

Das Daumenzeitalter: Eine kulturelle Deutung der Handytechnologien aus Asien

GENEVIEVE BELL

Einleitung¹

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 Ngwenou, 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.

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 gesamtstaatliche 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-

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 Altersgruppen. 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, Eunnyun 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 Daejeon; in Australien Newcastle, Melbourne und Adelaide.

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).

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.

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, über schaue, 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 Mittelschicht Haushalten 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

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, Familienanlässen, 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-Präsenz 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 Betroffenen geändert.

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

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-

teverstöße zu vermeiden, benutzt man für (aufgrund von Rang, Alter, Geburt, Karriere oder akademischem Grad) Höherstehende die formellen Anredepronomen. 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, dienen 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.

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 aufsteht, 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

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, Kühlschrankschranktür 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

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 Cricket-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.

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-Informationendienste 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

»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

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 benutzen 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 unvoreilhaft 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 Guo-wei 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.

Technologie¹¹ 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: Elektromog) 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).

»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 Körfernähe 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 Jadediguren (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

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

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 entfernten 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 nachträgliche 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.

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.

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-

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 anrufen. 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. Januar 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).

- 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.

- 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 MacMillan.
- 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/DKo8Dfoz.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

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.