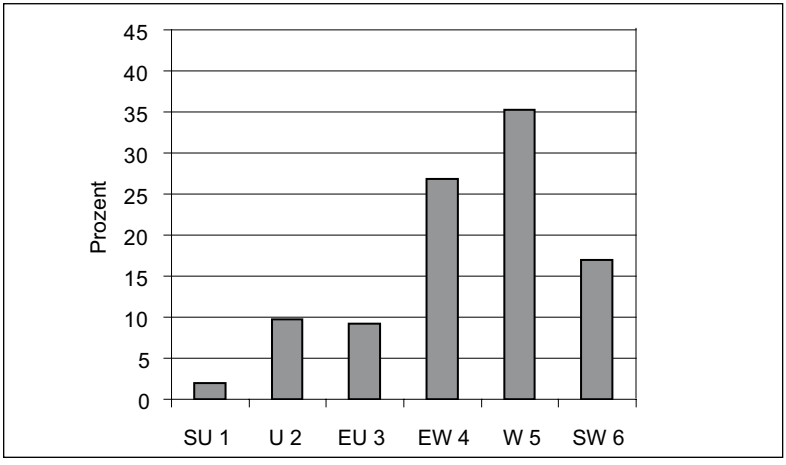
Der wichtigste positive Effekt, den das Handy auch in naher Zukunft haben wird, ist nach Ansicht der Experten »Verbindung und Verbundenheit« (35 Nennungen, 18 Prozent). Die Möglichkeit, (über Fotos und Video) Erlebnisse auszutauschen, wird zunehmen, und es wird einen generellen Zuwachs an medial vermittelter sozialer Verbundenheit geben. Auf diese Weise könnten die »sozialen Beziehungen zwischen Gruppen von Freunden, Familienangehörigen und Geschäftskollegen gestärkt« und möglicherweise sogar die Formen persönlicher Interaktion verändert werden. Mobile Datenanwendungen werden als positiver Effekt für die nahe Zukunft am zweithäufigsten genannt (27 Nennungen, 14 Prozent der Experten) – von Kommunikationsmitteln wie E-Mail über Zugang zu Dienstleistungen und Datenaustausch bis hin zu Unterhaltungsmöglichkeiten. Möglich ist dies, weil das Handy »zunehmend mit Datenangeboten in Verbindung treten«

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

kann. Seine Fähigkeit, Dateien leicht zu übermitteln, werde »sowohl für die Arbeit als auch für die Freizeit von Vorteil sein«.

Angebote für mobile Datenanwendungen sind im Westen ein relativ neues Phänomen (im Gegensatz zu Asien, wo dieses Angebot schon eine längere Tradition hat; vgl. Genevieve Bells Beitrag im vorliegenden Band). Darum stand am Anfang des ersten Delphi-Fragebogens eine Frage nach wichtigen Triebkräften des Mobiltelefongebrauchs in naher Zukunft. Der Zugang zum mobilen Internet wird noch nicht eindeutig als wesentliche Triebkraft zukünftigen Handygebrauchs angesehen (im Unterschied zu den anderen Triebkräften; vgl. Frage 1 in Tabelle 2, am Schluss des vorliegenden Beitrags). Nach den Worten eines unserer Experten wird »das mobile Internet in den nächsten 2-3 Jahren noch nicht zur Triebkraft werden, weil es langsam, unbequem und sehr teuer sein wird«. Aber es hat das Potenzial, langfristig zur Triebkraft zu werden (hier kreuzten fast 80 Prozent der Experten eine der Wahrscheinlichkeits-Kategorien an; vgl. Abbildung 8).

Abbildung 8: Das Surfen im mobilen Internet wird langfristig eine wichtige Motivation für den Handygebrauch werden.



Sobald das Mobiltelefon weitere technische Verbesserungen bekommt, zum Beispiel genauere Lokalisierungsmöglichkeiten, könnte das Sammeln von Informationen unterschiedlichster Art eine weithin genutzte Anwendung werden (in diesem Zusammenhang wurde von Experten auch die kommerzielle Nutzung des mobilen Internets erwähnt). Die Bedeutung dieses Antriebs wird weitgehend davon abhängen, »wie weit die angebotenen Dienste dem mobilen Lebensstil entgegenkommen«. Auch Downloads (Spiele, Klingeltöne, Musik etc.) sind ja eine Art Datenanwendung und – besonders bei Jugendlichen – schon jetzt

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

eine wichtige Triebkraft. Unsere Experten sagen vorher, dass dieser Trend in den nächsten zwei bis drei Jahren noch weiter an Bedeutung gewinnen wird. Wie das Beispiel der Klingeltöne zeigt, werden alle zugkräftigen Anwendungen »von Marktsegmenten abhängen«, aber auch von ihrem symbolischen Wert und von kulturellen Hintergründen. Es besteht kein Zweifel, dass die Kommunikation durch Telefonanrufe und SMS auch in Zukunft eine wichtige Triebkraft sein wird. Einige Experten differenzierten bei ihren Prognosen nach Textbotschaften (»sehr wahrscheinlich«) und MMS-Bildbotschaften (»eher wahrscheinlich«). Dennoch zeigt unsere Umfrage eindeutig, dass die Kommunikation von Person zu Person als Hauptmotivation für den Handygebrauch gilt (vgl. Nick Foggins Beitrag im vorliegenden Band). Die Datenanwendungen machen im Wettbewerb allerdings Boden gut.

»Flexibilität, Effizienz und Bequemlichkeit« gelten als einige der verbleibenden Auswirkungen, die das Mobiltelefon in naher Zukunft auf das Leben der Menschen haben wird (27 Nennungen, 14 Prozent der Experten, wobei »Bequemlichkeit« in einem Drittel der diesbezüglichen Nennungen dominierte). Einer der Experten sieht, dass »den größten Nutzen jene Bevölkerungsteile ziehen werden, die nicht Bestandteil des Mainstream sind, sowie Angestellte, Manager und Freiberufler aus dem Dienstleistungssektor«. Neue Datenanwendungen werden die Möglichkeit verstärken, nach eigenem Gusto nahezu überall zu arbeiten und zu kommunizieren; daraus werde eine neue, noch größere Flexibilität resultieren. Ein Effizienzvorteil wird darin liegen, dass Reisezeit und Reisekosten gespart werden können (vgl. den Beitrag von Michael Hulme und Anna Truch im vorliegenden Band). Ein anderer Experte hält fest, das Mobiltelefon werde »an vielen Orten die Fortsetzung wichtiger kultureller Praktiken ermöglichen (man vergleiche etwa die Ausbreitung islamischer Anwendungen auf Handys im Nahen und Mittleren Osten)«.

Der wichtigste negative Effekt, den das Mobiltelefon bislang für das Leben der Menschen gehabt hat, läuft unter der Rubrik »ständige Erreichbarkeit und das Gleichgewicht von Arbeit und Privatleben« (40 Nennungen, 25 Prozent der Experten). Diese Bedrohung erwächst zum einen aus der Erwartung ständiger Erreichbarkeit und Verfügbarkeit, zum anderen aus dem Druck auf das gesellschaftliche Leben durch ständige störende Handyanrufe. In diesen Bereich gehört auch die Forderung nach umgehender Reaktion des Angerufenen, verbunden mit dem Gefühl vieler Menschen, »ständig rufbereit« sein zu müssen – was auch zu »Schwierigkeiten bei der Trennung von Arbeit und Freizeit« führt. Der als »Privatsphäre, Stress und Ablenkung« zusammengefasste Effekt wurde ebenfalls häufig von unseren Experten zitiert (37 Nennungen, 23 Prozent). Sie beklagen einen Verlust an Privatsphäre und Intimität und kritisieren Überwachung, verstärkten Stress und zunehmende Unkonzentriertheit, die mit einem Leben einhergehen, das

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

im Zeichen der Mobilkommunikation steht. Das Eindringen in die Privatsphäre und der damit verbundene Verlust an Privatheit, die »Kontrolle der Bewegungen des anderen im Rahmen persönlicher Beziehungen (und die damit verbundene Entwicklung von Misstrauen)« führen zu Reibungen und Stress. Ein Experte ist der Ansicht, das Mobiltelefon habe »die Leute insularer und innerhalb ihres Umfelds unhöflicher gemacht«. Die Experten sprechen überdies weiterreichende Effekte an: So habe das Handy »die Zeit zum Überlegen und zur Anpassung an Situationen reduziert«, es habe zu Konzentrationsmängeln geführt und zu einer verminderten »Fähigkeit/Bereitschaft, nachzudenken und ohne externen Kontakt einfach einmal zur Ruhe zu kommen«. Zum Aspekt der »Unkonzentriertheit« durch den Mobiltelefongebrauch reicht das Spektrum der Expertenmeinungen von: »Wir haben viele Ablenkungen, aber diese scheint besonders verderblich und hartnäckig zu sein«, bis zu einer differenzierteren Stellungnahme wie der folgenden: Es handele sich um die Einführung einer »neuen undurchsichtigen und aggressiven Industrie und einer überteuerten Ablenkung der Verbraucher von wichtigeren Dingen«. »Unangemessener Gebrauch« der Mobiltelefone wurde 27 Mal (oder von 17 Prozent der Experten) genannt. Dieser Effekt ist mit mehreren Problemthemen verbunden: mit der höheren mobilen Lärmbelästigung und Störung, mit der Verwischung der Grenze zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit (vgl. den Beitrag von Joachim Höflich im vorliegenden Band) und mit dem Verfall sozialer Etikette (vgl. dazu den Beitrag von Lara Srivastava). Die unbedachte und rücksichtslose Benutzung von Handys in Sitzungen, Kinovorstellungen, Restaurants etc. und deren negative Auswirkungen auf die Umwelt dieser Leute führt nicht nur zu individuellen Verärgerungen. »Selbst Grenzen, wo der Handygebrauch einst strikt als Fauxpas galt, werden langsam immer mehr aufgeweicht«; dasselbe gilt für die »soziale Erlaubnis zu stören« (wo der unangemessene Handygebrauch sich direkt auf das Gebot, ständig erreichbar sein zu müssen, zurückführen lässt).

Als wichtigste negative Auswirkungen, die das Handy in naher Zukunft haben wird, gelten der »Einbruch in die Privatsphäre, Stress und Unkonzentriertheit« (56 Nennungen, 39 Prozent der Experten). Diese Kategorie von Auswirkungen war schon in der Vergangenheit wichtig, doch jetzt werden »Intensivierung« und »Zunahme« hervorgehoben, zum Beispiel ein immer intensiverer Verlust an Privatsphäre. Das Risiko eines leichten Zugangs zu spezifischen Informationen kann zum Missbrauch persönlicher Daten und zu Einbrüchen beim Datenschutz führen. Darüber hinaus werden »Probleme bei der Wahrung der Privatsphäre im Zeichen lokalisierter Dienstleistungsangebote signifikanter werden« (einige Experten erwähnen auch die Qualitätssteigerungen bei Fotohandys, die dazu führen werden, dass in allen möglichen Situationen Fotos aufgenommen werden). Ein Experte schrieb, die Nutzer

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

müssten sich der Gefahren bewusster werden, die mit Datensammlungen und deren potenziellem Missbrauch verbunden seien. Ein weiterer Effekt, die Zunahme von Spam auf dem Handy (Frage 15.1) und generell der Werbung auf dem Handy, veranlasste die Experten zu 8 Nennungen in dieser Kategorie. Generell sind die Befragten aber davon überzeugt, dass es zur Entwicklung technologischer Lösungen zur Eindämmung von Handy-Spam kommen wird (Frage 15.3). Der zunehmende Verlust an Intimität hat eine ebenso schädliche Kehrseite: den Verlust an Beachtung und Aufmerksamkeit. Einer der Befragten antwortete, das Handy könne auch als Mittel benutzt werden, um nicht ausgeschlossen zu sein – was wiederum dazu führen könne, dass »die Ausweitung der Handynutzung in der Öffentlichkeit gefördert wird«, weil man nicht ignoriert werden will (vgl. Hans Gesers Beitrag im vorliegenden Band). Das Mobiltelefon werde »die Grenzen der Sicherheit, der Privatsphäre und sozialer wie verhaltensmäßiger Tabus austesten«. Man könne jedoch, so ein Experte, »davon ausgehen, dass die Menschen lernen werden, die Technologie aktiv zu bewältigen«. Mit nur 18 Nennungen (oder 13 Prozent der Experten) rangiert das Thema »ständige Erreichbarkeit und das Gleichgewicht zwischen Arbeit und Privatleben« hier ziemlich weit hinten. Denn in diesem Problembereich ergaben sich nach Meinung unserer Experten die negativsten Auswirkungen bereits in der Vergangenheit (aber sie werden natürlich auch in Zukunft wichtig sein, zumal wenn man an die Infrastruktur der Mobilfunknetze der nächsten Generation denkt; vgl. dazu Paul Goldings Beitrag im vorliegenden Band). Die Befragten sind der Meinung, der Mobiltelefongebrauch werde »die Grenzen zwischen Arbeitsleben und Freizeit noch weiter beseitigen«. Die Selbstkontrolle über die eigene Erreichbarkeit werde immer mehr durchlöchert. 12 Experten (8 Prozent) nannten das Thema »Kosten und Verschuldung«. »Die Leute werden immer mehr zu wertlosen teuren Dienstleistungen verführt werden.« Das gilt ganz besonders für jüngere Menschen, die sich ein Handy und teure Services nicht problemlos leisten können.

Abgesehen von der Tatsache, dass bereits etablierte Auswirkungen auch weiterhin von Bedeutung sein werden, kann man als Fazit ziehen, dass die befragten Experten, wenn es um positive Effekte geht, eine viel weitere Distribution ihrer Antworten bieten. Die Antworten zu negativen Auswirkungen sind dagegen präziser und stärker gebündelt (was sich auch an den zitierten Prozentzahlen ablesen lässt). Ein Expertenstatement bringt die Sache grundlegend auf den Punkt: »Mobiltelefone sind im Grunde die Erfüllung eines universalen Bedürfnisses, das schon immer existiert hat!«

Im vorliegenden Band wurde versucht, die meisten der identifizierten Aspekte und Probleme zu behandeln; darum wurde – in der bewusst gewählten Kombination aus persönlich eingeladenen Beiträgen und einer Delphi-Expertenbefragung – eine große Themenvielfalt zur

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

gesellschaftlichen Bedeutung des Mobiltelefons angesprochen und abgehandelt. Allerdings kann erst die Zukunft zeigen, wie akkurat die heutigen Prognosen der Experten in unserer Delphi-Befragung tatsächlich sind.

Liste der Teilnehmer

Folgende Teilnehmer gaben ihre Zustimmung zur Auflistung im Report der Delphi-Umfrage (116 von 153 Experten):

- Matthias Adam, Eventmanager, Deutsche Telekom Stiftung, Deutschland
- Tomi Ahonen, Autor und Berater, Associate der Universität Oxford, Großbritannien
- Jouko Ahvenainen, Geschäftsleiter, Xtract Ltd, Finnland
- Mikael Anneroth, Manager, Usability and Interaction Lab, Ericsson Research, Schweden
- Urs von Arx, Direktor der Abteilung Mobilfunk- und Satellitendienste, BAKOM, Schweiz
- John W. Bakke, Forscher, Telenor, Norwegen
- Alexandru Balog, Forschungsbeauftragter, Nationales Institut für die Erforschung und Entwicklung der Informatik, Bukarest, Rumänien
- Boldur-Eugen Barbat, Professor, Lucian Blaga Universität, Rumänien
- Louise Barkhuus, Doktorandin im Fachgebiet Informationstechnologie, Universität Kopenhagen, Dänemark
- Naomi S. Baron, Professorin, American University, Washington D.C., USA
- Andreas Becker, Unternehmensberater, Solon Management Consulting, Deutschland
- Viktor Bedö, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Philosophie der Ungarischen Akademie der Wissenschaften, Budapest, Ungarn
- Genevieve Bell, Forschungsleiterin und Anthropologin, Intel Research, USA
- Steffen Binder, Forschungsleiter, Soreon Research, Schweiz
- Torsten Brodt, Forscher, Universität St. Gallen, Schweiz
- Hans-Bernd Brosius, Professor, Ludwig-Maximilians-Universität, München, Deutschland
- Günter Burkart, Professor, Universität Lüneburg, Deutschland
- John Byrne, Analyst Mobilfunkindustrie, Comcast Corporation, USA
- Mads Christoffersen, Assistenzprofessor, Technische Universität von Dänemark

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

- Elizabeth Churchill, Leitende Forscherin, Palo Alto Research Center, USA
- Tony Crabtree, Leitender Analyst, Juniper Research, Großbritannien
- Ken Crisler, Forschungsleiter, Motorola, USA
- Kathleen M. Cumiskey, Assistenzprofessorin, College of Staten Island, City University of New York, USA
- Isaac van Deelen, CEO, TIMElabs Management Consulting GmbH, Deutschland
- Roland Deiser, Senior Fellow, Center for the Digital Future, Annenberg School of Communication, USA
- Veit V. Dengler, Vizepräsident Marketingstrategie, T-Mobile International, Österreich
- Jonathan Donner, Forschungsstipendiat, Columbia University, USA
- Nicola Döring, Professorin, Technische Universität Ilmenau, Deutschland
- Gregor Dürrenberger, Geschäftsleiter, Forschungsstiftung Mobilkommunikation, Schweiz
- Thomas Fellger, Geschäftsführer, iconmobile GmbH, Deutschland
- Andrew Finn, Professor, George Mason University, USA
- Peter Fleissner, Professor, Technische Universität Wien, Österreich
- Einar Flydal, Leitender Berater, Telenor, Norwegen
- Nick Foggin, unabhängiger Unternehmensberater, Spanien
- Leopoldina Fortunati, Professorin, Universität Udine, Italien
- Oliver Gerstheimer, Geschäftsführer, Dozent und Forscher, chilli mind GmbH, Universität Kassel, Deutschland und HGK Zürich
- Markus Giordano, Partner, iconmobile GmbH, Deutschland
- Randy Giusto, Vizepräsident, IDC, USA
- Klaus Goldhammer, Geschäftsführer, Goldmedia GmbH, Deutschland
- Paul Golding, Berater und Autor, Magic E Company, Großbritannien
- Janey Gordon, Dozentin, Universität Luton, Großbritannien
- Nicola Green, Dozentin, Universität Surrey, Großbritannien
- Michael Häder, Professor, Technische Universität Dresden, Deutschland
- Janos Heé, Berater für Geschäftsentwicklung, bmd wireless, Schweiz
- Peter Heinzmann, Technischer Direktor, cnlab/ITA-HSR, Schweiz
- Per Helmersen, Forschungspsychologe, Telenor, Norwegen
- Larissa Hjorth, Dozentin, Universität Melbourne, Australien
- Joachim R. Höflich, Professor, Universität Erfurt, Deutschland
- Matthias Horx, Futurologe, Zukunftsinstitut, Österreich
- Michael Hulme, Professor, Universität Lancaster, Großbritannien
- Ken Hyers, Analyst Mobilfunkindustrie, In-Stat/MDR, USA

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

- Kaarina Hyvönen, wissenschaftliche Mitarbeiterin, Nationales Zentrum für Verbraucherforschung, Finnland
- Christina James, Direktorin, Tegic Communications, USA
- T. Erik Julsrud, wissenschaftlicher Mitarbeiter, Telenor, Norwegen
- Euichul Jung, Doktorand, Rutgers Universität, USA
- Stefan Kaltenberger, Leiter der Abteilung Direktmarketing und Special Media, mobilkom austria, Österreich
- Bo Karlson, Manager, Royal Institute of Technology, Schweden
- James Katz, Professor, Rutgers Universität, USA
- Turkka Keinonen, Professor, University of Art and Design Helsinki, Finnland
- Tim Kelly, Analyst Kommunikationspolitik, International Telecommunication Union, Schweiz
- Castulus Kolo, Lehrbeauftragter, Ludwig-Maximilians-Universität München, Deutschland
- Dieter Korczak, Institutsleiter, GP Forschungsgruppe, Deutschland
- Ilpo Koskinen, Professor, University of Art and Design Helsinki, Finnland
- Nalini P. Kotamraju, Doktorandin, University of California, Berkeley, USA
- Jürgen Kuhn, Wirtschaftsprüfer, KPMG, Deutschland
- Heikki Leskinen, Direktor Strategie und Geschäftsentwicklung, Starcut, Finnland
- Louis Leung, Associate Professor, Chinese University of Hong Kong
- Sun Sun Lim, Assistenzprofessor, National University of Singapore
- Richard S. Ling, Forscher, Telenor, Norwegen
- Chris Locke, Marketingstratege, T-Mobile International, Großbritannien
- Niels Logemann, wissenschaftlicher Mitarbeiter, Institut für Freizeitwissenschaft, Deutsche Sporthochschule Köln, Deutschland
- Santiago Lorente, Professor, Universidad Politécnica de Madrid, Spanien
- Steve Love, Dozent, Brunel Universität, West London, Großbritannien
- Paul May, Autor und Berater, verista, Großbritannien
- Cai Melakoski, Leitender Dozent, Tampere Polytechnic, Finnland
- Hitoshi Mitomo, Professor, Waseda Universität, Japan
- Christian Neuhaus, Zukunftsforscher, DaimlerChrysler AG, Deutschland
- Kristóf Nyíri, Direktor und Professor, Institut für Philosophie der Ungarischen Akademie der Wissenschaften, Budapest, Ungarn
- Britta Oertel, wissenschaftliche Mitarbeiterin, Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung (IZT), Deutschland
- Virpi Oksman, wissenschaftliche Mitarbeiterin, Universität Tampere, Finnland

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

- Leysia Palen, Assistenzprofessorin, University of Colorado, Boulder, USA
- Fernando Paragas, Assistenzprofessor, Doktorand und Fulbright Fellow, University of the Philippines und Ohio University
- Woong Park, Assistenzprofessor, Soongsil University, Korea
- Per Egil Pedersen, Professor, Agder University College, Norwegen
- Carina Pettersson, Dozentin, Universität Gävle, Schweden
- Arnold Picot, Professor, Ludwig-Maximilians-Universität München, Deutschland, und Georgetown Universität, USA
- Sadie Plant, Freie Autorin, Großbritannien
- Gary Pöpl, Leiter Mobile Marketing, BBDO InterOne GmbH, Deutschland
- Costin Pribeanu, wissenschaftlicher Mitarbeiter, Nationales Institut für die Erforschung und Entwicklung der Informatik, Bukarest, Rumänien
- Petri Pulli, Professor, Universität Oulu, Finnland
- Ronald Rice, Professor, University of California, Santa Barbara, USA
- Tommi Rissanen, Projektleiter, eBRC, Universität Tampere, Finnland
- J. P. Roos, Professor, Fachbereich für Sozialpolitik, Universität Helsinki, Finnland
- Jessica Sandin, Redaktionsleiterin, Informa Telecoms Group, Großbritannien
- Raimund Schmolze, Leiter Marktforschung, T-Mobile International, Großbritannien
- Mike Short, Vizepräsident, MMO2, Großbritannien
- Ralph Simon, Vorsitzender, Mobile Entertainment Forum, USA
- Richard Smith, Professor, Simon Fraser Universität, Kanada
- Lara Srivastava, Analystin Telekommunikationspolitik, International Telecommunication Union, Schweiz
- Gitte Stald, Assistenzprofessorin, Universität Kopenhagen, Dänemark
- Katarina Stanoevska, Projektleiterin, Universität St. Gallen, Schweiz
- Charles Steinfield, Professor, Michigan State University, USA
- Richard Tee, wissenschaftlicher Mitarbeiter, Universität Maastricht, Niederlande
- Bas Verhart, CEO, Media Republic, Niederlande
- Lars Vestergaard, Forschungsleiter Mobilfunk, IDC, Großbritannien
- Jesus Villadangos, wissenschaftlicher Mitarbeiter, Universidad Publica de Navarra, Spanien
- Jane Vincent, wissenschaftliche Mitarbeiterin, DWRC, Universität Surrey, Großbritannien
- Roberto Vitalini, Konzepter, Schweiz

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

- Yuichi Washida, Forscherin, Comparative Media Studies, MIT, Japan
- Arnd Weber, wissenschaftlicher Mitarbeiter, Forschungszentrum Karlsruhe, Institut für Technikfolgenabschätzung und Systemanalyse (ITAS), Deutschland
- Barry Wellman, Professor, Universität Toronto, Kanada
- Dagmar Wiebusch, Geschäftsführerin, Informationszentrum Mobilfunk e. V., Deutschland
- Rolf T. Wigand, Professor, University of Arkansas, Little Rock, USA
- Marc Ziegler, Geschäftsführer, TIMElabs Management Consulting GmbH, Deutschland
- Hans-Dieter Zimmermann, Professor auf Zeit, Universität Münster, Deutschland
- Michael M. Zwick, Soziologe, Universität Stuttgart, Deutschland

Literatur

Borg, Ingwer (1977), »Some Basic Concepts of Facet Theory«, in: James C. Lingoes/Edward E. Roskam/Ingwer Borg (Hg.), *Geometric Representations of Relational Data: Readings in Multidimensional Scaling*, Ann Arbor, MI: Mathesis Press.

Linstone, Harold A./Turoff, Murray (Hg.) (1975), *The Delphi Method: Techniques and Applications*, London: Addison-Wesley.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Tabelle 2: Die kompletten Daten für beide Wellen der Delphi-Befragung (Fragenkatalog in Kurzform, Prozentzahlen, Mittelwerte [M] und Standardabweichungen [SD])

	Wave 1									Wave 2								
	1	2	3	4	5	6	n	M	SD	1	2	3	4	5	6	n	M	SD
1.1 Drivers: Mobile Internet	2.0	9.8	9.2	26.8	35.3	17.0	153	4.4	1.3									
1.2 Drivers: Downloads	2.0	3.9	2.6	17.8	36.8	36.8	152	4.9	1.2									
1.3 Drivers: Voice communication	0.7	2.0	0.7	6.6	14.6	75.5	151	5.6	0.9									
1.4 Drivers: Text and picture messaging	0.7	0.7	1.3	3.3	38.4	55.6	151	5.5	0.8									
2.1 Dependence: Life	0.7	3.3	1.3	9.2	38.2	47.4	152	5.2	1.0									
2.2 Dependence: Increase	0.7	2.0	5.9	24.2	33.3	34.0	153	4.9	1.0									
2.3 Dependence: Public debate	3.3	15.1	23.0	24.3	23.0	11.2	152	3.8	1.3									
3.1 Addiction: Few people	5.3	9.9	10.6	21.2	38.4	14.6	151	4.2	1.4	3.4	6.8	13.7	28.2	35.0	12.8	117	4.2	1.2
3.2 Addiction: Media debate	4.0	7.3	16.6	29.1	32.5	10.6	151	4.1	1.3	3.4	5.1	13.7	35.9	31.6	10.3	117	4.2	1.2
4.1 Relationships: New friends	6.0	18.5	15.2	28.5	21.2	10.6	151	3.7	1.4	5.2	19.1	13.9	33.0	20.0	8.7	115	3.7	1.4
4.2 Relationships: Maintain relationships	0.0	1.3	0.0	10.5	30.9	57.2	152	5.4	0.8	0.0	0.9	1.7	7.8	34.5	55.2	116	5.4	0.8
4.3 Relationships: Losing contact	1.3	14.5	13.2	27.0	20.4	23.7	152	4.2	1.4	1.7	9.4	15.4	26.5	33.3	13.7	117	4.2	1.2
4.4 Relationships: Superficial	13.1	37.9	23.5	14.4	5.9	5.2	153	2.3	1.3	12.8	35.0	26.5	16.2	4.3	5.1	117	2.8	1.3
4.5 Relationships: Social life	7.8	23.5	19.0	22.9	15.7	11.1	153	3.5	1.5	8.5	17.1	21.4	28.2	15.4	9.4	117	3.5	1.4
5.1 Communication: Face-to-face	5.9	22.2	15.0	30.7	17.6	8.5	153	3.6	1.4	3.4	17.9	23.1	31.6	19.7	4.3	117	3.6	1.2
5.2 Communication: More communication	2.6	11.2	11.8	29.6	32.2	12.5	152	4.2	1.3									
5.3 Communication: Pictures	9.8	26.1	27.5	20.9	11.1	4.6	153	3.1	1.3	8.5	23.1	33.3	23.1	10.3	1.7	117	3.1	1.2
5.4 Communication: Social pressure	1.3	5.2	5.9	15.0	40.5	32.0	153	4.8	1.2	1.7	1.7	3.4	16.2	46.2	30.8	117	5.0	1.0
6.1 Children: What age							141											
6.2 Children: Lower average age	0.0	2.0	1.3	15.0	47.1	34.6	153	5.1	0.8									
6.3 Children: Media debate	0.7	2.6	5.3	20.4	40.1	30.9	152	4.9	1.0									
7.1 Minors: Erode protection	4.8	23.8	22.4	26.5	15.6	6.8	147	3.5	1.3	5.2	19.0	24.1	31.0	15.5	5.2	116	3.5	1.3
7.2 Minors: Stronger regulation	7.4	23.0	14.9	20.3	20.9	13.5	148	3.7	1.5	6.0	20.5	17.9	27.4	16.2	12.0	117	3.6	1.4
8.1 Family: Losing authority	9.9	31.1	25.2	22.5	7.9	3.3	151	3.0	1.2	11.2	30.2	31.9	19.8	5.2	1.7	116	2.8	1.1
8.2 Family: Closer relationship	2.0	14.5	12.5	30.9	28.9	11.2	152	4.0	1.3	0.9	9.4	18.8	37.6	25.6	7.7	117	4.0	1.1
8.3 Family: Social control	1.3	3.9	9.9	34.9	38.2	11.8	152	4.4	1.0									
9.1 Peer: Teenager lifestyle	0.0	0.0	1.3	6.5	41.8	50.3	153	5.4	0.7									
9.2 Peer: Services and pressure	1.3	2.6	5.3	19.2	43.7	27.8	151	4.9	1.1									

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/agb#agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/agb#agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

	Wave 1									Wave 2								
	1	2	3	4	5	6	n	M	SD	1	2	3	4	5	6	n	M	SD
10.1 Indebtedness: Increased spendings	0.7	2.6	5.9	27.0	38.8	25.0	152	4.8	1.0									
10.2 Indebtedness: Budget control	0.7	4.0	12.6	38.4	32.5	11.9	151	4.3	1.0	0.0	2.6	10.3	37.1	42.2	7.8	116	4.4	0.9
10.3 Indebtedness: Unclear tariffs	3.3	10.5	15.1	30.3	25.0	15.8	152	4.1	1.3	3.4	7.8	12.9	34.5	30.2	11.2	116	4.1	1.2
10.4 Indebtedness: Consumer protection	2.0	3.4	8.1	39.2	33.8	13.5	148	4.4	1.1									
11.1 Camera phones: Invade privacy	2.6	13.7	15.0	34.6	26.1	7.8	153	3.9	1.2	2.6	11.1	18.8	31.6	29.1	6.8	117	3.9	1.2
11.2 Camera phones: Rediscover surroundings	10.5	25.7	26.3	25.7	7.9	3.9	152	3.1	1.3	11.1	31.6	23.1	25.6	6.8	1.7	117	2.9	1.2
11.3 Camera phones: Governments	2.0	10.5	10.5	31.6	29.6	15.8	152	4.2	1.3									
12.1 Non-user: Information deficit	9.3	22.5	22.5	25.8	13.9	6.0	151	3.3	1.4	6.0	21.4	26.5	28.2	13.7	4.3	117	3.4	1.2
12.2 Non-user: Limitation of mobility	4.6	21.2	21.9	21.9	19.2	11.3	151	3.6	1.4	4.3	17.9	21.4	29.9	21.4	5.1	117	3.6	1.3
12.3 Non-user: Problems coordinating life	3.3	11.3	10.6	31.1	23.2	20.5	151	4.2	1.4	2.6	8.5	11.1	32.5	30.8	14.5	117	4.2	1.2
13.1 Writing: Young people	5.9	22.4	26.3	23.0	11.8	10.5	152	3.4	1.4									
13.2 Writing: Change language	2.6	10.5	16.4	34.2	25.0	11.2	152	4.0	1.2									
13.3 Writing: Reintroduce near-illiterate	11.4	20.8	34.2	22.8	8.1	2.7	149	3.0	1.2									
14.1 Data protection: Lose control	1.3	8.6	10.6	38.4	27.8	13.2	151	4.2	1.2	0.9	5.2	8.6	37.9	31.0	16.4	116	4.4	1.1
14.2 Data protection: Public debate	0.0	1.3	9.9	25.2	41.1	22.5	151	4.7	1.0	0.0	0.9	7.8	21.6	50.9	19.0	116	4.8	0.9
14.3 Data protection: Stronger regulation	3.3	2.0	12.7	24.0	37.3	20.7	150	4.5	1.2	2.6	0.9	12.2	24.3	40.0	20.0	115	4.6	1.1
15.1 Mobile spam: Increase	0.0	2.7	2.7	14.7	36.0	44.0	150	5.2	1.0									
15.2 Mobile spam: Media debate	0.0	0.7	4.0	15.2	38.4	41.7	151	5.2	0.9									
15.3 Mobile spam: Filters	1.3	1.3	5.3	21.2	37.1	33.8	151	4.9	1.0									
16.1 Life: Increase mobility	1.3	7.3	8.6	22.5	33.8	26.5	151	4.6	1.2									
16.2 Life: Increase accessibility	1.3	0.0	3.3	10.0	36.7	48.7	150	5.3	0.9									
16.3 Life: Lose leisure time	3.3	7.9	14.6	33.1	27.2	13.9	151	4.2	1.3	1.7	9.5	7.8	38.8	31.0	11.2	116	4.2	1.2
16.4 Life: Control leisure time	14.0	26.7	28.0	15.3	11.3	4.7	150	3.0	1.4	10.3	31.0	31.9	18.1	7.8	0.9	116	2.8	1.1
16.5 Life: Develop awareness	0.7	6.0	8.0	28.0	37.3	20.0	150	4.6	1.1	0.0	6.1	7.0	30.4	40.0	16.5	115	4.5	1.0
17.1 Wider effects: Everyday culture	0.0	2.7	4.7	24.0	42.7	26.0	150	4.9	1.0									
17.2 Wider effects: Telecommunications industry	18.1	38.2	27.1	8.3	4.2	4.2	144	2.6	1.2									

M = Mean, SD = Standard Deviation

Die Zahlenwerte der sechsstufigen Likert-Skala bedeuten: 1 = sehr unwahrscheinlich, 2 = unwahrscheinlich, 3 = eher unwahrscheinlich, 4 = eher wahrscheinlich, 5 = wahrscheinlich, 6 = sehr wahrscheinlich.

Autorinnen und Autoren

Genevieve Bell ist leitende Forscherin bei Intel, USA. Im Jahre 2003 schloss sie ein groß angelegtes dreijähriges ethnographisches Forschungsprojekt ab, das in zahlreichen Städten Asiens durchgeführt wurde. Gegenwärtig leitet sie ein kleines interdisziplinäres Team von Forschern bei der Untersuchung des digitalen Wohnraums. Sie besuchte das Bryn Mawr College, das sie mit dem MA-Abschluss verließ, und promovierte im Fach Cultural Anthropology an der Universität Stanford (PhD).

Stefan Bertschi, Soziologe und Literaturwissenschaftler, war Projektleiter am Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement (MCM) der Universität St. Gallen, Schweiz. Seine Forschungsinteressen umfassten die Tendenzen und Aussichten im Bereich der mobilen Medienkultur. Er ist Gründer von loginb.com, einer forschungsorientierten Beratungsfirma, die auf das Verstehen sozialer und kultureller Prozesse spezialisiert ist. Zu seinen gegenwärtigen Interessen gehören Poststrukturalismus, Semiotik und Kulturtheorie, sowie die Arbeit an seiner Dissertation zu einer *Soziologie des Subjekts*. E-Mail: stefan.bertschi@loginb.com.

Jonathan Donner, der im Fach Communication an der Universität Stanford promovierte (PhD), war Forschungsstipendiat am Earth Institute der Columbia Universität in New York. Heute arbeitet er für Microsoft Research in Bangalore, Indien. Seine Forschungen konzentrieren sich auf die Rolle der Informations- und Kommunikationstechnologien im Kontext wirtschaftlicher Entwicklung, speziell auf die Einsatzmöglichkeiten der Mobiltelefonie. Bevor er an das Earth Institute ging, arbeitete er als Unternehmensberater für die Firmen Monitor Company und OTF Group, die beide in Boston, Massachusetts, ansässig sind.

Nicola Döring ist Professorin für Mediendesign und Medienpsychologie an der Technischen Universität Ilmenau, Deutschland. Zu ihren Forschungsinteressen gehören: Design und Psychologie der Online- und Mobilkommunikation; Lernen und Lehren mit neuen Medien; Gender

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Studies; Evaluationsforschung. Persönliche Homepage: http://www.nicola-doering.de.

Nick Foggin ist als unabhängiger Berater für den Bereich Telekommunikation, Medien und Technologie tätig; sein Spezialgebiet ist Corporate Strategy. Zuvor war er Group Director of Strategy bei Orange. Insgesamt arbeitete er zwölf Jahre in leitenden Positionen in Telekommunikationsfirmen, vor allem in den Bereichen Planung und Firmenstrategie. Zu seinen Beratungskunden gehören Mobilfunkbetreiber, Rundfunksender und Verlage. Er besuchte die Universität Manchester (BA Hons) und die Strathclyde Graduate Business School (MSc).

Leopoldina Fortunati lehrt als Professorin Kommunikationssoziologie und die Soziologie kultureller Prozesse an der Erziehungswissenschaftlichen Fakultät der Universität Udine, Italien. Sie hat zahlreiche Forschungsprojekte in den Bereichen Gender Studies, Kulturelle Prozesse und Kommunikationstechnologien durchgeführt und mehrere Artikel über die Verwendung des Mobiltelefons publiziert. Zusammen mit James Katz und Raimonda Riccini gab sie 2003 den Sammelband *Mediating the Human Body: Technology, Communication and Fashion* heraus. E-Mail: fortunati.deluca@tin.it.

Hans Geser ist Professor für Soziologie an der Universität Zürich, Schweiz. Er ist Mitherausgeber des Bandes *Local Parties in Political and Organizational Perspective* (1999). Seine neuesten Forschungsarbeiten konzentrieren sich auf die soziokulturellen Implikationen von Computernetzwerken und digitaler Kommunikation. Insbesondere hat er eine soziologische Theorie des Mobiltelefons entwickelt. Zu seinen Hauptinteressengebieten gehören soziologische Fragestellungen in den Bereichen Arbeit, Organisation, Politik und Internationale Beziehungen.

Peter Glotz war zuletzt Professor Emeritus für Medien und Gesellschaft am Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement (MCM) der Universität St. Gallen, Schweiz. Als Rektor der Universität Erfurt, Deutschland, lehrte er am selben Ort auch als Professor für Kommunikationswissenschaften; an der Ludwig-Maximilians-Universität München war er Professor für Medienökologie und Kommunikationskultur. Peter Glotz gehörte dem Deutschen Bundestag an und war (unter dem Vorsitz von Willy Brandt) Bundesgeschäftsführer der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands. Zu seinen zahlreichen Buchpublikationen gehören: *Die beschleunigte Gesellschaft: Kulturkämpfe im digitalen Kapitalismus* (1999), *Von Analog nach Digital: Unsere Gesellschaft auf dem Weg zur digitalen Kultur* (2000) und (zusammen mit Robin Meyer-Lucht) *Online gegen Print: Zeitung und Zeitschrift im Wandel* (2004).

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Paul Golding genießt als unabhängiger Berater wegen seiner extensiven Kenntnisse im Bereich der Mobiltechnologie und der Mobilfunkanwendungen hohes Ansehen. Als Autor, Ausbilder und Berater hat er das transformative Potenzial der 3G-Technologie bei zahlreichen Firmen (u.a. Vodafone, Motorola, O2, Three und Virgin Mobile) aktiv propagiert. Paul Golding ist nicht nur Theoretiker, sondern hat in der Mobilfunkbranche auch viele reale Lösungen aufgebaut. In seinem Buch *Next Generation Wireless Applications* (2004) stellt er im Überblick das gesamte Spektrum der im 3G-Zeitalter konvergierenden Technologien dar. Auch ist er nicht nur Technologe, sondern bezieht ein weites Themen- und Fächerspektrum mit ein, wenn er Geschäftsstrategien für den Mobilfunkbereich entwirft: Betriebswirtschaft, Soziologie, Ökonomie, Linguistik u.a. (http://www.paulgolding.me.uk).

Peter Gross ist Professor und Direktor des Instituts für Soziologie an der Universität St. Gallen, Schweiz. Neben seinen akademischen Tätigkeiten engagiert er sich auch bei einer Anzahl anderer Organisationen in den Bereichen Bildung und Beratung. Zu seinen Buchpublikationen gehören *Die Multioptionsgesellschaft* (1994) und *Ich-Jagd – Im Unabhängigkeitsjahrhundert* (1999).

Axel Gundolf studiert Angewandte Medienwissenschaft an der Technischen Universität Ilmenau, Deutschland. Zu seinen Forschungsinteressen gehören: interkulturelle Kommunikation, Journalismus, Online- und Mobilkommunikation.

Leslie Haddon ist Visiting Research Associate an der Universität Essex, Großbritannien, und Lehrbeauftragter an der London School of Economics. Er hat vielfältige Studien im Themenbereich der sozialen Gestaltung und des Konsums von Informations- und Kommunikationstechnologien durchgeführt. Seine neueste Buchpublikation ist *Information and Communication Technologies in Everyday Life: A Concise Introduction and Research Guide* (2004).

Richard Harper ist leitender Forscher in der Interactive Systems Group von Microsoft in Cambridge, Großbritannien. Er entwickelte zwanzig Jahre lang soziologische Instrumente und Techniken zum besseren Verständnis des Nutzerverhaltens, die dann zu Planung und Entwicklung innovativerer Computertechnologien führten. Bevor er zu Microsoft nach Cambridge ging, leitete er eigene Firmen im Bereich der Digitaltechnologie, und davor ein interdisziplinäres Forschungszentrum an der Universität Surrey, wo er der erste britische Professor für sozio-digitale Systeme war. Nach der Promotion in Manchester (PhD) hatte er seine Forschungskarriere bei Xerox EuroPARC begonnen. Er hat mehr

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

als 130 Artikel und acht Bücher veröffentlicht und ist außerdem Inhaber von drei Patenten.

Larissa Hjorth unterrichtet gegenwärtig im BA-Programm »Games« im Creative Media Department der RMIT Universität, Melbourne, Australien. Davor erforschte sie die individuelle und geschlechtsrollenspezifische Handy-Personalisierung im asiatischen Pazifikraum. Zu ihren Publikationen gehören: »›Pop‹ and ›Ma‹: The Landscape of Japanese Commodity Characters and Subjectivity«, in: Chris Berry/Fran Martin/Audrey Yue (Hg.), *Mobile Cultures* (2003) und »Kawaii@keitai«, in: Mark McLelland/Nanette Gottlieb (Hg.), *Japanese Cybercultures* (2003).

Joachim R. Höflich ist Professor für Kommunikationswissenschaften mit Schwerpunkt Medienintegration an der Universität Erfurt, Deutschland. Zu seinen Forschungsinteressen gehören: technisch vermittelte interpersonale Kommunikation, Mediennutzung und ihre Folgen. Er hat mehrere Artikel zur Mobilkommunikation veröffentlicht und 2005 mit Julian Gebhardt den Band *Mobile Kommunikation. Perspektiven und Forschungsfelder* herausgegeben.

Michael Hulme ist Professor und Associate Fellow am Institute for the Advanced Study of Management and Social Sciences der Universität Lancaster, Großbritannien, sowie Direktor des dortigen Centre for the Study of Media, Technology and Culture; als Chairman und Gründer leitet er überdies die Teleconomy Group, eine kommerzielle Forschungsfirma, die auf Studien zur Organisation und zum Verbraucherverhalten im Hinblick auf strategische Zukunftsentscheidungen spezialisiert ist.

James E. Katz ist Professor of Communication und Direktor des Center for Mobile Communication Studies an der Rutgers Universität in New Brunswick, NJ, USA. Zu seinen Buchpublikationen gehören *Connections: Social and Cultural Studies of the Telephone in American Life* (1999) und (als Herausgeber) *Machines That Become Us: The Social Context of Personal Communication Technology* (2003).

Chris Locke war im Rahmen seiner akademischen Karriere u.a. Xerox Lecturer in Electronic Communication and Publishing am University College London, Großbritannien. Dann wechselte er in strategisch ausgerichtete Industriepositionen in der Internet- und Telekommunikationsbranche; er hatte leitende Positionen bei Firmen wie Virgin Group, Freeserve, Hutchison 3G und T-Mobile International. Gegenwärtig ist er für AOL tätig. Er studierte an der Universität Sussex (MA in Critical Theory) und publizierte u.a. »Digital Memory and the Prob-

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

lem of Forgetting«, in: Susannah Radstone (Hg.), *Memory and Methodology* (2000). E-Mail: chris@feeshes.freeserve.co.uk.

Kristóf Nyíri studierte Mathematik und Philosophie. Er ist Mitglied der Ungarischen Akademie der Wissenschaften und Professor am Institut für Philosophie. Zu seinen Hauptinteressengebieten gehören: Philosophie des 19. und 20. Jahrhunderts; Auswirkungen der Kommunikationstechnologien auf die Organisation von Ideen. Er publizierte zuletzt *Vernetztes Wissen: Philosophie im Zeitalter des Internets* (2004). Weitere Informationen unter http://www.hunfi.hu/nyiri.

Raimund Schmolze, PhD, ist Leiter der Abteilung European Customer Insights bei T-Mobile International und Lehrbeauftragter an der London School of Economics, Großbritannien. Die von ihm geleitete Forschungsgruppe unterstützt die Produktentwicklung und das Marketing bei T-Mobile durch detaillierte Studien der Kundenbedürfnisse und des Verbraucherverhaltens.

Lara Srivastava ist Projektleiterin beim ITU New Initiatives Programme und Analystin für Telekommunikationspolitik bei der International Telecommunication Union (ITU) in Genf, Schweiz. Sie ist für die Beobachtung und Analyse von Trends in den Informations- und Kommunikationstechnologien zuständig, unter Einbeziehung der Politik und der Märkte und mit einem Schwerpunkt auf der Mobilkommunikation. Sie betreut und entwirft Publikationen, organisiert Workshops und berät bei der inhaltlichen Gestaltung von Workshops und Symposien. Sie besitzt verschiedene akademische Abschlüsse (MA, LL.B. und M.Sc.) und ist überdies (in Kanada) als Rechtsanwältin zugelassen.

Anna Truch ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Centre for the Study of Media, Technology and Culture der Universität Lancaster, Großbritannien. Nach dem Studienabschluss in Oxford in den Fächern Politik, Philosophie und Wirtschaftswissenschaften war sie sowohl akademisch als auch in der Privatwirtschaft tätig (IBM Telecommunications Consulting Group und Henley Management College). Gegenwärtig erkundet sie als Dissertationsprojekt (PhD) die Einflüsse der Persönlichkeit auf den Wissensaustausch innerhalb von Organisationen.

Jane Vincent ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Digital World Research Centre (DWRC) der Universität Surrey, Großbritannien. Ihr Spezialgebiet ist die soziale Gestaltung von Mobilkommunikation; darüber hinaus arbeitet sie an ihrer Doktorarbeit (PhD). Bevor sie 2001 an das DWRC ging, arbeitete sie zwanzig Jahre in der europäischen Mobilkommunikationsindustrie. E-Mail: j.vincent@surrey.ac.uk.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Laura Watts ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Department of Sociology der Universität Lancaster, Großbritannien. Gegenwärtig promoviert sie im Gebiet Science and Technology Studies über das Thema Archäologie und Zukunftsformen der Mobilkommunikationsindustrie, wobei ihr frühere Berufserfahrungen als Designerin und Geschäftsstrategin in der Branche zugute kommen.

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Die Neuerscheinungen dieser Reihe

Simone Dietz,
Timo Skrandies (Hg.)
Mediale Markierungen
Studien zur Anatomie medienkultureller Praktiken
Juni 2006, 270 Seiten,
kart., ca. 26,80 €,
ISBN: 3-89942-482-4

Ralf Adelmann,
Jan-Otmar Hesse,
Judith Keilbach,
Markus Stauff,
Matthias Thiele (Hg.)
Ökonomien des Medialen
Tausch, Wert und Zirkulation in den Medien- und Kulturwissenschaften
Juni 2006, ca. 300 Seiten,
kart., 19,80 €,
ISBN: 3-89942-499-9

Jens Schröter,
Gregor Schwering,
Urs Stäheli (Hg.)
Media Marx
Ein Handbuch
Juni 2006, ca. 500 Seiten,
kart., ca. 29,80 €,
ISBN: 3-89942-481-6

Helga Lutz,
Jan-Friedrich Mißfelder,
Tilo Renz (Hg.)
Äpfel und Birnen
Illegitimes Vergleichen in den Kulturwissenschaften
Juni 2006, ca. 250 Seiten,
kart., ca. 26,80 €,
ISBN: 3-89942-498-0

Annett Zinsmeister (Hg.)
welt[stadt]raum
mediale inszenierungen
Mai 2006, ca. 130 Seiten,
kart., zahlr. Abb., ca. 16,80 €,
ISBN: 3-89942-419-0

Susanne Regener
Visuelle Gewalt
Menschenbilder aus der Psychiatrie des 20. Jahrhunderts
April 2006, ca. 220 Seiten,
kart., ca. 25,80 €,
ISBN: 3-89942-420-4

Barbara Becker,
Josef Wehner (Hg.)
Kulturindustrie reviewed
Ansätze zur kritischen Reflexion der Mediengesellschaft
April 2006, ca. 250 Seiten,
kart., ca. 26,80 €,
ISBN: 3-89942-430-1

Annette Runte
Über die Grenze
Zur Kulturpoetik der Geschlechter in Literatur und Kunst
April 2006, 380 Seiten,
kart., ca. 25,80 €,
ISBN: 3-89942-422-0

Michael Leicht
Wie Katie Tingle sich weigerte, ordentlich zu posieren und Walker Evans darüber nicht grollte
Eine kritische Bildbetrachtung sozialdokumentarischer Fotografie
April 2006, ca. 180 Seiten,
kart., zahlr. Abb., ca. 22,80 €,
ISBN: 3-89942-436-0

Petra Gropp
Szenen der Schrift
Medienästhetische Reflexionen in der literarischen Avantgarde nach 1945
April 2006, ca. 420 Seiten,
kart., ca. 32,80 €,
ISBN: 3-89942-404-2

Leseproben und weitere Informationen finden Sie unter:
www.transcript-verlag.de

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Die Neuerscheinungen dieser Reihe

Birgit Käufer
Die Obsession der Puppe in der Fotografie
Hans Bellmer, Pierre Molinier, Cindy Sherman
April 2006, 230 Seiten,
kart., ca. 26,80 €,
ISBN: 3-89942-501-4

Peter Widmer
Metamorphosen des Signifikanten
Zur Bedeutung des Körperbilds für die Realität des Subjekts
April 2006, ca. 150 Seiten,
kart., ca. 17,80 €,
ISBN: 3-89942-467-0

Heide Volkening
Am Rand der Autobiographie
Ghostwriting – Signatur – Geschlecht
April 2006, ca. 300 Seiten,
kart., ca. 27,80 €,
ISBN: 3-89942-375-5

Achim Geisenhanslüke, Christian Steltz (Hg.)
Unfinished Business
Quentin Tarantinos »Kill Bill« und die offenen Rechnungen der Kulturwissenschaften
April 2006, ca. 240 Seiten,
kart., ca. 25,80 €,
ISBN: 3-89942-437-9

Markus Fellner
»psycho movie«
Zur Konstruktion psychischer Störung im Spielfilm
April 2006, ca. 500 Seiten,
kart., ca. 29,80 €,
ISBN: 3-89942-471-9

Sebastian Gießmann
Netze und Netzwerke
Archäologie einer Kulturtechnik, 1740-1840
April 2006, 120 Seiten,
kart., ca. 15,80 €,
ISBN: 3-89942-438-7

Meike Becker-Adden
Nahtstellen
Strukturelle Analogien der »Kreisleriana« von E.T.A. Hoffmann und Robert Schumann
März 2006, 290 Seiten,
kart., 28,80 €,
ISBN: 3-89942-472-7

Jürgen Straub, Doris Weidemann, Carlos Kölbl, Barbara Zielke (eds.)
Pursuit of Meaning
Advances in Cultural and Cross-Cultural Psychology
März 2006, 518 Seiten,
kart., 32,80 €,
ISBN: 3-89942-234-1

Arne Höcker, Jeannie Moser, Philippe Weber (Hg.)
Wissen. Erzählen.
Narrative der Humanwissenschaften
März 2006, 222 Seiten,
kart., 25,80 €,
ISBN: 3-89942-446-8

Volker Pantenburg
Film als Theorie
Bildforschung bei Harun Farocki und Jean-Luc Godard
März 2006, 324 Seiten,
kart., 29,80 €,
ISBN: 3-89942-440-9

Leseproben und weitere Informationen finden Sie unter:
www.transcript-verlag.de

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Die Neuerscheinungen dieser Reihe

Sibylle Peters,
Martin Jörg Schäfer (Hg.)
»Intellektuelle Anschauung«
Figurationen von Evidenz zwischen Kunst und Wissen

März 2006, 360 Seiten,
kart., 30,80 €,
ISBN: 3-89942-354-2

Andi Schoon
Die Ordnung der Klänge
Das Wechselspiel der Künste vom Bauhaus zum Black Mountain College

März 2006, 216 Seiten,
kart., 25,80 €,
ISBN: 3-89942-450-6

Peter Glotz, Stefan Bertschi,
Chris Locke (Hg.)
Daumenkultur
Das Mobiltelefon in der Gesellschaft.
Übersetzt von Henning Thies

März 2006, 348 Seiten,
kart., 28,80 €,
ISBN: 3-89942-473-5

Martin Heller, Lutz Liffers,
Ulrike Osten
Bremer Weltspiel
Stadt und Kultur. Ein Modell

März 2006, 248 Seiten,
kart., 22,80 €,
ISBN: 3-89942-485-9

Ulf Schmidt
Platons Schauspiel der Ideen
Das »geistige Auge« im Medien-Streit zwischen Schrift und Theater

Februar 2006, 446 Seiten,
kart., 32,80 €,
ISBN: 3-89942-461-1

Andreas Jahn-Sudmann
Der Widerspenstigen Zähmung?
Zur Politik der Repräsentation im gegenwärtigen US-amerikanischen Independent-Film

Januar 2006, 400 Seiten,
kart., zahlr. Abb., 31,80 €,
ISBN: 3-89942-401-8

Tanja Jankowiak,
Karl-Josef Pazzini,
Claus-Dieter Rath (Hg.)
Von Freud und Lacan aus: Literatur, Medien, Übersetzen
Zur »Rücksicht auf Darstellbarkeit« in der Psychoanalyse

Januar 2006, 286 Seiten,
kart., 26,80 €,
ISBN: 3-89942-466-2

Bernard Robben
Der Computer als Medium
Eine transdisziplinäre Theorie

Januar 2006, 316 Seiten,
kart., 28,80 €,
ISBN: 3-89942-429-8

Heike Piehler (Hg.)
Weißes Rauschen
1. Ästhetik-Festival der Universität Bielefeld

Januar 2006, 110 Seiten,
kart., zahlr. farb. Abb., 15,80 €,
ISBN: 3-89942-462-X

Christina Bartz,
Jens Ruchatz (Hg.)
Mit Telemann durch die deutsche Fernsehgeschichte
Kommentare und Glossen des Fernsehkritikers Martin Morlock

Januar 2006, 260 Seiten,
kart., 26,80 €,
ISBN: 3-89942-327-5

Leseproben und weitere Informationen finden Sie unter:
www.transcript-verlag.de

https://doi.org/10.14361/9783839404737 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND