

Doing Mobility. Menschen in Bewegung, Aktivitätsmuster, Zwischenräume und mobile Kommunikation

Joachim R. Höflich

1 Mobile Menschen und mobile Medien

Menschen nutzen Medien, um gewisse Kommunikationsabsichten zu erreichen. Doch ist die Mediennutzung nicht nur eine Sache von Funktionalitäten. Nicht zuletzt ist immer der Kontext des Gebrauchs mitzudenken. Denkt man etwa an das Fernsehen, so sind nicht allein die Motive der Nutzer bestimmend. Schon das Wetter oder die Jahreszeit erweisen sich als maßgebliche Prädiktoren des Gebrauchs (z. B. Roe/Vandebosch 1996). Geht es um so genannte ‚mobile Medien‘, wird das erst recht von Belang, denn der Gebrauch wird hierbei (abgesehen vom Wetter), eben weil die Menschen mit den Medien unterwegs sind, von den jeweils sich wechselnden räumlich-sozialen Kontexten geprägt. An die Stelle eines privaten und häuslichen Umfeldes tritt nun der öffentliche Raum mit seinen jeweiligen sozialen Rahmungen, manifest durch die Anwesenheit Dritter, und einer Kommunikation mit einem Kommunikationspartner, der physisch abwesend und zugleich kommunikativ anwesend ist (vgl. auch Gergen 2002). Das setzt eine gewisse Virtuosität in der Handhabung der Kommunikationssituation wie auch ein Arrangieren mit Anderen voraus. Mediennutzung im allgemeinen und hier die Nutzung von (mobilen) Medien im öffentlichen Raum ist so gesehen immer ein *Bewältigungshandeln*, mit dem eine Mediensituation gehandhabt – aber auch erst hergestellt wird. Dies bezieht sich gleichwohl auf das Moment von Mobilität insgesamt. Sieht man einmal davon ab, dass eigentlich klargestellt werden müsste, was denn nun mobil sei, die Medien oder die Menschen (wobei es eigentlich in der Tat erst einmal die Menschen sind), so scheint das, was Mobilität ist, nur auf den ersten Blick so klar zu sein:

„Mobility is one of those words that are virtually impossible to define in a meaningful way. You either come up with a definition that excludes obvious instances, or your definition is too vague; it fails to shed light on important aspects. At the same time we all have a feeling of what it means; the postman and the travelling salesman are mobile, the secretary and the cook are not. Thus, we seem to be able to conceive

of typical situations in which people are mobile and when they are not.” (Kristoffersen/Ljungberg 1999: 271)

Mit dem Begriff ‚doing mobility‘ soll nun darauf verwiesen werden, dass Mobilität nicht nur ein ‚Unterwegssein‘ ist, sondern erst erzeugt wird. Dieser Begriff wird im Übrigen auch als Titel der Arbeit von Weilenmann (2003) verwendet. Dabei unterscheidet sie eine schiere Bewegung (movement) von Mobilität. Während sich das eine auf die (physische) Bewegung von Personen oder Artefakten bezieht, so ist mit Mobilität die soziale Dimension von Bewegung gemeint – und mit dieser einhergehend auch der Gebrauch von Medien respektive ‚mobilen Technologien‘. Ein ‚doing‘ verweist (nachgerade in einem ethnomethodologischen Verständnis) auf eine *Durchführung von Alltagshandlungen*, „um zu betonen, dass es sich hierbei um einen stets neu in Gang zu bringendes Tun handelt, das mehr impliziert, als mit dem traditionellen Handlungsbegriff ausgedrückt ist. Mit der Unzahl solcher täglichen Handlungen stellen die Mitglieder ihre soziale Ordnung her“ (Weingarten/Sack 1976: 13). Analog bezieht sich ein ‚doing mobility‘, in Abgrenzung zu einer schieren ‚Bewegung‘, auf ein „collaborative ongoing achievement“, so Weilenmann (2003: 23).

Mobil sein – und damit auch die Nutzung von (mobilen) Medien – wird so nicht nur als ein kommunikativer Modus, sondern als eine aktive Angelegenheit verstanden. Hörning und Reuter (2004: 10) folgend verweist dies auf ein umfassendes Verständnis menschlichen Handelns wie auch einer damit verbundenen Medienverwendung:

„Ganz gleich, ob der Umgang mit dem Computer im Betrieb oder dem Auto im Alltag, die Rezeption von Fernsehsendungen oder wissenschaftlichen Texten, der Prozess der Identifikation oder Repräsentation von Personen, oder auch nur die Art und Weise, wie üblicherweise Fahrstuhl gefahren, Geschlecht praktiziert oder Wissen gewusst wird – es handelt sich um das Praktizieren von Kultur. Und: Die gesellschaftliche Wirklichkeit ist keine ‚objektive Tatsache‘, sondern eine ‚interaktive Sache des Tuns‘.“

Eine Perspektive des ‚doing‘ stellt gleichsam einen übergreifenden Interpretationsrahmen für eine Reihe von Studien dar, die in den letzten Jahren zum Thema der Mobilkommunikation durchgeführt worden sind (vgl. Höflich 2011). Die Studien zur mobilen Kommunikation nehmen genau genommen ihren Anfang im Jahr 2000. Allerdings ging es hier noch um eine besondere Verwendungsweise: die Nutzung des Short Message Services durch Jugendliche. Und hier entstand die erste kommunikationswissenschaftliche Studie im deutschen Sprachraum auf diesem Gebiet (Höflich/Rössler 2001). Dem folgen eine Reihe von Beobachtungsstudien und Befragungen bis hin zu qualitativen Experimenten. For-

schungsleitend war die Absicht, Fragen, die nach einer Studie auftauchten, in weiteren Forschungsschritten zu beantworten, so dass genau genommen eine Anreihung von, miteinander verbundenen, Einzelfallstudien entstanden ist. Dabei sollen insbesondere jene Ergebnisse und darauf gründende Interpretationen herausgegriffen werden, die sich in ein aktives Moment eines ‚doing‘, als eine Durchführung medialer Alltagshandlungen im öffentlichen Raum verstehen lassen. Wenn damit ein ‚Wie es gemacht wird‘ im Vordergrund steht, dann ist dies auch eine Konsequenz der methodischen Ausrichtung, die stark auf (unterschiedlich motivierte) Beobachtungsstudien gründet. In der Tat kann mit Blick auf ein ‚doing‘ für eine Beobachterperspektive plädiert werden, die im Idealfall unvoreingenommen die Perspektive einer „radikal naiven Person“ (Lofland 1976: 1) einnimmt.

2 Öffentliche Räume und Menschen in Bewegung

Spricht man von mobilen Medien, so sind gleichsam auch Situationen des Gebrauchs gemeint, an denen sich die Menschen nicht bewegen (wenn etwa in einem Restaurant telefoniert wird). Im Weiteren soll das Moment des Mobilen allerdings im engeren Sinne verstanden werden: Die Nutzung von (transportablen) Medien durch mobile Menschen. Mit anderen Worten: es geht um sich bewegend Menschen mit bewegten Medien. Basales Moment der Fortbewegung ist *das Gehen*. Im Vordergrund steht, noch einmal konkreter, die Mediennutzung von Menschen, die zu Fuß unterwegs sind. Gehen scheint eine durchaus triviale Angelegenheit zu sein. Ganz offenkundig gehen wir, ohne uns diesbezüglich viele Gedanken zu machen oder machen zu müssen. Auch wenn uns der Automobilverkehr viele Wege abnimmt oder gar zur Bequemlichkeit (ver)föhrt und zudem unsere Gesellschaft eine eher ‚sitzende Gesellschaft‘ (Ingold 2004: 323) ist – genau genommen bewegen wir uns von einer Sitzmöglichkeit zur anderen – so ist doch die Gattung des Fußgängers noch nicht ausgestorben. Gehen ist die ursprüngliche Bewegungsform des Menschen. Wie Menschen auch gehen mögen, so bedeutet das Gehen, als ein „Modus des Seins“ (Coyne 2010: 158), eine besondere Verbundenheit mit der Welt (Ingold 2004: 330). Indem wir ‚auf dem Boden der Tatsachen‘ stehen und auf andere zugehen, sind wir anderen immer nahe – näher zumindest als bei einer Autofahrt. Für Demerath und Levinger (2003) ist das Gehen die Grundlage einer Konstruktion von Welt, so dass sie von „cultural significance of being on foot“ (Demerath/Levinger 2003: 217) und den Fußgängern als „Vehikel der Kultur“ sprechen. Dadurch, dass wir aufrecht durch die Welt gehen, haben wir die Hände frei, um die Welt zu ‚begreifen‘. Dabei ist das Gehen, so selbstverständlich es auch scheinen mag, eine durchaus vorausset-

zungsvolle Angelegenheit. Das beginnt mit dem, dass ausgeprägte Koordinationsleistungen erforderlich sind, wie Wolff (1973: 48) vermerkt:

„While at the immediate and superficial level encounters on the street are hardly noticeable and devoid of pleasantry and warmth, pedestrians do, in fact, communicate and do take into account the qualities and predicaments of others in regulating their behaviour.“

Für Goffman ist der Fußgänger wie ein Pilot, „der in eine weiche und empfindliche Schale eingeschlossen ist, nämlich in seine Kleider und seine Haut“ (Goffman 1974: 28). Gleich einem Sensor wird das Umfeld ständig abgetastet. Dieses gegenseitige Abtasten spielt sich fast unbewusst ab; es handelt sich um einen Blickwechsel ohne Kontaktnahme. Um nicht Gefahr eines Kollidierens zu laufen, muss dem Anderen nonverbal angezeigt werden, was man vorhat. Das geschieht mittels körperlicher Hinweise (Goffman spricht auch von einer „Externalisierung“), die es Anderen ermöglichen, das Verhalten einzuschätzen und zu etwas ‚Durchschaubarem‘ zu machen. „Während man an dem anderen vorbeigeht, schlägt man die Augen nieder, man blendet quasi ab. Wir haben hier vielleicht das geringste interpersonale Ritual und doch zugleich eines, das beständig den sozialen Verkehr zwischen Menschen unserer Gesellschaft regelt“ (Goffman 2009: 98). Eine Analogie zum Tanz – als Paar oder sogar Gruppentanz – ist nicht von der Hand zu weisen. In der Tat erfreute sich die Vorstellung vom Tanz immer schon einer gewissen Beliebtheit bei den Forschern. Beispielsweise vermerkt Whyte (2009: 67) mit Blick auf die Menschen in der Stadt:

„They split into an infinity of directions. Some swirl around the information kiosk clockwise, some counterclockwise. Hundreds of people will be moving this way and that, weaving, dodging, fainting. Here and there some will break into a run. Almost everyone is on a collision course with someone else, but with a multitude of retards, accelerations and side steps, they go their way untouched. It is indeed a great dance.“

Fußgänger sind indessen nicht mechanische Regelbefolger. Folgt man der Terminologie von Anderson (1990: 210), greift deshalb eine bloße „Etikette der Straße“ – oder der Plätze – zu kurz. Vielmehr existiert eine „Weisheit der Straße.“ Sie verweist darauf, dass die Menschen nicht nur starr auf vorgegebene Regeln, die für alle ähnlich gelagerten Probleme gelten, ‚reagieren‘, sondern aktiv handeln. Das führt zurück zur Perspektive eines ‚doing‘. Aus einem ethnomethodologischen Blickwinkel sprechen Ryave und Schenkein (1974) von einem „doing walking“, mit dem ein Verständnis von Gehen „as the concerted accomplishment of members of the community involved as a matter of course in

its production and recognition” (Ryave/Schenkein 1974: 265) zum Ausdruck kommt. Menschen beherrschen elaborierte methodische Praktiken des Gehens, als soziales Phänomen im Sinne eines ‚on-going situated accomplishment‘. Die Idee des Durchführens von Handlungen meint, dass man nicht nur einfach geht, sondern man ‚tut‘ gehen, indem man diese Aktivität in einer bestimmten Weise durchführt (auch Weingarten/Sack 1976: 15). Und dieses ‚doing‘ bezieht sich nicht nur auf das Gehen, sondern auf das soziale Leben überhaupt, auf ein ‚doing social life‘ (Lofland 1976). Hierzu zählt auch das mobile Telefonieren: ein ‚doing mobile calls‘.

Neues fügt sich in gegebene Praktiken ein und verändert diese zugleich. So muss sich auch das Mobiltelefon gewissermaßen ‚gegen‘ das Gehen durchsetzen, in das Gehen einfügen; zugleich verändert es das Gehen damit.¹ Darauf deuten die Hinweise, dass ein Mediengebrauch ablenkt und somit das Risiko vergrößert, Opfer eines Verkehrsunfalls zu werden. Nun gibt es in der Tat konkrete empirische Hinweise, dass das Mobiltelefon Aufmerksamkeit bindet respektive bindet und abzieht. Einerseits sind deren Nutzer in ein Gespräch mit einem abwesenden kommunikativen Gegenüber eingebunden, andererseits übergehen sie dabei anwesende Dritte. Ein solches Ausblenden ist keineswegs böse Absicht und als ‚Inattentional Blindness‘ bekannt. So zeigt zum Beispiel ein Experiment, dass ein Großteil derer, die ein Handytelefonat führen, einen Clown, der knapp an ihnen vorbei gefahren ist, nicht wahrgenommen haben (Höflich 2011: 103ff.; siehe auch Höflich/Roll/Kirchner in diesem Band).

1 Einen solchen Prozess der Veränderung des zu Fuße Gehens hat Norton (2008) am Beispiel des automobilen Verkehrs in den USA untersucht. Der Titel seines Buches lautet „Fighting Traffic“. Denkt man an die Probleme, die mit dem Mobiltelefon zumal in seinen frühen Jahren assoziiert wurden, so könnte man daran angelehnt auch von ‚Fighting Mobile‘ sprechen. Das Amerika der 1920er Jahre, oder genauer: die Fußgänger des Amerikas dieser Zeit, waren auf den automobilen Verkehr nicht unbedingt vorbereitet. Bevor das Auto die Städte eroberte und in der Folge zu automobilen Städten machte, gehörte die Stadt den Fußgängern. Straßen waren, wie öffentliche Parkanlagen, öffentliche Räume, die von jedem genutzt werden konnten, sofern Andere keine Schäden davon trugen. So war es Kindern ohne Weiteres möglich, auf der Straße zu spielen. Fußgänger konnten die Straße überqueren, wo und wann immer sie wollten. Autos stellten zwar eine Gefahr dar – doch selbst vorsichtige Autofahrer standen unter Generalverdacht (ebd.: 65). Es war schon eine Besonderheit, wenn in New York die Fußgänger angehalten wurden, sich die Fingernägel nicht unbedingt auf den Schienen der Straßenbahn zu maniküren. Mit der beginnenden Motorisierung der Straßen musste sich bekanntermaßen der Fußgänger Stück für Stück neuen Regeln beugen, schon deshalb, weil mit einem Vehikel zu rechnen war, das eine grundlegende Gefahr bei einem Beibehalten der bisherigen Praktiken bedeutet hätte.



Abbildung 1: Haben Sie den Clown gesehen?

Die Menschen scheinen sich indessen über die Möglichkeit einer Aufmerksamkeitsbindung durch eine Mobiltelefonnutzung durchaus bewusst zu sein, wie die Aussage aus einem Interview der „Clown-Studie“ nahe legt:

„Man kann eigentlich beides: Man kann laufen und telefonieren, oder, wenn’s dann ernsthafter wird, dann bleibt man stehen oder wenn man merkt, hier wird’s lauter, also man macht eigentlich beides, aber die Tatsache ist, dass man die Umwelt dann nicht viel wahrnimmt. Man konzentriert sich auf das Gespräch.“

Fragt man aber konkret danach, ob der Clown gesehen wurde, dann stößt man indessen auf *Normalitätsbezeugungen* wie: ‚Ich hatte gerade meine Brille nicht auf‘ oder ‚ich habe mich nach meinem Freund umgeschaut‘. Man möchte sich also eine gewisse Aufmerksamkeitsschwäche nicht eingestehen. Dabei handelt es sich eigentlich um keine Schwäche, eher noch, wenn Simmel (2008: 905) Recht hat, um eine Reaktion eines reizüberfluteten Großstädtlers. Er spricht von einer Blasiertheit, als Ergebnis einer Steigerung des Nervenlebens, „die aus dem raschen und ununterbrochenen Wechsel äußerer und innerer Eindrücke hervorgeht“ (Simmel 2008: 905). Die Lage ist denn auch nicht in dem Maße dramatisch, dass unentwegt Fußgänger zusammen stoßen. Um es gleich gar nicht dazu kommen zu lassen, suchen die Telefonierenden nicht zuletzt Nischen als eine Art virtuelle oder improvisierte Freiluft-Telefonzellen auf (Lasén 2003: 19).

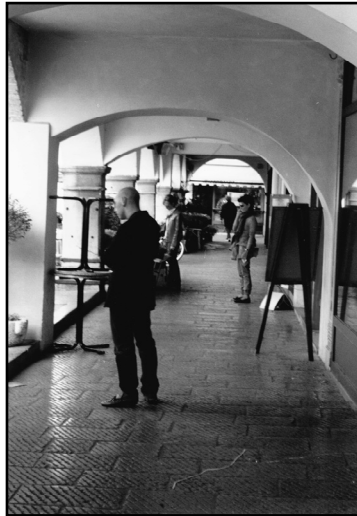


Abbildung 2: Handynutzung in der Nische

Auffällig ist, dass Menschen, die im öffentlichen Raum telefonieren, auch in der Art der Bewegung eine gewisse Distanz, ja, Isolierung, wenn nicht sogar eine Form autistischen Verhaltens zum Ausdruck bringen:

„The mobile phone user turns his or her back toward other people and then talks and either stares at the floor or walks slowly around. The purpose of these actions is to indicate that the mobile phone user has moved into his or her own private place and that he or she is concentrating on the phone call. Non-verbal, the mobile phone leads to ‘closed’ and ‘passive’ public behaviour. Such mobile phone use ... appears as an autistic form of public behavior.” (Puro 2002: 23)

Mit dem Aufsuchen von Nischen wie auch mit einem solchen medienverbundenen Raumverhalten kommt allerdings auch ein Territorialverhalten ins Spiel, das auf gewisse (temporäre) Privatheitszonen verweist. Angesprochen ist damit ein Verständnis von Privatheit als interpersonalen Prozess zur Kontrolle, als „an interpersonal boundary-control process, which paces and regulates interaction with others.” (Altman 1975: 11)

Auch wenn das angeführte Clown-Experiment darauf zu deuten scheint, dass die Nutzer des Mobiltelefons, ja von mobilen Medien überhaupt, so etwas wie kommunikative Inseln bilden, so muss dies doch differenzierter betrachtet werden. Es zeigt sich nämlich, wie Menschen Medien im Prozess des Gehens

(oder auch temporären Verweilens) durchaus angepasst verwenden und dabei zwischen einem virtuellen Konversationsraum des Telefonats und dem Raum des Hier und Jetzt der mitanwesenden Dritten lavieren und damit die beiden Räume verbinden. In der letzten Zeit wird dies unter dem Vorzeichen eines ‚mobilen Interface‘ diskutiert und damit zugleich ein erweiterter – sozialer – Begriff eines Interface vorgeschlagen. Betont wird in diesem Zusammenhang, dass es sich um mehr als ein technisches Phänomen handelt und Mediengebrauch auch nicht einfach isoliert betrachtet werden darf. Statt dessen handelt es sich um „a more productive way to analyze these technologies is to understand how they work as interfaces in the urban environment that actively interact with users to shape communication relationships and public spaces.“ (de Souza e Silva/Frith 2012: 5) Damit kommt man weg von der Technologie hin zum Gebrauch, weg vom Computer hin zum Computing, weg vom Mobiltelefon hin zur Praxis des Telefonierens. Kurz gesagt: Es geht weniger um die Gerätschaften und Medien, sondern um die Aktivitäten: „it is less about the devices and more about an activity“ (Farman 2012: 1), oder, um zurück zum Anfang zu kommen: Um ein „doing“.

3 Mediennutzungen, Aktivitätsmuster und Zwischenräume

Wenn Menschen unterwegs sind, dann geschieht dies in der Regel nicht ziel- und planlos. „Gehen ist immer mit einer Absicht verbunden.“ (Pöppel 2010: 35) Womöglich mag sich ein Flaneur zeitweise selbst vergessen, aber auch er ist nicht ziellos, selbst wenn es nur um das Sehen und Gesehen werden geht. Schon bevor man die eigenen vier Wände verlässt, wird vorweggenommen, was man alles vorhat (Garbrecht 1981: 89). Man überlegt sich, wo man hingehen muss, wann man wo zu sein hat bzw. will, ob dann noch etwas Zeit verbleibt, mit wem man sich trifft und natürlich auch, welche Kleidung man anziehen soll und was man mitnehmen muss. Dabei gehört das Mobiltelefon zu den Dingen, die mittlerweile immer mit auf den Weg genommen werden.

Jeder hat zwar seine individuellen Ziele und Wege. Und doch gibt es übergreifende Muster unterschiedlicher sozialer Segmente, wie auch Muster, die abhängig sind von externen Einflüssen wie der Tageszeit mit ihren Arbeitszeiten und den Öffnungszeiten der Geschäfte, dem Wetter oder saisonalen Einflüssen. Menschen einer gegebenen Population zeigen ähnliche Wege, abhängig von deren Lebens- und Arbeitsrhythmus und (davon nicht losgelöst) geschlechtsspezifischen Ausprägungen. Man spricht hierbei von *Aktivitätsmustern* (insbesondere Chabin 1974). Gemeint sind damit aggregierte Daten der Bewegungen

Einzelner. Eigenschaften von Aktivitäten sind, nach Chabin (1974: 37), ihre Dauer, ihre Position in der Zeit (üblicherweise mit einem zeitlichen Anfang), ihr Platz in einer Sequenz von Ereignissen sowie ein fester Ort oder Pfad im Raum. Dabei kann die Aktivität entweder nur vom Subjekt alleine oder zusammen mit Anderen – sei es mit der Familie, mit Verwandten, Freunden, Nachbarn, Bekannten oder Fremden – ausgeführt werden. Würde man sich konkrete Orte wie einen Platz oder sogar eine ganze Stadt von oben ansehen, so wären die – zeitabhängigen wie auch die sich rhythmisch wiederholenden – Bewegungen der Menschen erkennbar. Wenn im Zusammenhang mit dem Gehen von einem Tanz gesprochen wird, so zeigt sich nun eine Gesamtchoreografie eines solchen Tanzes. Seamon (1979: 151; 2006), spricht von einem Platz-Ballett:

„Regularity and variety mark the place ballet. Their balance is a rhythm of place: speeding up and slowing down, crescendos of activity and relative quiet. The particular place involves a unique rhythm, whose tempo changes hourly, weekly and seasonally.”

Um Aktivitätsmuster der Menschen nachvollziehen zu können, könnte man sie, mit all den damit verbundenen Unabwägbarkeiten, befragen (wie bei Chabin 1974). Man könnte deren Wege in konkreten Territorien beobachten (so z. B. geschehen bei einer Studie auf einer italienischen Piazza; Höflich 2006) oder man könnte sie auf ihren Wegen im Sinn eines „go-alongs“ begleiten und zugleich befragen (z. B. Kusenbach 2008). Aber genau genommen können auch über eine Verortung des Mobiltelefons die alltäglichen Wege der Menschen und die Orte, die sie aufsuchen, nachgezeichnet werden, wie dies etwa die Aufzeichnung des Bewegungsprofils des Grünenpolitikers Malte Spitz zeigt:

„Das Profil enthüllt, wann Malte Spitz durch Straßen läuft, wann er Bahn fährt, wann er fliegt. Es zeigt, in welchen Städten und an welchen Orten er sich aufhält. Es zeigt, zu welchen Zeiten er arbeitet und zu welchen er schläft, wann man ihn am besten erreichen kann und wann eher nicht. Es zeigt, wann er lieber telefoniert und wann er lieber eine SMS verschickt und es zeigt, in welchem Biergarten er gerne sitzt. Es zeigt ein Leben.” (Biermann 2011: 1)

Wie die im Rahmen der eingangs erwähnten Studien durchgeführten Beobachtungen und Befragungen zeigen, wird das Mobiltelefon zwar individuell in einem konkreten situativen Zusammenhang genutzt, zugleich verbindet es jedoch auch Situationen, womit ein übersituatives Moment entsteht. Das Handy wird meist dann verwendet, wenn die eigenen Aktivitäten unfreiwillig unterbrochen wurden (etwa, weil man einen Termin versäumt hat). So kann eine mögliche Verspätung zumindest dahingehend abgepuffert werden, indem man die anderen

davon unterrichten kann. Ein mobiles Telefonat kann aber auch dazu dienen, die Zeit zwischen zwei Aktivitäten zu überbrücken. Mit Hulme und Truch (2006: 159) könnte man von einem ‚*Zwischen-Raum*‘ (einem „Interspace“) sprechen, einem Zeitraum zwischen zwei getrennten, aber aufeinander bezogenen, spezifisch in Raum und Zeit verorteten Ereignissen (auch Urry 2007: 250). Konkret sind hier die Räume zwischen Arbeitsplatz, Wohnung und sozialen Aktivitäten gemeint. Gemäß den Autoren hat man es allerdings nicht nur mit einer Übergangszone zwischen zwei Ereignissen zu tun, sondern, weiter gefasst, mit einem soziomateriellen Raum. Darunter ist ein für sich stehender (Zeit-)Raum zu verstehen, „in dem sich sehr komplexe Prozesse abspielen, die in erster Linie mit Organisation und Verhandlungen zwischen den Grenzen der umgebenden Felder zu tun haben.“ (Hulme/Truch 2006: 162) Das Mobiltelefon hat die Natur des ‚*Zwischen-Raum*‘ verändert, indem es eine Kommunikation mit nichtanwesenden Personen in der Phase des Übergangs von einem Aktivitätsfeld zu einem anderen ermöglicht. Die Zeit des Unterwegsseins wird so zu einer aktiven Zeit. Urry (2007: 250/251) formuliert dies folgendermaßen:

„Travel time comes to be converted into activity time within ‘interspace’. In turn, less of the individual’s travel time is used, enabling more travel to occur of encouraging greater use of those modes that may enable activities to be undertaken en-route, including developing or maintaining network capital.”

In der Tat gaben die befragten Nutzer und Nutzerinnen des Mobiltelefons an, dass sie sich in einer Phase zwischen zwei Aktivitäten befanden (z. B. in der Mittagspause) bzw. in einer Zeitspanne, die sie zwischen zwei Tätigkeiten überbrückten (z. B. zwischen dem Besuch einer Ausstellung und der Abfahrt eines Zuges). Oder sie waren zu einer mehr oder weniger konkreten Verabredung mit anderen Personen unterwegs oder warteten bereits. Und oftmals war auch ihre mobile Kommunikation auf die Koordinierung eines Treffens bezogen. Mittels des Mobiltelefons kann man auf die Aktivitäten anderer Einfluss nehmen und/oder diese synchronisieren – die Alltagsaktivitäten werden in der Konsequenz flexibler ausführbar. Ling und Yttri (2002) bezeichnen dies als ‚*Mikro-Koordinierung*‘ im Sinne eines Arrangements und Re-Arrangements persönlicher Treffen und Kontakte:

„Microcoordination is the nuanced management of social interaction. Microcoordination can be seen in the redirection of trips that have been already started, it can be seen in the iterative agreement as to when and where we can meet friends, and it can be seen, for example, in the ability to call ahead when we are late to an appointment.“ (Ling 2004: 70)

Medienkommunikation in Bewegung

Mobilisierung – Mobile Medien – Kommunikative Mobilität

Wimmer, J.; Hartmann, M. (Hrsg.)

2014, VIII, 315 S. 13 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-531-19374-8