

INHALT

Abbildungsverzeichnis	9
Danksagung	11
1. Einleitung	13
Forschungsgegenstand Mobilkommunikation	13
Warum Japan?	15
Fragestellungen und Ziele	18
Vorgehensweise und Gliederung	19
Mythen und Gefahren des ‚Technologie-Exotismus‘	21
2. Mobilkommunikation in Japan: Eine mobile Medienavantgarde	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
3. Theoretische Bezüge:	
Kultur, Kommunikation und Medien	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
4.	Analytischer Rahmen:	
	Mobilkommunikation als Forschungsgegenstand	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
5.	Die kulturelle Infrastruktur der Mobilkommunikation in Japan	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
6. Diskussion und Ausblick	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
7. Literatur	355