

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

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.

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 Gesser* 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 Gesser 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 Gesser 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.

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 Betroffenen ihre Arbeit in einem zuvor undenkbaaren 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

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 festgefügtten 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 welche 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

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-

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

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-

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 vermitteln sollte, 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

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 unzensurierte 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

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.

