

**Aus:**

CORINNA PEIL

## **Mobilkommunikation in Japan**

Zur kulturellen Infrastruktur der Handy-Aneignung

Juli 2011, 394 Seiten, kart., 33,80 €, ISBN 978-3-8376-1776-4

Das Mobiltelefon vereint nicht nur unterschiedliche Kommunikationsformen in einem Gerät, sondern interagiert auch in hohem Maße mit den kulturellen Kontexten seiner Nutzung. Dieses wechselseitige Verhältnis von Kultur und Medienkommunikation stellt Corinna Peil in den Mittelpunkt einer umfassenden Analyse und Systematisierung des Hybrid- und Konvergenzmediums »Handy«. Als Untersuchungsfeld dient ihr dabei die mobile Medienkultur Japans, welche schon seit Jahren durch eine hohe Alltagsintegration und Anwendungsvielfalt mobiler Kommunikationstechnologien gekennzeichnet ist. Die kultur- und aneignungsorientierte Perspektive der Studie trägt zu einem erweiterten Verständnis von Mobilkommunikation bei.

**Corinna Peil** (Dr. phil.) ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienkultur (IfKM) der Leuphana Universität Lüneburg.

Weitere Informationen und Bestellung unter:

[www.transcript-verlag.de/ts1776/ts1776.php](http://www.transcript-verlag.de/ts1776/ts1776.php)

# INHALT

Abbildungsverzeichnis	9
Danksagung	11
<b>1. Einleitung</b>	13
Forschungsgegenstand Mobilkommunikation	13
Warum Japan?	15
Fragestellungen und Ziele	18
Vorgehensweise und Gliederung	19
Mythen und Gefahren des ‚Technologie-Exotismus‘	21
<b>2. Mobilkommunikation in Japan:     Eine mobile Medienavantgarde</b>	25
2.1 Zur Entstehung und Entwicklung mobiler Kommunikationstechnologien in Japan	26
2.1.1 Technische Vorläufer der Mobilkommunikation: Der Pager und die Mädchen	28
2.1.2 Konkurrierende Standards: PHS vs. <i>keitai</i>	31
2.2 NTT DoCoMo’s <i>i-mode</i> und der Durchbruch des mobilen Internets	34
2.2.1 Entwicklung und Konzept des ersten mobilen Onlinedienstes	35
2.2.2 Gründe für den Erfolg von <i>i-mode</i> aus ökonomischer Perspektive	36
2.2.3 Der Beitrag des mobilen Internets für die Internetverbreitung in Japan	39
2.2.4 Neuere Funktionen und Anwendungsbereiche des <i>keitai</i>	42
2.3 Zur aktuellen Situation der Mobilkommunikation in Japan	45
2.3.1 Mobile Dienste und <i>keitai</i> -Funktionen heute	46
2.3.2 Akzeptanz und Ausblick	48
<b>3. Theoretische Bezüge:     Kultur, Kommunikation und Medien</b>	51
3.1 Cultural Studies als übergreifende Perspektive	52
3.2 Schlüsselbegriffe und -konzepte	56
3.2.1 Kultur	56
3.2.2 Kultur und (Medien-)Kommunikation	59
3.2.3 Medien	63

3.2.4	Mediatisierung	67
3.2.5	Medienkultur	70
3.2.6	Nationale vs. translokale (Medien-)Kultur	73
3.3	Zusammenführung der Begriffskonzeptionen	75
<b>4.</b>	<b>Analytischer Rahmen:</b>	
	<b>Mobilkommunikation als Forschungsgegenstand</b>	79
4.1	Definitorische Annäherungen: Mobiltelefon, mobile Kommunikationstechnologien, Mobilkommunikation	79
4.2	Entwicklung der Mobilkommunikation und ihrer Erforschung	83
4.2.1	Thematische Forschungsschwerpunkte	85
4.2.2	Methodische Herangehensweisen	88
4.2.3	Theoretische Zugänge	90
4.3	Ansätze der kultur- und kontextorientierten Mobilkommunikationsforschung	99
4.3.1	Raumthemen in der Mobilkommunikationsforschung	100
4.3.2	Zeitthemen in der Mobilkommunikationsforschung	106
4.3.3	Beziehungsthemen in der Mobilkommunikationsforschung	112
4.3.4	Medienthemen in der Mobilkommunikationsforschung	121
4.4	Plädoyer für eine breitere kulturelle Kontextualisierung von Mobilkommunikation	126
4.4.1	Leerstellen der Mobilkommunikationsforschung	127
4.4.2	Die kulturelle Infrastruktur der Mobilkommunikation: Raum, Zeit, Beziehungen, Medien	129
<b>5.</b>	<b>Die kulturelle Infrastruktur der Mobilkommunikation in Japan</b>	135
5.1	Raum	138
5.1.1	Geografische Strukturmerkmale	142
5.1.2	Bevölkerungsentwicklung und Urbanisierung	145
	Die japanischen Metropolen als <i>global cities</i> : Stadtentwicklung, Vernetzung und Multizentrismus	148
	Mobile Kommunikationstechnologien als Schöpfer symbolischer Räume	153
	Neue situative Raumerfahrungen mit Mobilkommunikation	155
	Zur Interaktion von symbolischen und realen (Stadt-)Räumen	157
	Raumdiskurse und japanische Jugendkultur	159
5.1.3	Verkehr und Mobilität	161
	Unsichtbare Grenzziehungen im öffentlichen Stadtverkehr	164
	Die Integration des <i>keitai</i> in das komplexe Regelwerk des urbanen Verkehrsalltags	167

5.1.4	Zuhause und Häuslichkeit	170
	Wohnmodelle und Strategien der Raumgewinnung innerhalb des Zuhauses	172
	Zur Konstruktion selektiver Gemeinschaften mit mobilen Medien	174
	Außer Haus zu Hause: <i>keitai</i> -Kommunikation und virtuelle Wohngemeinschaften	176
	Exkurs: <i>hikikomori</i> und <i>otaku</i> als Extremformen ,medialer Häuslichkeit‘	179
5.1.5	Zwischenfazit Raum	184
5.2	Zeit	187
5.2.1	Schul- und Ausbildungszeit	192
	Das japanische Ausbildungssystem: Aufbau, Grundsätze und Ideale	193
	Alltag und Zeithandeln von Schülerinnen und Schülern	196
	Das Studium als gesellschaftlich sanktionierte Latenzphase	201
	Funktionen des <i>keitai</i> im japanischen Schul- und Studienalltag: Zeitverdichtung, Organisation und Sicherheit	203
5.2.2	Arbeitszeit	208
	Zum Umgang mit Zeit im japanischen Arbeitsalltag	209
	Die Bedeutung mobiler Kommunikationstechnologien in der Arbeitszeit	212
5.2.3	Freizeit	215
	Zwischen Bewegung und Stillstand: Dominante Muster der (Frei-)Zeitgestaltung	218
	Die Rolle des <i>keitai</i> bei der Strukturierung von Freizeit	225
5.2.4	Zwischenfazit Zeit	227
5.3	Beziehungen	230
5.3.1	Familie	238
	Das <i>ie</i> als Ursprung japanischer Familienorganisation	239
	Modernisierung des traditionellen Familiensystems und zeitgenössische Familienstrukturen	242
	Mobilkommunikation und familiärer Wandel	244
	Die <i>keitai</i> -Nutzung älterer Menschen im Kontext der Digital Divide Debatte	246
	Lebensstile und Zusammenleben von Frauen und Männern	249
	<i>Keitai</i> und Doing Gender in der häuslichen Familienkommunikation	254
5.3.2	Freunde	257
	Kontakt und Kontinuität in Freundschaftsbeziehungen	258
	<i>Keitai</i> -Kommunikation zur Förderung virtueller und realer Begegnungen	261

Soziale Selektivität und Vergemeinschaftung im <i>networked individualism</i>	263
5.3.3 Fremde	266
Die Konstruktion des <i>intimate strangers</i> in der Tele- und Onlinekommunikation	267
Von <i>beru-tomo</i> bis <i>deai-kei</i> : Mobilkommunikation und Beziehungsspiele	270
5.3.4 Zwischenfazit Beziehungen	275
5.4 Medien	279
5.4.1 Schrift und Sprache	282
Zwischen Adaption und Anpassung: Die japanischen Schriftsysteme	283
Kennzeichen der Sprache und Konventionen des Sprachgebrauchs	286
Die Digitalisierung der Schrift	288
Mündlichkeit und Schriftlichkeit in der japanischen Mobilkommunikation	291
5.4.2 Medienübergänge	296
Das Internet und die Etablierung des <i>keitai</i> als mobiles Konvergenzmedium	297
Die Zeitung als Informations- und gesellschaftliches Integrationsmedium	301
Orientierung am Bild: Audiovisuelle Medien, Anime und Manga	306
<i>Visual kei</i> , <i>cosplay</i> und <i>purikura</i>	312
Mobilität und Spielen	314
5.4.3 Medientechnologien als Bedeutungsträger	318
Zur großen Bedeutung kleiner Technologien	320
Fabrikationen der Niedlichkeit	324
<i>Keitai</i> -Kommunikation und <i>kawaii</i> -Kultur	327
5.4.4 Zwischenfazit Medien	331
<b>6. Diskussion und Ausblick</b>	335
6.1 Die kulturelle Infrastruktur der Mobilkommunikation in Japan: Einsichten und Reflexionen	336
6.2 Das kulturorientierte Kontextualisierungskonzept der Mobilkommunikation	340
6.3 Perspektiven und Reichweite der Studie	347
<b>7. Literatur</b>	355

# 1. EINLEITUNG

Im Zentrum der Arbeit steht die Auseinandersetzung mit der Aneignung und Nutzung mobiler Kommunikationstechnologien im japanischen (Medien-)Alltag, die darauf zielt, einen kulturwissenschaftlich orientierten Theoriebeitrag zum Verständnis von Mobilkommunikation zu leisten. Ausgehend von der Annahme, dass sich die Bedeutung eines mobilen, multimedialen ‚Allroundmediums‘ wie dem Handy nur im Kontext des gegenseitigen Konstitutionsverhältnisses von Kultur und Medien erfassen lässt, wird eine umfassende Beschreibung und Analyse der ebenso vielfältigen wie lebendigen mobilen Medienkultur Japans vorgenommen. Die Berücksichtigung des engen Zusammenhangs von Kultur und Medien wird in der Medien- und Kommunikationswissenschaft zwar vielfach eingefordert,<sup>1</sup> gleichwohl sind Studien oder Analysen, die diesen Zusammenhang systematisch zu erfassen versuchen, selten. Am Beispiel des Mobiltelefons und seiner Nutzung in Japan soll diesem Desiderat begegnet und erforscht werden, wie sich kulturelle Praktiken in der Mobilkommunikation ausdrücken und eine spezifische Form mobiler Medienkultur konstituieren. Dadurch dass Kultur und Medien in ihren wechselseitigen Bezugnahmen einem ständigen Wandel unterliegen, bezieht sich die Untersuchung auf Momentaufnahmen in einem laufenden Prozess, in dem sich bestimmte medienkulturelle Phänomene auf signifikante Weise verdichten.

## Forschungsgegenstand Mobilkommunikation

Den zentralen Gegenstand dieser Arbeit stellt die Mobilkommunikation – als Medium und als soziale Praxis – dar, die im Kontext der japanischen Medienkultur betrachtet werden soll. Beim Mobiltelefon handelt es sich um ein noch recht junges Medium, das in der kurzen

---

1 Siehe hierzu beispielsweise das Call for Papers zur 54. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft im Jahr 2009 in Bremen zum Thema „Medienkultur im Wandel“ ([http://www.dgpuk2009.uni-bremen.de/files/Call%20for%20papers\\_D.pdf](http://www.dgpuk2009.uni-bremen.de/files/Call%20for%20papers_D.pdf), Stand: 13.08.2009).

Zeit seiner Existenz bereits massenhaft adaptiert wurde. Innerhalb von weniger als 20 Jahren hat es einen festen Platz im Alltag vieler Nutzerinnen und Nutzer gefunden. In Deutschland kann inzwischen gar von einer flächendeckenden Verbreitung gesprochen werden. Weltweit betrachtet ist der Diffusionsprozess zwar ungleich verlaufen,<sup>2</sup> die globalen Unterschiede sind in der Mobilkommunikation aber weniger eklatant als beim Internet; von einem Mobiltelefon machten bereits im Jahr 2006 mehr als doppelt so viele Menschen Gebrauch wie von einem internetfähigen Computer (vgl. Foggin 2006: 297).<sup>3</sup> Neben der Aktualität dieser umgreifenden Entwicklung ist ihre zeitliche Komprimiertheit hervorzuheben, denn das Mobiltelefon hat sich wesentlich schneller verbreitet als dies beim Internet oder gar Fernsehen der Fall war: Auf engstem Zeitraum verdichten sich Veränderungen und Phänomene, die Mobilkommunikation zu einem komplexen Gegenstand der Forschung machen. Zu einem interessanten Forschungsobjekt wird das Mobiltelefon auch durch seine Hybridform, die unterschiedliche Kommunikationsformen zusammenbringt. Es lässt sich, nach der Unterteilung von Krotz (2007a: 90ff.), gleichzeitig als Technologie zur Realisierung der mediatisierten interpersonalen Kommunikation (Mobiltelefonate, SMS), zur Kommunikation mit allgemein adressierten standardisierten Kommunikaten (Medienrezeption, z.B. mobile TV-, Radio- und Internetnutzung) und zur Kommunikation mit interaktiven Systemen betrachten (z.B. Handy-Spiele, Navigation per GPS). Darüber hinaus handelt es sich um ein auf vielfältige Weise in den Medienalltag integriertes Medium. Die Mobilität und Handlichkeit der Geräte sowie ihre Nutzung als immer präsente Individualtechnologie schaffen zahllose Berührungspunkte mit unterschiedlichen Bereichen des sozialen und kulturellen Lebens, sowohl in öffentlichen und institutionalisierten Räumen als auch im Privaten.

Festzuhalten bleibt, dass mobilen Kommunikationstechnologien innerhalb kürzester Zeit ein fester Platz im Medienensemble zugewiesen wurde. Als digitale Medien haben sie nicht nur das Entstehen neuer Kommunikationsformen ermöglicht, sondern auch den Charakter der

---

2 Erwartungsgemäß hat sich das Mobiltelefon in Industrienationen wie Großbritannien, den USA oder Japan deutlich schneller verbreitet als in Entwicklungsländern wie Nigeria oder Kambodscha – obgleich es aufgrund einer unterentwickelten Festnetz-Infrastruktur gerade in strukturschwachen Gegenden oft den ersten Zugang zur Telekommunikation bot (vgl. u.a. Horst/Miller 2006). Laut der Statistik der International Telecommunication Union schwankte die Anzahl der Mobilfunkverträge pro 100 Einwohner im Jahr 2009 zwischen 1,0 in Myanmar und 179 in Hong Kong (vgl. ITU 2011).

3 In einigen Ländern, wie etwa Indien, hat sogar erst die Verbreitung mobiler Kommunikationstechnologien mit ihrem elaborierten Angebot an Informationsdiensten dafür gesorgt, dass viele Menschen zum ersten Mal Zugriff auf internetbasierte Anwendungen hatten (vgl. Donner 2009).

„alten Medien“ verändert – nicht zuletzt durch ihr integratives Potenzial als mobile Konvergenzgeräte.<sup>4</sup> Damit stellen sie eine Basis für das dar, was Krotz (2007a) unter dem Begriff der Mediatisierung theoretisch zu fassen sucht, nämlich einen durch die Nutzung von (neuen) Medien initiierten Wandel von Kommunikation und Gesellschaft (siehe hierzu auch Kapitel 3.2.4).

### Warum Japan?

Die intensive Auseinandersetzung mit Japan als exemplarisches Untersuchungsfeld für die Analyse von mobiler Medienkultur verspricht aus mehreren Gründen fruchtbar zu sein. Als hochgradig mediatisierte und technologieaffine Kultur gilt Japan in vielerlei Hinsicht als *mobile Medienavantgarde*, denn es nimmt sowohl auf technischer als auch auf nutzerbezogener Ebene eine Vorreiterposition ein. Diese manifestiert sich nicht so sehr in der Reichweite mobiler Kommunikationstechnologien – mit 92 im Vergleich zu 128 (Deutschland) Mobilfunkverträgen pro 100 Einwohner belegte Japan im Jahr 2009 nur einen mittleren Platz im Hinblick auf die weltweite Verbreitung von Mobiltelefonen (vgl. ITU 2011<sup>5</sup>). Sie äußert sich aber in der hohen Alltagsintegration des Mobiltelefons, dem vielseitigen Anwendungsspektrum sowie der immensen Popularität des mobilen Internets, das in Japan im Jahr 2009 bereits sein zehnjähriges Bestehen feierte. *Das Handy als Hybridmedium existiert hier nicht nur als technologische Innovation, es ist bereits umfassend vergesellschaftet worden* – d.h. die damit verknüpften Möglichkeiten werden nicht nur gelegentlich genutzt oder ausschließlich von Early Adopters in Anspruch genommen, sondern sind als wichtige Phänomene einer mobilen Medienkultur in der Mitte der Gesellschaft angekommen.

Durch das Zusammentreffen von technologischem Fortschritt und einer extrem konsumfreudigen und technologieinteressierten Nutzerschaft gehen von Japan wichtige Impulse aus, die möglicherweise

---

4 Unter Medienkonvergenz ist hier die zunehmende (technische) Verschmelzung von Telekommunikation, Informationstechnik, Medienangeboten und Unterhaltungselektronik zu verstehen (vgl. Hasebrink et al. 2004: 9; Karmasin 2004: 351).

5 ITU ist eine Dienststelle der Vereinten Nationen und dazu verpflichtet, Statistiken zur weltweiten Verbreitung von digitalen Kommunikationstechnologien zu verbreiten. Die Daten werden direkt von den entsprechenden Regierungsinstitutionen, meist Regulierungsbehörden, angefordert und anschließend geprüft, aufeinander abgestimmt und ggf. durch Eigenrecherchen ergänzt. Die Zahlen geben die Anzahl der Mobilfunkverträge (inklusive Prepaid-Verträge) pro Einwohner wieder, d.h. es wird nicht berücksichtigt, ob ein Gerät von mehreren Personen gleichzeitig genutzt wird, ob ein Nutzer oder eine Nutzerin im Besitz mehrerer Verträge ist oder ob die Mobiltelefone als Arbeitsgeräte bestimmten Organisationen und Einrichtungen (wie Polizei, Feuerwehr) zugeordnet sind (vgl. Ling 2004: 11f.).

auch Hinweise über bevorstehende Entwicklungen spezifischer Anwendungen und Nutzungspraktiken in anderen Regionen geben. Dabei gilt aber immer: Aufgrund der je spezifischen Kontexte ist die Situation in Japan nur bedingt verallgemeinerbar, das Land kann zumindest nicht unreflektiert als Folie für die Mobilkommunikation in anderen Ländern herhalten. Denn die Nutzung mobiler Kommunikationstechnologien ist stets im kulturellen und gesellschaftlichen Alltag verankert: „[...] media are always embedded in a social landscape, which precedes, shapes, contextualizes and continues after any specific technological innovation.“ (Livingstone 2002: 17) Dieser Arbeit liegt entsprechend die Auffassung zugrunde, dass neue Medien und technologische Innovationen nicht per se bestimmte Auswirkungen auf die Gesellschaft haben oder innerhalb jedes beliebigen Nutzungskontextes auf gleiche Weise adaptiert werden, sondern dass sie erst durch das Zusammenspiel von Technologie, Kultur und Gesellschaft Gestalt annehmen.

Sie folgt damit weder der Logik technikdeterministischen Denkens noch der Vorstellung eines kulturellen Determinismus. Das heißt, weder geht sie davon aus, dass neue Technologien auf unmittelbare und gleichförmige Weise zu gesellschaftlichen Veränderungen führen, noch folgt sie der Ansicht, dass allein kulturelle und soziale Kontexte für die Art der Anwendung einer Technologie ausschlaggebend sind. Stattdessen wird hier eine zwischen diesen zwei Polen vermittelnde Position eingenommen, die sich gegen eindimensionale Erklärungsansätze zum Verhältnis von Technologien und Gesellschaft wendet: Die materiellen Aspekte von technischen Innovationen mögen zwar auf unsere Wirklichkeit einwirken und neue Tatsachen schaffen – die ihnen zugewiesenen Bedeutungen sind aber dadurch nicht gänzlich festgelegt, sie sind den Geräten nicht inhärent. Vielmehr entfalten sie sich erst durch die Nutzung in bestimmten situationalen, kulturellen und gesellschaftlichen Kontexten.

Die Beschäftigung mit Japan erscheint auch deswegen vielversprechend, weil der Gegenstand hier – u.a. aufgrund großzügiger Förderungsmaßnahmen durch Mobilfunkanbieter wie NTT DoCoMo<sup>6</sup> – vergleichsweise weit erforscht ist. Die zahlreichen englischen sowie ins Englische übersetzten Publikationen und die in Japan durchgeführ-

---

6 Bei NTT DoCoMo handelt es sich um das 1992 gegründete, heute größte japanische Mobilfunkunternehmen, das u.a. Erfinder des mobilen Internetdienstes *i-mode* ist. Der Firmenname steht nicht nur für die japanische Bezeichnung für „überall“, sondern auch als Akronym für „Do communications over the mobile network“ (vgl. Rose 2001). Wichtige wissenschaftliche Impulse gehen beispielsweise vom DoCoMo House Research Lab am Keio Shonan Fujisawa Campus in der Nähe von Tokio aus, an dem etliche ethnografisch orientierte Studien zur Mobilkommunikation entstanden sind (u.a. Ito/Okabe 2005; Okabe/Ito 2005).

ten ethnografisch orientierten Studien (vgl. u.a. der von Ito, Matsuda und Okabe im Jahr 2005 herausgegebene Sammelband „Personal, Portable, Pedestrian“) verweisen auf die große kulturelle und gesellschaftliche Bedeutung, die dem Mobiltelefon im japanischen Alltag zugesprochen wird. Die Ausgangslage für eine intensive Auseinandersetzung mit dem Gebrauch mobiler Kommunikationstechnologien stellt sich vor diesem Hintergrund als besonders günstig dar. Produktiv ist der Blick auf Japan auch deshalb, weil die Verbindungen, Einflussnahmen und Kontextfaktoren, die anhand der kulturorientierten Analyse von Mobilkommunikation offen gelegt werden sollen, aus einer distanzierten Perspektive besser wahrzunehmen sind als ‚von Nahem‘ (vgl. Geertz 1990: 124f.).<sup>7</sup> Weil sie in der Regel unreflektiert und intuitiv angewandt werden, seien, so Clifford Geertz, gerade die eigenen kulturellen Praktiken und symbolischen Formen schwer zu erfassen, während deren Sinngehalt durch den Blick ‚von außen‘ interpretiert werden könne (vgl. ebd.). Dieser Zugang fordert aber auch, den eigenen Standpunkt zu reflektieren und sich dessen bewusst zu werden, dass dieser nur eine von vielen möglichen Sichtweisen auf den Gegenstand darstellt (vgl. Ang 2008 [1996]).<sup>8</sup> Ein zusätzlicher Nutzen der Auseinandersetzung mit Japan besteht in der intensiven Beschäftigung mit einer komplexen und ausdifferenzierten, in Deutschland aber weitgehend unbekanntem Medienkultur. Eine umfassende Darstellung mobiler Kommunikationspraktiken in Japan zu liefern kann als Basis und Bezugspunkt für weitergehende Forschungsarbeiten und international vergleichende Perspektiven dienen. Detaillierte Analysen einer spezifischen Medienkultur sind auch deshalb wichtig, weil gerade bei Vergleichsuntersuchungen häufig die Gefahr besteht, den Gegenstand einer fremden Medienkultur nur ungenügend zu erfassen und bestimmte Differenzphänomene überzubetonen.

---

7 Zur Verdeutlichung dieser Position greift Clifford Geertz (1990: 124f.) auf die Unterscheidung des Psychoanalytikers Heinz Kohut (1971) zurück, der zwischen ‚erfahrungsnahen‘ und ‚erfahrungsfernen‘ Konzepten differenziert. Während erfahrungsnaher Begriffe unhinterfragt verwendet und mühelos verstanden werden, finden erfahrungsferne Begriffe beispielsweise bei Wissenschaftlern Gebrauch, die damit ihre forschungspraktischen Ziele zu erreichen versuchen: „People use experience-near concepts spontaneously, unselfconsciously, as if it were colloquially; they do not, except fleetingly and on occasion, recognize that there are any „concepts“ involved at all. That is what experience-near means – that ideas and the realities they inform are naturally and indissolubly bound up together.“ (Geertz 1990: 125)

8 len Ang (2008: 61) macht darauf aufmerksam, dass sich die Forschung niemals von der Subjektivität der Forschenden befreien kann. Deren individuelle Vorannahmen, Interessen, Einstellungen und Schwerpunktsetzungen prägen die Herangehensweise an ein Untersuchungsobjekt und üben zugleich Einfluss auf die erzielten Ergebnisse aus.

Zusammenfassend betrachtet ist Japan hier nicht als Nationalstaat im engeren Sinn, sondern als kulturelles Konstrukt zu verstehen.<sup>9</sup> Die japanische Kultur stellt einen spezifischen Kontext dar, in den die vielfältigen Praktiken der Mobilkommunikation eingebettet sind. Als Forschungsfeld bietet sie sich vor allem deshalb an, weil *das Mobiltelefon hier in all seinen Facetten stark alltagsintegriert genutzt wird und die Kopplung von Medien und Kultur in besonderer Weise sichtbar werden lässt*. Aufgrund der zahlreichen, auch auf Englisch verfügbaren empirischen Untersuchungen zu mobilen Kommunikationspraktiken in Japan kann die vorliegende Arbeit auf eine solide Datenbasis zurückgreifen. Durch die Aufbereitung des vorhandenen Materials liefert sie zusätzlich zum Theoriebeitrag einen fundierten Überblick über mobile Medienkultur in Japan. Während sich Medienphänomene des eigenen kulturellen Umfelds häufig unserem Blick entziehen, wird hier von der Möglichkeit Gebrauch gemacht, aus einer distanzierten Perspektive heraus Erkenntnisse über wichtige Zusammenhänge der Mobilkommunikation im Spannungsfeld von Kultur und Gesellschaft zu generieren.

### Fragestellungen und Ziele

Vor dem hier skizzierten Hintergrund lässt sich das Forschungsinteresse der vorliegenden Arbeit zu den folgenden Fragestellungen und Zielsetzungen bündeln:

(1) Wie interagiert Mobilkommunikation mit den kulturellen Kontexten, die ihr vorausgehen und den Rahmen ihrer Aneignung und Nutzung bilden? Wie wiederum wirkt Mobilkommunikation auf Kultur zurück und trägt durch neue und veränderte Interaktions- und Kommunikationsformen zu ihrem Wandel bei? Kurz: Wie konkretisiert sich – am Beispiel der alltäglichen Mobilkommunikation im urbanen Japan – das Konstitutionsverhältnis von Kultur und Medien(-technologien)?

(2) Wie lässt sich die kulturorientierte Auseinandersetzung mit Mobilkommunikation so systematisieren, dass ein möglichst umfassendes Verständnis von den Interdependenzen zwischen mobilen Medientechnologien und Kultur entsteht?

Ziel der Arbeit ist es zunächst, die Eckpunkte einer differenzierten und umfassenden Analyse von Mobilkommunikation in einer spezifischen (Medien-)Kultur herauszuarbeiten, die sowohl geschichtliche

---

9 Kultur kann nicht, wie Ang (2008: 70) schreibt, „[...] als ein transparentes Objekt empirischer Untersuchung verstanden werden, als fertige Einheit, die vom Ethnografen als solche entdeckt und dokumentiert werden kann“. Vielmehr bedeute die Dokumentation einer Kultur zu gleich auch immer ihre Konstruktion. Eine Kultur zu porträtieren hieße folglich, sie sorgfältig zu beobachten und selektierte Teile von ihr in ein stimmiges Bild zusammenzufügen, ohne dabei ihre Komplexität aus den Augen zu verlieren (vgl. ebd.).

wie auch gesellschaftliche und kulturelle Kontexte berücksichtigen. Hierfür sind zentrale Schlüsselkategorien zu entwickeln, entlang derer sich die als Momentaufnahme zu verstehende Analyse strukturieren kann. Darauf aufbauend wird ein kulturorientiertes Kontextualisierungskonzept für Mobilkommunikation entwickelt, das Ausgangspunkt für ein tiefer gehendes Verständnis mobiler Kommunikationspraktiken auch in anderen Medienkulturen ist. Das Konzept dient der Identifizierung von Beschreibungskategorien und zielt darauf, relevante Kontexte zur Erklärung von Mobilkommunikation und den ihr zugrunde liegenden Regelmäßigkeiten und Sinnzusammenhängen herauszuarbeiten. Daraus ergibt sich als dritter Fragekomplex:

(3) Welche übergreifenden Schlüsse können aus der detaillierten Analyse der mobilen Medienkultur Japans gezogen werden? Inwieweit lassen sich die deutlich gewordenen Zusammenhänge und Interdependenzen auf andere Medienkulturen transferieren und auf welche Weise tragen sie zu einem breiteren Verständnis von Mobilkommunikation bei?

Die kulturellen Zusammenhänge, Muster und Mechanismen von Mobilkommunikation zu erkennen ist vor allem deshalb wichtig, weil mit dem noch jungen Forschungsgegenstand Mobiltelefon – sowohl seitens der Produzierenden als auch seitens der Forschung – viele Erwartungen und Hoffnungen verknüpft sind, die sich oft als übertrieben, bisweilen auch als schlichtweg falsch erweisen.<sup>10</sup> Der Grund hierfür mag ein oberflächliches Verständnis von Technologie und den von ihr angebotenen Möglichkeiten sein, das häufig in der mangelnden Kenntnis der Interaktionen von Aneignung und kulturellen Faktoren wurzelt. Diese Faktoren durch den Bezug auf eine spezifische Kultur zu erkunden und zu systematisieren ist das zentrale Anliegen dieser Arbeit.

### Vorgehensweise und Gliederung

Die Arbeit gliedert sich in insgesamt sechs Teile. Das folgende Kapitel 2 („Mobilkommunikation in Japan: Eine mobile Medienavantgarde“) befasst sich zunächst mit der Entstehung und Ausdifferenzierung der japanischen Mobilkommunikation und zeichnet in Grundzügen die Entwicklung mobiler Kommunikationstechnologien sowie deren Akzeptanz und Gebrauch in Japan nach. Mit der Orientierung an den An-

---

10 In diesem Zusammenhang sei beispielsweise auf die WAP-Technik hingewiesen, die schon vor der Einführung von UMTS den Zugang zu Internetinhalten per Mobiltelefon ermöglicht hat, in Deutschland aber trotz euphorischer Ankündigungen und Medienberichterstattung kaum genutzt wurde. Ebenso verlief der Start des mobilen Fernsehens nicht annähernd so erfolgreich wie vor der als Testphase gedachten Fußballweltmeisterschaft im Jahr 2006 prognostiziert wurde (vgl. z.B. Schettler 2005; Hildebrandt 2006).

eignungspraktiken der Nutzerinnen und Nutzer soll speziell auf die von ihnen ausgehenden Impulse für den Verbreitungsprozess der mobilen Technologien eingegangen und zugleich deutlich gemacht werden, warum das Land von vielen als eine mobile Medienavantgarde wahrgenommen wird. Darüber hinaus dient die Darstellung als eine kompakte Übersicht über den japanischen Mobilfunkmarkt, auf die im weiteren Verlauf der Arbeit immer wieder Bezug genommen wird. Im Anschluss daran erfolgt in Kapitel 3 („Theoretische Bezüge: Kultur, Kommunikation und Medien“) die theoretische Einbettung der Arbeit. Für eine kulturelle Kontextualisierung von Mobilkommunikation erweisen sich die Cultural Studies, um die es im ersten Teil dieses Kapitels geht, als besonders anschlussfähig. Vor dem Hintergrund ihres erweiterten Kulturbegriffs werden insbesondere der Fokus auf das Medienhandeln der Menschen, der Theorienpluralismus und die Interdisziplinarität dieser Formation in den Blick genommen. Überdies leistet das Kapitel eine theoretische Auseinandersetzung mit den für diese Arbeit zentralen Konzeptbegriffen Kultur, Kommunikation und Medien sowie eine Reflexion der gegenwärtigen Wandlungsprozesse, die mit der zunehmenden medialen Durchdringung unzähliger Bereiche des gesellschaftlichen Lebens verbunden sind.

Nicht nur für eine kritische Bestandsaufnahme, sondern auch zur Entwicklung eines adäquaten Analyserasters widmet sich Kapitel 4 („Analytischer Rahmen: Mobilkommunikation als Forschungsgegenstand“) dem Gegenstand der Mobilkommunikation und seiner Erforschung in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Im Anschluss an eine Sondierung des Feldes entlang thematischer, methodischer und theoretischer Schwerpunktsetzungen gilt eine erhöhte Aufmerksamkeit den kultur- und kontextorientierten Ansätzen, die am ehesten dafür geeignet scheinen, Erkenntnisse für die Analyse der Mobilkommunikation in Japan zu liefern. Die intensive Auseinandersetzung mit den vorhandenen Studien und theoriegeleiteten Überlegungen ermöglicht die Identifizierung von vier Grundthemen der Mobilkommunikation, in denen sich kulturwissenschaftliche Fragen und Zusammenhänge verdichten: Raum, Zeit, Beziehungen und Medien. Die darauf aufbauende *kulturelle Infrastruktur der Mobilkommunikation* wird an dieser Stelle eingehend erläutert; sie gibt zugleich die Gliederung der im anschließenden Kapitel folgenden Analyse der mobilen Medienkultur in Japan vor.

Die in Kapitel 5 („Die kulturelle Infrastruktur der Mobilkommunikation in Japan“) vorgenommene Untersuchung orientiert sich an dem in Kapitel 4 eingeführten Analyseraster. Sie leistet eine umfassende Auseinandersetzung mit mobilen Kommunikationspraktiken in Japan vor dem Hintergrund kultureller Voraussetzungen und Bedeutungsstrukturen. Ziel des Ergebniskapitels 6 („Diskussion und Ausblick“) ist es zum einen, die zentralen Punkte einer als Momentauf-

nahme verstandenen, differenzierten und umfassenden Analyse von Mobilkommunikation in einer spezifischen (Medien-)Kultur zu resümieren, in der sowohl geschichtliche wie auch gesellschaftliche und kulturelle Kontexte berücksichtigt wurden. Zum anderen werden daraus Beschreibungskategorien zur Entwicklung eines *kulturorientierten Kontextualisierungskonzepts* der Mobilkommunikation abgeleitet. Dieses Konzept ist – indem es die in Kapitel 5 identifizierten Interdependenzen von (japanischer) Medienkultur und Mobilkommunikation zu abstrahieren versucht – Ausgangspunkt für ein tiefer gehendes, kulturorientiertes Verständnis von Mobilkommunikation und den ihr zugrunde liegenden Sinnzusammenhängen.

Vorangestellt sind den folgenden Abschnitten zunächst einige Überlegungen zur Rolle Japans in der Auseinandersetzung mit technologischem Fortschritt im Allgemeinen und mit der Entwicklung und Verbreitung mobiler Kommunikationstechnologien im Speziellen. Obgleich Japan in dieser Arbeit als eine mobile Medienavantgarde bezeichnet wird, soll für die Beschäftigung mit der japanischen Kultur eine Haltung leitend sein, die sich der Problematik von Zuschreibungen bewusst ist und es ablehnt, das Land als Ausnahmeerscheinung zu begreifen oder als das ‚kuriose Andere‘ zu überzeichnen.

### Mythen und Gefahren des ‚Technologie-Exotismus‘

Diese Haltung gilt es bereits im Vorfeld der Darstellung grundlegend zu reflektieren. Japan steht oft für das technisch Außergewöhnliche, für teils grotesk anmutende Erfindungen, die gerade bei den als innovationsfreudig und speziell im Hinblick auf kleine, mobile Geräte der Unterhaltungselektronik als enthusiastisch geltenden Japanerinnen und Japanern auf fruchtbaren Boden fallen. Einer Haltung, für die Morley und Robins (1995) den Begriff des „techno-orientalism“ geprägt haben, folgt die hier gewählte Perspektive aber mitnichten. Vielmehr wird auf eine Mythologisierung Japans als „the greatest „machine-loving“ nation of the world“, a culture in which „machines are priceless friends““ (ebd.: 168), bewusst verzichtet, indem das Land in erster Linie als exemplarisches Analysefeld für die intensive Beschäftigung mit mobiler Mediennutzung unter spezifischen soziokulturellen Rahmenbedingungen betrachtet wird.

Robins und Morley sprechen von *techno-orientalism* in Anlehnung an die kulturtheoretischen Arbeiten Edward W. Saids (1991) und dessen Begriff des Orientalismus. Said verweist auf eine lange Geschichte westlicher Projektionen auf den nah- und fernöstlichen Kulturraum, dem immer die Bedeutung ‚des Anderen‘, beispielsweise die Verheißung von Sinnlichkeit und Erotik, zugeschrieben wurde. Auch wenn diese Werte nicht unbedingt negativ konnotiert sind, gibt es für die Menschen aus dem entsprechenden Kulturraum keine Möglichkeit, sich dieser Zuschreibungen zu entziehen. Dadurch erscheinen sie not-

wendig als ‚das Andere‘, was sich teils auch in weniger positiven Zuschreibungen niederschlägt – wenn sie beispielsweise als Angehörige einer archaischen, sich der Zivilisation verweigernden Kultur angesehen werden. Der von Exotismus oder Orientalismus getriebene Blick verstärkt Stereotype und fügt Erscheinungen in vorgeprägte Muster ein, sodass viele Merkmale, die eine Kultur prägen, übersehen werden oder eine Umdeutung erfahren. Er führt aber auch zu Marginalisierungen, Verweigerung von Anerkennung und politischer Ausgrenzung, die Said in seinen Arbeiten kritisiert hat (vgl. ebd.).

In der Betrachtung soll daher nicht einem simplen ‚Technologie-Exotismus‘ gefolgt werden, bei dem Japan als das Andere, das Besondere und Entrückte stilisiert wird und als Projektionsfläche für Vorstellungen von Fortschritt, Zukunftsglauben und ubiquitärer Technizität dient. Vielmehr versucht diese Arbeit einen von Zuschreibungen dieser Art befreiten Zugang zu der japanischen Kultur zu finden, sie als eigenständige Kultur ernst zu nehmen, ohne Differenzen überzubetonen. Für den hier gewählten Ansatz ist Japan deshalb interessant, weil das Mobiltelefon, wie bereits erwähnt, dort schon seit einigen Jahren äußerst vielfältig und facettenreich genutzt wird und als ein umfassend veralltägliches Medium aufgefasst werden kann. Das bedeutet auch, dass Entwicklungen weiter vorangeschritten sein mögen als in anderen Kulturräumen, dass es sich hier aber nicht um abweichende, sondern um verdichtete Nutzungsphänomene und Aneignungspraktiken handelt, die für eine Auseinandersetzung mit den Zusammenhängen der Mobilkommunikation und den Interdependenzen von Medien und Kultur relevant sein können.

Die mobile Medienkultur Japans soll einerseits also nicht als Spezialfall, nicht als einmaliges kulturelles Setting für die Adaption mobiler Kommunikationstechnologien behandelt werden, das keine Rückschlüsse über mobile Medienkommunikation in anderen Kulturen zuließe. Andererseits – und dies stellt eine zweite Möglichkeit der intensiven Beschäftigung mit Japan dar – geht es auch nicht um die Analyse eines fortschrittlichen Mobilfunkmarktes, der exemplarisch für die Zukunft der Mobilkommunikation steht und sich problemlos auf den Rest der industrialisierten Welt übertragen ließe. „Japan is considered by many to define the future of mobile phone use“, schreibt etwa Mizuko Ito (2004: 1), die mehrere Textbeispiele zitiert, in denen Japan als Vorläufer angepriesen wird, an dem sich künftige Trends in der Mobilkommunikation ablesen lassen. Auch Howard Rheingold (2002) schürt diesen Eindruck mit seiner anschaulichen Beschreibung der berühmten Kreuzung im äußerst lebendigen und jugendkulturell geprägten Tokioter Stadtteil Shibuya – zum Zeitpunkt seiner Beobachtung, im Jahr 2000, angeblich „the most mobile-phone-dense neighborhood in the world“ (ebd.: xiii). Die Szene dient ihm als Einstieg in das Buch „Smart Mobs“ und zugleich als Ausgangspunkt für seine ausführ-

lichen Überlegungen zum sozialen und kulturellen Wandel, den er durch die mit der Mobilkommunikation neu entstehenden, in Japan schon frühzeitig evidenten Möglichkeiten der kommunikativen Vernetzung in Gang gesetzt sah.

In derartigen Aussagen scheinen Japan oder bestimmte Aspekte der japanischen Kultur eine symbolische Funktion zu erfüllen, indem sie als metaphorische Bezugspunkte dazu dienen, technologischen Wandel zu verdeutlichen. Solche Prophezeiungen werden schon durch die empirische Tatsache infrage gestellt, dass die Verbreitung von Mobiltelefonen in Japan weniger vorangeschritten ist als in vielen europäischen Ländern. Es muss hier also immer vermieden werden, *die* japanische ‚Mobilkultur‘ und bestimmte Nutzungspraktiken zu naturalisieren, d.h. sie in stärkerem Maße als repräsentativ für Technologie und Kultur zu betrachten als sie es tatsächlich sind. Solche Aussagen erscheinen im Rahmen von Texten sinnvoll, die deutlich machen wollen, dass es einen durch Mobilkommunikation initiierten gesellschaftlichen Wandel *überhaupt* gibt. Wenn es aber darum geht, die genauen Mechanismen von Wandel zu fokussieren, müssen stärker die kulturellen Wechselwirkungen zwischen Technologie und Gesellschaft betrachtet, müssen Differenzerscheinungen relativiert werden. Die Gefahr eines Technologie-Exotismus abzuwehren bedeutet auch, sich darum zu bemühen, die ‚Andersartigkeit‘ einer Kultur nicht zu stark zu betonen, in ihr nicht die Zukunft der Mobilkommunikation zu sehen, sondern gerade nach den Überschneidungen und den Aspekten zu suchen, die zu allgemeinen Aussagen über Mobilkommunikation führen können. Da der hier verfolgte Ansatz vermeiden will, einer Kultur ‚falsche‘ Bedeutungen zuzuschreiben und sie dadurch zum Anderen zu machen, muss er sich um eine reflektierte Sichtweise bemühen. In einer solch abwägenden Perspektive soll Japan zugleich als *fremde* Kultur erscheinen, die den Blick für die Zusammenhänge der Mobilkommunikation schärft, als auch als *nahe* Kultur, die den eigenen mobilen Kommunikationsalltag zu verstehen hilft.