

## Aktuelle Forschungs- und Medienprojekte

- \* **Sozialraumkonstruktionen, Aneignungsprozesse mit YouTube in der Jugendkultur C Walk**
- \* **Mobilfunkaneignung im Alltag: ein Feldbericht aus Nairobi**

### Mobilfunkaneignung im Alltag: ein Feldbericht aus Nairobi

MICHAEL WALTINGER

#### Projektskizze als Kontext des Feldberichts

Der vorliegende Feldbericht ist ein kursorischer Zwischenstand des laufenden Promotionsprojektes mit dem Arbeitstitel

„Mobile Kommunikation als Bestandteil von Alltagsbewältigung im urbanen Kenia. *Eine medienethnografische Studie zur Handyaneignung unter besonderer Berücksichtigung von Alltagsmedienskompetenzen*“

und bezieht sich auf die beiden in NAIROBI stattgefundenen Feldforschungsphasen vom 22. Oktober bis 16. November 2012 sowie vom 4. Juni bis 1. August 2013. Datenquelle für den Feldbericht sind vor allem Feldnotizen und Beobachtungen. Die forschungsleitende Hauptfragestellung der Promotionsforschung, welche in ihren Grundzügen bereits an anderer Stelle dargestellt wurde (vgl. Waltinger 2012), lautet: „Inwiefern tragen Mobiltelefone zur Alltagsbewältigung in einem urbanen kenianischen Kontext bei und welche Rolle spielen dabei Alltagsmedienskompetenzen?“ Ziel der Forschung ist eine dichte Beschreibung und analytische Abstraktion des in Frage stehenden Phänomens. Dabei steht die Beachtung der Kontexte der Mobilfunknutzung im Vordergrund, denn: ‚Medienwelten sind Lebenswelten‘ (vgl. bspw. Paus-Hasebrink 2013; Schorb/ Theunert 2000; Theunert 2013). Die Mediennutzung wird so „im Lebenskontext der Menschen verortet, es wird nach der Bedeutung der Medien im Alltag für die Lebensbewältigung gefragt“ (vgl. Niesyto 2007, S. 48). Da Menschen, Dinge und Handlungen lokale und miteinander verschränkte Bedeutungen entwickeln, lassen sich diese oft gut in ethnografischer Feldarbeit erschließen (vgl. Winter 2010, S. 85). In der hier dargestellten Forschung wird der Vorstellung ‚akkumulierter ethnografischer Miniaturen‘ mit ‚makroethnografischer Rahmung‘ gefolgt – d. h., mehrere kürzere Feldaufenthalte, die von Methodenpluralismus gekennzeichnet sind, die Kontexte der Lebenswelten mit einbeziehen und eine Form der Beobachtung verwenden (vgl. Bachmann/ Wittel 2006, S. 190ff.).

Der Feldbericht ist in drei Teile gegliedert. Der erste Teil behandelt erste Schritte im Feld und die Fortentwicklung der Forschungsanlage. Dabei werden eine Deskription des Feldes und eine Verortung des Ethnografen in selbigem vorgenommen. Der zweite Teil reflektiert Methodenerfahrungen im Feld. Der dritte Teil zeichnet eine Skizze erster Ergebnisseindrücke.

#### Ausgangspunkte und Strukturen der Medienethnografie

Ein Feldforschungsprojekt ohne entsprechende Anbindung im meist unbekanntem Umfeld kann unter vielerlei Gesichtspunkten zu einem schwierigen Unterfangen werden. Daher wurden bereits vor dem Feldeintritt Kontakte geknüpft, um nach der Ankunft in NAIROBI erste Ausgangspunkte zu haben. Vor allem die Unterkunftsmöglichkeit in beiden o.g. Feldphasen im BRITISH INSTITUTE IN EASTERN AFRICA (BIEA) war hilfreich: Neben der Möglichkeit der Nutzung von Infrastruktur und Ausrüstung war die vorhandene lokale Expertise wertvoll – Informationen zum und Navigationshinweise im Feld sowie die Möglichkeit zum Austausch mit Kollegen halfen sehr, den Einstieg zu finden.

#### Erste Schritte im Feld

Zu Beginn der Feldarbeit im Oktober 2012 stand – neben einer ersten Feldorientierung – zunächst das Treffen mit im Vorfeld geknüpften Kontakten im Vordergrund. Unter diesen besteht zwischenzeitlich besonders zum Medienforschungszentrum iHub eine Anbindung als ‚visiting fellow‘ in Zuordnung zum Forschungsprogramm ‚Mobile at the Base of the Pyramid (BoP)‘ (vgl. iHub research 2013). Neben Austausch zu Themen der lokalen Mobilfunkforschung konnten hier Aspekte der eigenen Feldarbeit diskutiert werden. Auch mit einer Soziologieprofessorin der KENYATTA UNIVERSITY (KU) hat sich ein langfristig guter Kontakt etabliert. Hier konnten mit Blick auf methodische Aspekte und die Interkulturalität der ethnografischen Arbeit aufschlussreiche Gespräche geführt werden.

Zusätzlich galt es zu Beginn natürlich, ganz pragmatisch einen Feldeinstieg zu bekommen. Dabei ist an dieser Stelle für das kontextuelle Verständnis der Hinweis erforderlich, dass es sich in Nairobi nicht so ohne Weiteres im Feld flanieren lässt, um ‚einmal die Gegend zu erkunden‘. Es sind – sowohl für ‚Fremde‘ als auch für die lokale Bevölkerung – gewisse Risiken vor-

handen, die sich vielleicht am einfachsten mit einem unrühmlichen Spitznamen der Stadt auf den Punkt bringen lassen: Nairobberry. Dies ist nicht nur die Felderfahrung, sondern auch der einschlägigen Reiseliteratur (bspw. das Nairobi-Kapitel des Lonely Planet<sup>1</sup>) zu entnehmen. Es bedarf der Kenntnis eines gewissen Sets an Regeln, um sicherer durch verschiedene Alltagswelten zu navigieren<sup>2</sup>. Werden diese beherzigt, kommt man weitgehend gut zu recht. Letztlich ist es ratsam, sich – zumindest zu Beginn – mit ‚locals‘ zu bewegen, die die Gepflogenheiten und Örtlichkeiten gut kennen. Die *field guides*, welche die hier beschriebenen Arbeiten begleitet haben und mittlerweile zu Freunden wurden, ermöglichten es einerseits, durch Feldspaziergänge langsam ein Gefühl für das Feld zu entwickeln, und andererseits, den Feldeinstieg zur ersten Erprobung von Gruppendiskussionen zu bekommen.

Der erste Feldaufenthalt diente u. a. zur Klärung dessen, inwieweit die am Schreibtisch entworfene und in Expertengesprächen weiterentwickelte Forschungsanlage praktisch durchführbar ist. Die angesprochenen Gruppendiskussionen sollten die Forschungsfragen verfeinern und möglichst breite erste Erkenntnisse liefern. Wichtige Felderfahrungen ergaben sich hinsichtlich des Zeitmanagements sowie des Verlaufs von Forschung in Alltagssettings. Strukturierte Tagesabläufe mit feingliedrigen Zeitplänen erwiesen sich als äußerst schwierig – Termine verschoben sich häufig oder fielen ganz aus. Ein Verzicht auf eine sich spontan ergebende Gelegenheit zu Gunsten eines verabredeten Termins konnte dazu führen, dass der Tag ungenutzt blieb. Die Einsicht hieraus: Der vorbereitete Ethnograf ist ‚allzeit (sprung-)bereit‘ – stets ausgerüstet mit Notizbuch, Stift, Kompaktkamera und Stimm-aufnahmegerät. Wo sich spontan eine günstige Gelegenheit ergibt, wird diese wahrgenommen. Dazu ist es vorteilhaft, Forschungsfragen so gut als möglich verinnerlicht zu haben. Es hat sich im Feldalltag bewährt, möglichst auf unterschiedlichste Situationen eingestellt zu sein, um flexibel auf Veränderungen reagieren zu können. Ähnliches gilt bspw. für den Ablauf von Gruppendiskussionen, welche – durchgeführt in den Alltagsvollzügen der Menschen – oft wenig kontrollierbar sind: Leute müssen im Verlauf einer Diskussion wieder ihrer Alltagsbeschäftigung nachgehen, andere kommen interessiert hinzu, Sitzplätze werden gewechselt, Handys klingeln, Umfeldgeräusche usw. machen die Feldarbeit zur Herausforderung. Dies ist methodisch zu reflektieren, letztlich aber die Stärke des ethnografischen Zugangs: So tief als möglich in den Lebenswelten der Menschen zu verweilen und die Künstlichkeit der Situation so gering als möglich zu halten.

### *Adaption der Forschungsanlage*

Zu Beginn der ersten Feldphase war in der Forschungsanlage ein fallkontrastives Vorgehen über die unterschiedlichen Lebenswelten (Oberschichtengegenden vs. informelle Siedlungen) der Stadt hinweg vorgesehen, da die Untersuchung urbaner Gegenpole reichhaltige Einsichten versprach. Die ersten Feldarbeiten fanden dementsprechend vor allem westlich des CENTRAL BUSINESS DISTRICT (CBD) statt – in der Gegend, in der auch das BIEA angesiedelt ist. Zudem konnten in EASTLANDS, nordöstlich des CBD, erste Felderfahrungen gesammelt werden.

In der Reflexion nach dem ersten Feldaufenthalt wurde jedoch klar, dass, um die unterschiedlichen Profile NAIROBIS angemessen studieren zu können, noch viele weitere Orte – bspw. nördlich und südlich des CBD – aufgesucht werden müssten, was aufgrund begrenzter Ressourcen schwierig werden würde. Zusätzlich stellte sich die Erkenntnis ein, dass eine solche ‚Fallschirmethnografie‘ über die Stadt hinweg es nicht zulassen würde, nahe genug an die Lebenswelten der Menschen heranzukommen, um deren *Alltagsmediennutzung* gebühlich untersuchen zu können. Eine Konzentration auf weniger ‚field sites‘ schien damit zwingend und sinnvoll.

Da in der ersten Feldphase in EASTLANDS bereits in LUCKY SUMMER, BABA DOGO und MATHARE NORTH gearbeitet wurde und insbesondere nach LUCKY SUMMER über einen *field guide*, der dort in einer Gemeindebibliothek leitend tätig ist, eine gute Verbindung bestand, erschien es logisch, dort in der zweiten Feldphase forschungssynergetisch aufzubauen. Es bestand so auch die Möglichkeit, die Feldarbeiten um die als NGO organisierte MWANGAZA Gemeindebibliothek herum zu fokussieren. Die Anbindung an diese Institution erlaubt, im Feld eine sinnstiftende Rolle einzunehmen und eine örtliche Erreichbarkeit für die Menschen herzustellen, sollten sich Nachfragen oder sonstiger Gesprächsbedarf ergeben. Durch die in den – in der Folge beschriebenen – unterschiedlichen Dörfern LUCKY SUMMERS vorzufindenden diametralen Lebenswelten kann zudem die Logik der Fallkontrastierung beibehalten werden.

### *Feldbeschreibung, Rolle des Forschers im Feld und Feldzugang*

Rund die Hälfte der Bevölkerung NAIROBIS lebt in einer der über 200 informellen Siedlungen, die etwa fünf Prozent der Gesamtwohnfläche der Stadt ausmachen (vgl. UN-Habitat 2008, S. 54). Insbesondere das Gebiet EASTLANDS weist mit seinen geplanten Mittelklassegegenden und den ungeplanten informellen Siedlungen – beide auf engstem Raum beinanderliegend – eine komplexe Sozialstruktur

auf (vgl. Médard 2010, S. 31f.). LUCKY SUMMER mit seinen rund 30.000 Einwohnern (NAIROBI insges.  $\approx$  3 Mio.) liegt in diesem Gebiet und besteht aus sechs so genannten Dörfern: BAKITA, GATHECHA, LUCKY SUMMER selbst, SARAKASI, MUGURE und GLUCOLA. In allen sechs Dörfern Feldforschung zu betreiben erschien nicht sinnvoll, da LUCKY SUMMER selbst (rund 7.500 Einwohner auf ca. 1,5 qkm) zuverlässig die Strukturen von BAKITA und GATHECHA abbildet – selbiges gilt für GLUCOLA (ca. 4.500 bis 6.500 Einwohner auf rund 200 x 250 m) und die Strukturen von SARAKASI und MUGURE. Während die drei Erstgenannten der unteren Mittelschicht zuzuordnen sind, sind die drei Letztgenannten – vorsichtig ausgedrückt – Slums (Selbstbeschreibung der Bewohner). Damit wurden diese beiden ‚field sites‘ als Repräsentanten für die restlichen Dörfer ausgewählt. Die dort lebenden Ethnien sind vornehmlich Luo (Niloten) und Luhya (Bantu). Die gesprochenen Sprachen sind dementsprechend Dholuo (Luo), Luhya, Kiswahili oder Englisch (zu den Ethnien und deren Sprachen vgl. bspw. Ng’ang’a 2006).

Mit dem Raum-Bevölkerungsverhältnis ist bereits eine erste Aussage über die Sozialraumstruktur von LUCKY SUMMER und GLUCOLA getroffen. LUCKY SUMMER (Abb. 1) hat im Verhältnis wenige Menschen, viel Platz, breite und übersichtliche Straßen. Es gibt Steingebäude, Elektrizitäts- und Wasserleitungen, TV-Antennen auf den Häusern, Kanalisation, die Leute haben ein mehr oder weniger regelmäßiges Einkommen und eine passable Bildung.



Abb. 1: Straße durch LUCKY SUMMER

GLUCOLA dagegen beherbergt viele Menschen auf engstem Raum, besteht aus schmalen Gassen und so genannten *mbatis* – Wellblechhütten. Die von den Menschen dort empfundenen Schwierigkeiten sind u. a. Prostitution, Alkohol- und Drogenmissbrauch, finanzielle Knappheit, Arbeitslosigkeit, niedrige Bildung und damit insgesamt weniger Chancen im Leben sowie (teilweise schwere) Kriminalität. Letzteres ist auch der Grund, weshalb in GLUCOLA nur in drei der insgesamt fünf Straßenzügen geforscht werden kann. In der Feldar-

beit kamen immer wieder vertrauensvolle Warnungen seitens der lokalen Bevölkerung auf, gewisse Gegenden strikt zu meiden. Dementsprechend musste das Feld immer vor Einbruch der Dämmerung verlassen werden. Ein mögliches Problem hierdurch ist, dass so nur mit Leuten geforscht wurde, die sich tagsüber in LUCKY SUMMER und GLUCOLA aufhalten.

Die Arbeit mit zwei männlichen und zwei weiblichen Angestellten der MWANGAZA Gemeindebibliothek als *field guides* war nicht nur aus Sicherheitsgründen ratsam. Es ist sehr wahrscheinlich, dass ein Feldzugang ohne deren Hilfe erheblich schwieriger gewesen wäre. Sie fungierten als Gatekeeper und konnten helfen, bei den Leuten Unsicherheiten abzubauen. Sie haben Ideen zur Lösung von Problemen beigetragen, halfen in der Organisation, waren Übersetzer, Kulturliterate – und nicht zuletzt Freunde.

Eine Schwierigkeit im Feldzugang war die Konstruktion des Forschers durch das Feld als *Mzungu* – stark vereinfacht: ein reicher Weißer aus dem Westen. Damit verbunden gingen unterschiedliche Erwartungshaltungen einher. In LUCKY SUMMER waren diese mit Erklärungen zu bewältigen. In GLUCOLA dagegen waren Feldzugänge insgesamt sehr schwer. Der Eindruck eines ‚wandelnden Geldautomaten‘ hielt sich hartnäckig – Zugänge waren nur über zusätzliche Gatekeeper möglich. Zugänge zu Männern in GLUCOLA waren problematisch, da diese informellen ‚Tagelöhntätigkeiten‘ nachgehen, permanent auf der Suche nach Arbeit sind und daher kaum verfügbar: „Gender inequalities remain severe, with female slum dwellers five times more likely to be unemployed than males“ (UN-Habitat 2013, S. 5). Dieser informelle Jobsektor ist in Kenia als *jua kali* (Kiswahili = ‚heiße Sonne‘ – bezog sich originär auf Tätigkeiten unter freiem Himmel) bekannt und macht rund 80 Prozent der Gesamtbeschäftigten aus (vgl. Kenya National Bureau of Statistics (KNBS) o.J., S. 72f.; 2012, S. 44; King 1996). Diese Struktur erschwerte die Forschungsarbeiten – die Logik ist folgende: Wenn Leute bspw. zwei Stunden ihrer Zeit für ein Gespräch widmen, fehlen diese beiden Stunden um dafür zu sorgen, dass eine Familienmahlzeit auf den Tisch kommt. Letztlich konnten daher in GLUCOLA kleinere Anreize nicht vermieden werden.

Mit Blick auf Erwartungshaltungen und um eine Antwort auf die Frage der Menschen „Und was haben wir von den Forschungen?“ zu finden, war wiederum die Anbindung an MWANGAZA hilfreich. So wurde im Sinne von Feldreziprozität (dem Feld ‚etwas zurückgeben‘) eine Handysprechstunde angeboten: Leute, die Schwierigkeiten in der Handybedienung hatten, konnten kommen und bekamen kostenfrei Hilfestellung. Zur Bekanntmachung

dessen wurden in LUCKY SUMMER und GLUCOLA Poster aufgehängt und Handzettel verteilt (jeweils auf Kiswahili und Englisch). Ein unerwarteter Effekt mit Blick auf die Stichprobenakquise ergab sich durch deren Distribution: Die Menschen fragten interessiert nach, worum es hier ginge – die Handysprechstunde und deren Einbettung in die Feldforschung wurde erklärt. Neben einer ‚gemischten zielgerichteten Fallauswahl‘ nach Patton (2001, S. 117) – hier v. a. Schneeballverfahren, opportunistisches Sampling, maximale Variation und typische Fälle (vgl. Miles/Huberman 1994, S. 28; Patton 2001) – ergaben sich so oft zusätzliche Kontakte im Sinne von Selbstselektion. Über o. g. Rolle bei MWANGAZA ließe sich die Feldimmersion insgesamt nach Gold (1958) als ‚observer-as-participant‘ bzw. nach Adler und Adler (1994) als periphere Feldmitgliedschaft (zit. nach Scott Jones/ Watt 2010, S. 111f.) einordnen.

### Methoden der Feldforschung und deren Anwendung im Feld

Vor allem in der Feldphase im Juni und Juli 2013 kamen im Sinne einer Triangulation (vgl. bspw. Flick 2011b) spezifische Methoden mit je eigenen Zielsetzungen zum Einsatz. Diese Methoden waren eingebettet in die im Zuge der Feldforschung stets mitlaufende teilnehmende Beobachtung, welche aus der beschriebenen Feldmitgliedschaftsrolle heraus stattfand. Beobachtungen generierten, neben Datenmaterial mit direktem Bezug zum Mobiltelefon, vor allem Umfeld- und Strukturdaten bzw. Hintergrund- und Kontextwissen. Diese(s) wurde(n) in Feldnotizen festgehalten.

#### Handysprechstunde

Neben den oben angesprochenen Zwecken sollte die Handysprechstunde (Abb. 2) zusätzlich dazu dienen, Einblicke in die Forschungsfragendimension der Alltagsmedienkompetenzen (vgl. Bachmair 2009, S. 43 und 183; Seipold/ Rummler/ Rasche 2010) zu ermöglichen. So kann vermutet werden, dass Leute, die gezielt mit einem Problem kommen, eher motiviert sind über Erfahrungsdefizite zu sprechen als bspw. in der Teilöffentlichkeit einer Gruppendiskussion. Die Felderfahrung zeigte jedoch, dass die Handysprechstunde kaum angenommen wurde – ein Umstand, der bei knapp 1.100 verteilten Flyern und 250 aufgehängten Postern verwundert. Dabei äußerten die Menschen im Feld Bedarf an einem solchen Angebot – sei es wegen Schwierigkeiten im Umgang mit verschiedenen Einstellungsmöglichkeiten oder beim Einrichten eines Facebook-Accounts. Ein vermuteter Grund für ein Ausbleiben der Nachfrage – vor allem in GLUCOLA – war ein möglicherweise zu weiter Weg zu MWANGA-

ZA nach LUCKY SUMMER, wo die Konsultation originär durchgeführt wurde. Daher wurde dazu übergegangen, die Dienstleistung auf Nachfrage der Leute auch direkt im Feld anzubieten, was in Teilen schwierig war, da das Forscherteam oft auf dem Weg zu einem Erhebungstermin war und die Spontaneität von sich ergebenden ‚mobilen Konsultationen‘, die oft bis zu einer Stunde dauerten, bisweilen schwer in Abläufe einzubetten war. Auch im Kontext von Gruppendiskussionen wurde Bedarf an Handykonsultationen geäußert – ein direktes Angebot, eine solche direkt im Anschluss an Ort und Stelle durchzuführen, wurde allerdings selten mit Nachfrage quittiert. Die Menschen gingen im Anschluss an die Diskussion schnell wieder ihrem Alltagsgeschäft nach. In der Diskussion dieses Phänomens mit den *field guides* und weiteren Leuten vor Ort, welche ähnliche Erfahrungen ausbleibender Nachfrage bei kostenfreien Bildungsangeboten von NGOs gemacht haben, blieb der vorläufige Schluss: Bildung ist Luxus – zumindest in gewissen Lebenswelten. Unter Einbezug der angesprochenen ‚jua kali-Ökonomie‘ bedeutet das: Es besteht zwar Interesse an entsprechenden Angeboten, bei einem Einkommen von manchmal weniger als 200 Ksh (ca. zwei Euro) am Tag liegen die zeitlichen Prioritäten jedoch woanders.



Abb.2: Mobile Handysprechstunde in GLUCOLA

#### Gruppen- und Einzelgespräche

Sowohl Gruppenerhebungen als auch Einzelinterviews haben in beiden Dörfern gut funktioniert. Gesprächstermine waren in Teilen vorher verabredet, in Teilen wurden Individuen oder Gruppen im Feld angesprochen. Je nach Sprachpräferenz der Leute wurde Englisch gesprochen oder durch die *field guides* aus Kiswahili, Dholuho, Luhya oder Sheng übersetzt. Letzteres ist ein Slang, der vor allem von Unterschichten und Jugendlichen gesprochen wird.

Bei Erstkontakten haben Gruppengespräche tendenziell besser funktioniert als Einzelinterviews. Ziel der Gruppenerhebungen war, die

diesen inhärenten Interaktionsprozesse zu nutzen, um die Forschungsfragen weiter in der Breite auszuleuchten (vgl. Cronin 2008, S. 228 und S. 232). Methodisch orientierten sich die Gruppengespräche am informellen Gruppeninterview nach Schensul & LeCompte (vgl. 2013, S. 197). Dabei fiel auf, dass Selbstläufigkeit – um möglichst zuerst die Subjektrelevanzen aufscheinen zu lassen – auf einen Eingangsstimulus hin schwer zu erreichen war. Immer wieder mussten recht direktiv Fragen nachgelegt werden. Je länger die Situation andauerte, desto eher interagierten die Leute und Selbstläufigkeit entstand. Ein interessanter Effekt ergab sich durch das Ablehnen einer herbeigebrachten Sitzgelegenheit und ‚auf den Boden dazu setzen‘. Ein Akt, der ursprünglich zum demonstrativen Abbau von gefühlter Machtasymmetrie dienen sollte (und zu Beginn unter den Leuten durchaus für Verwunderung sorgte – „ein Weißer setzt sich normal nicht in den Schmutz“, so die Aussagen), sorgte für Akzeptanzgewinn und ein offenes Gesprächsklima (Abb. 3). Die Erfahrung zeigte auch die hohe Bedeutung von Gendereffekten auf: Während Grupeerhebungen bei Männern mit den männlichen *field guides* sehr gut liefen, mussten bei Frauengruppen die beiden weiblichen *guides* an deren Stelle treten.



Abb. 3: Akzeptanzgewinn im Gruppenkontext in GLUCOLA

Mit Blick auf Einzelgespräche zur Erarbeitung von Tiefeninformationen war es sinnvoll, Leute aus bereits gelaufenen Gruppeninterviews nochmals zu treffen. Die Menschen öffneten sich recht schnell, es war bereits Vertrauen und eine gemeinsame Grundlage da, auf die hin Nachfragen gestellt werden konnten. Die Einzelgespräche orientierten sich methodisch am ethnografischen Interview (vgl. Flick 2011a, S. 220f.; Spradley 1979). Dieses wurde so gut als möglich als ‚normales Alltagsgespräch‘ geführt, um in der Gesprächssituation den Alltag und die hierin stattfindenden Tätigkeiten weitergehen zu lassen – so, dass sich der ‚Ausnahmecharak-

ter‘ des Zusammentreffens möglichst wenig in einen solchen der Antworten übersetzt (vgl. bspw. Dellwing/ Prus 2012, S. 122). In Teilen waren Unterbrechungen des Alltags jedoch nicht zu umgehen. Hier wurde zumindest versucht, diese durch spontane und den jeweiligen Situationen angepasste Reaktionen so gut wie möglich abzufedern. So haben die weiblichen *field guides* beispielsweise die Tätigkeiten (Kartoffeln schälen, in Schnitze zerteilen und frittieren) einer Frau übernommen, so dass diese sich auf das Gespräch konzentrieren konnte und ihr dadurch kein *jua kali*-Nachteil entstand (Abb. 4).



Abb. 4: Interview in LUCKY SUMMER

*MediaMap*

Eine Erhebungsmethode, welche vorläufig *MediaMap* genannt werden soll, ist eine eigene Methodenweiterentwicklung, welche im Zuge der Feldarbeit in LUCKY SUMMER in 2013 emergierte. Prinzipiell basiert diese auf der von Schiffer (2007) entwickelten Net-Map-Methode, der Kommunikationsökologie von Tacchi/ Slater/ Hearn (2003, S. 15f.) sowie dem Vorgehen des partizipativen Mapping (Emmel 2008). Ziel der *MediaMap* ist es, eine eingebettete Aneignungsperspektive zu entwickeln – welche Bedeutung hat das Mobiltelefon relativ zu anderen Medien?

Nach PreTests fanden erste Erhebungen mit der Methode statt. Hierzu wurden Personen aus gelaufenen Gruppendiskussionen aufgrund ihrer Unterschiedlichkeit selektiert, um gleichzeitig das Potenzial der *MediaMap* zur Fallkontrastierung und -erstellung zu testen. Das für die *MediaMap* notwendige Grundset besteht aus unterschiedlichen Medienfiguren und Holzchips, welche von einem Kunsthandwerker gefertigt wurden.

In einem ersten Schritt („Suche bitte jene Medien aus, welche du regelmäßig benutzt“) sollten die Interviewpartner/-innen Figuren aussuchen und nach Gusto auf einem weißen DIN-A2-Blatt anordnen (Alltagsmedien-setting). Im zweiten Schritt wurde mit den Leuten darüber gesprochen, welche Funktionen und Bedeutungen die ausgesuchten Medi-

en in ihrem Leben einnehmen. Diese wurden neben die Figuren auf das Blatt geschrieben. Es wurde explizit die Möglichkeit gegeben, mit unterschiedlichen Farben Umrandungen, Relationen oder sonstiges zwischen oder um die einzelnen Medienfiguren zu zeichnen. In einem dritten Schritt sollten die Holzscheibchen als plastische Repräsentanten der Nutzungsintensität relativ zu den anderen Medien unter die Figuren gelegt werden. Je mehr Holzchips unter die Medienfigur gelegt werden bzw. je höher das Türmchen, desto mehr wird dieses Medium genutzt (Abb. 5).

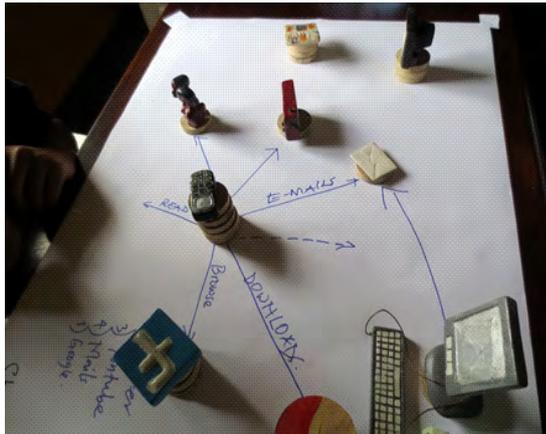


Abb. 5: MediaMap im Entstehen

Die Aktivität wurde elektronisch aufgezeichnet, um im Nachhinein den Entstehungsprozess nachvollziehen zu können. Das von den Teilnehmer/-innen eingeholte Feedback fiel positiv aus: Die spielerische Natur des Figurenlegens und -umherschubens wurde als aufgelockerte Alternative zum Gruppengespräch wahrgenommen. Es entstand der Eindruck, dass die Leute in der Arbeit auf einer Map anders ‚denken‘ als im reinen Gespräch. Beim längeren Betrachten der Schnitzereien, dem In-die-Hand-Nehmen, Hin- und Herschieben und Neuordnen fielen den Teilnehmer/-innen spontan Dinge ein, die (auch zuvor in der Gruppendiskussion) noch nicht erwähnt wurden. Ein Effekt, der prinzipiell auch aus der Photo Elicitation bekannt ist (vgl. bspw. Harper 2012, Kapitel 8; Rose 2012, Kapitel 11.3).

### Ergebniseindrücke aus dem Feld: Einige Schlaglichter

Die folgenden Ausführungen zu ersten Eindrücken aus dem Feld sind tentativer, kursorischer Natur und basieren noch nicht auf systematisch analysierten Daten.

Mit Blick auf Bedeutungs- und Anwendungswelten des Mobiltelefons ist die im Feld vorzufindende Spannweite breit. Die Menschen erzählen, dass es stört, wenn Familienmitglieder beim Abendessen permanent mit ihren Handys befasst sind. Jugendliche berichten,

dass sie abends im Bett unter der Decke SMS mit der Liebchaft tippen, von der die Eltern nichts wissen dürfen. Unterschiedliche Sektionen der Geräte sind mit Sperrcodes versehen, so dass Ehepartner/-innen nicht in die privaten Daten sehen können. In den *Matatus* (Kleinbusse des öffentlichen Nahverkehrs) halten Leute ihre Handys oft in der Hand, denn so können die in Teilen mühsam ersparten Statussymbole zur Schau gestellt werden – und sind sicher vor potenziellem Diebstahl, der tiefe Wunden reißen würde. Kein Handy zu haben bedeutet oft verschlechterte Möglichkeiten Einkommen zu generieren, da keine Erreichbarkeit für Kunden besteht. Im *jua kali*-Geschäft ist (telekommunikative) ‚Nähe‘ und Verfügbarkeit essenziell. Ein genauer Blick auf die Handytastaturen lässt die Artefakte selbst Zeuge werden von der Praxis intensivsten SMSens (vgl. Abb. 6). Vor allem Jugendliche in LUCKY SUMMER – oft privilegiere Studierende, dennoch mit wenig Einkommen – abonnieren sogenannte SMS-Bundles (bspw. bei SAFARICOM: 200 SMS/Tag für umgerechnet ca. neun Eurocent) und ‚texten‘ im Gegensatz zu Telefonaten so intensiv, dass sich die Frage nach dem originären Nutzen des Handys aufdrängt: *Mobiltelefon oder mobiler Telegraph?* Eine gänzlich andere Frage stellt sich bei manchen Menschen in GLUCOLA, die sich in schwierigen finanziellen Situationen befinden. Hier wird das Mobiltelefon in Teilen kaum zur aktiven Kommunikation genutzt, sondern dient lediglich als Empfangsgerät, um für Kunden, Jobangebote und dergleichen erreichbar zu sein.



Abb. 6: Abgenutztes Tastenfeld

Wenngleich Mobiltelefone auf Zugangsebene ubiquitär verfügbar sind, so zeigen sich auf Ebene der Alltagsmedienkompetenzen – je nach Lebenswelt – deutliche Unterschiede; ein Phänomen, das als „Second Level-Digital Divide“ (Hargittai 2002) begriffen werden

kann. Einige Menschen nutzen ihr Mobiltelefon in umfassender Weise: als mobiles Büro, um Jobbewerbungen durchzuführen, oder zur Studiensverwaltung. Das Gerät wird in Gottesdiensten als Bibel genutzt, mLearning-Anwendungen unterstützen die dezentrale Pastorenausbildung, um Reisekosten zu sparen. Facebook, YouTube, Musikdownloads und Google sind häufig genannte und am Handy gezeigte Anwendungen. Andere Menschen dagegen nutzen das Mobiltelefon nur im ‚Minimalmodus‘, z. B. um Anrufe zu empfangen. Auf Nachfrage, ob deren Geräte internetfähig sind, wissen einige nicht genau, was Internet oder Facebook ist, und artikulieren Informationsbedarf. Andere sagen, ihr Handy habe keinen Internetzugang oder es bestünden Zugangsprobleme. Auf die Bitte, den Forscher einmal sehen zu lassen, ob das Gerät tatsächlich keine technische Zugangsmöglichkeit hat, oder auf die Aufforderung hin, am Gerät zu demonstrieren, wo Schwierigkeiten im Zugang sind, zeigen sich mannigfaltige Beschwerlichkeiten nicht nur im Umgang mit dem Mobiltelefon, sondern auch im Strukturwissen um dieses: Was genau ist das Internet? Was kann man auf Facebook machen? Was passiert bei der Eingabe eines Suchbegriffs und wie sind Suchergebnisse strukturiert? Was kosten Anrufe oder SMS? Manche Leute fingen an, sich nach Interviews mit solchen Fragen weiter zu befassen – sie waren durch ihre Teilnahme an der Forschung inspiriert. Bei späteren Treffen stellte sich heraus, dass einige gar zu Nutzern des mobilen Internet wurden und selbst erste kleine Recherchen gemacht haben.

### Fazit und Ausblick

In der ersten Feldphase standen vor allem der Feldeinstieg, das Vertiefen und Erweitern von Kontakten sowie erste Erhebungen im Vordergrund. Reichhaltigere Daten und eine intensivere Feldimmersion brachte die zweite Feldphase. Neben der Anwendung eines breiten Methodenkanons fand eine Fokussierung der Feldstudie auf Teile der Gemeinde LUCKY SUMMER statt, welche den Kern der zu erstellenden Ethnografie ausmachen sollen. Insgesamt besteht der Eindruck, dass die Forschungsfragen recht gut zu ihren Rändern hin ausgeleuchtet werden konnten. Ob sich dieser Eindruck auch aus dem Datenmaterial ergibt, muss nun eine systematische Datenanalyse zeigen. Diese ist sodann Grundlage für einen weiteren Feldaufenthalt im Jahr 2014, bei welchem sowohl die Exploration in die Tiefe als auch die Ergänzung der bestehenden Daten (‚missing links‘) im Vordergrund stehen sollen.

### Anmerkungen

- 1 Ham/ Butler/ Starnes 2012, S. 52 und S. 81f.
- 2 Bei The Ministry of Tourism & Kenya Visitors Guide, 2012, S. 55 findet sich eine recht brauchbare Liste an Verhaltensregeln.

### Literatur

- Bachmair, B. (2009): Medienwissen für Pädagogen: Medienbildung in riskanten Erlebniswelten. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bachmann, G./ Wittel, A. (2006): Medienethnographie. In: R. Ayass/ R. Bergmann (Hrsg.): Qualitative Methoden der Medienforschung. Reinbek: Rowohlt Taschenbuch Verlag, S. 183-219.
- Cronin, A. (2008): Focus Groups. In: N. Gilbert (Hrsg.): Researching Social Life. 3. Aufl. Los Angeles: Sage, S. 226-244.
- Dellwing, M./ Prus, R. (2012): Einführung in die interaktionistische Ethnografie. Soziologie im Außendienst. Wiesbaden: Springer VS.
- Emmel, N. (2008): Participatory Mapping: An Innovative Sociological Method. University of Leeds: ESRC Centre for Research Methods. Online verfügbar unter: <http://www.socialsciences.manchester.ac.uk/morgancentre/realities/toolkits/participatory-maps/2008-07-toolkit-participatory-map.pdf>. [17.09.2013].
- Flick, U. (2011a): Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung. 4. Aufl. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Flick, U. (2011b): Triangulation. Eine Einführung. 3. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Ham, A./ Butler, S./ Starnes, D. (2012): Kenya. 8. Aufl. London: Lonely Planet Publications.
- Hargittai, E. (2002): Second-Level Digital Divide. First Monday, 7(4). Online verfügbar unter: <http://www.firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/942/864>. [05.09.2013].
- Harper, D. (2012): Visual Sociology. Oxon; New York: Routledge.
- iHub research (2013): Mobile at the Base of the Pyramid. iHub Nairobi Blog. Online verfügbar unter: <http://www.ihub.co.ke/blog>. [16.09.2013].
- Kenya National Bureau of Statistics (KNBS) (o.J.): Compendium. KNBS. Online verfügbar unter: <http://www.knbs.or.ke/pdf/COMPENDIUM.pdf>. [16.09.2013].
- Kenya National Bureau of Statistics (KNBS) (2012): Economic Survey 2012: Highlights.

- KNBS. Online verfügbar unter: <http://www.knbs.or.ke/Economic%20Surveys/Economic%20Survey%202012.pdf>. [16.09.2013].
- King, K. (1996): Jua kali Kenya: Change & Development in an Informal Economy, 1970-95. London; Nairobi; Athen: James Currey; East African Educational Publishers (EAEP); Ohio University Press.
- Médard, C. (2010): City planning in Nairobi: the stakes, the people, the sidetracking. In: D. Rodriguez-Torres/ H. Charton-Bigot (Hrsg.): Nairobi Today: The Paradox of a Fragmented City. Dar es Salam; Nairobi: Mkuki na Nyota Publishers; French Institute for Research in Africa (IFRA), S. 25-60.
- Miles, M. B./ Huberman, A. M. (1994): Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook. 2. Aufl. Thousand Oaks; London; New Delhi: Sage Publications.
- Ng'ang'a, W. (2006): Kenya's Ethnic Communities. Foundation of the Nation. Nairobi: Gatündü Publishers.
- Niesyto, H. (2007): Kritische Anmerkungen zu Theorien der Mediennutzung und -sozialisation. In: D. Hoffmann/ L. Mikos (Hrsg.): Mediensozialisationstheorien. Neue Modelle und Ansätze in der Diskussion. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 47-65.
- Patton, M. Q. (2001): Purposeful Sampling. In: A. Bryman (Hrsg.): Ethnography. Bd. 1-4, Bd. 2. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage, S. 106-121.
- Paus-Hasebrink, I. (2013): Medienwelten, Medienhandeln, Medienaneignung, Medienkompetenz. Medienpädagogische Theoriebausteine überdacht. In: A. Hartung/ A. Lauber/ W. Reissmann (Hrsg.): Das handelnde Subjekt und die Medienpädagogik. Festschrift für Bernd Schorb. München: kopaed, S. 25-40.
- Rose, G. (2012): Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials. 3. Aufl. London; Thousand Oaks; New Delhi; Singapore: Sage.
- Schensul, J. J./ LeCompte, M. D. (2013): Essential Ethnographic Methods: A Mixed Methods Approach. 2. Aufl. Plymouth: AltaMira Press.
- Schiffer, E. (2007): Net-Map toolbox. Influence Mapping of Social Networks. International Food Policy Research Institute. Online verfügbar unter: <http://netmap.files.wordpress.com/2008/06/net-map-manual-long1.pdf>. [16.09.2013].
- Schorb, B./ Theunert, H. (2000): Kontextuelles Verstehen der Medienaneignung. In: I. Paus-Haase/ B. Schorb (Hrsg.): Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung: Theorie und Methoden. Ein Arbeitsbuch. München: kopaed, S. 33-57.
- Scott Jones, J./ Watt, S. (2010): Let's look inside. Doing participant observation. In: J. Scott Jones/ S. Watt (Hrsg.): Ethnography in Social Science Practice. London; New York: Routledge, S. 107-125.
- Seipold, J./ Rummeler, K./ Rasche, J. (2010): Medienbildung im Spannungsfeld alltäglicher Handlungsmuster und Unterrichtsstrukturen. In: B. Bachmair (Hrsg.): Medienbildung in neuen Kulturräumen. Die deutschsprachige und britische Diskussion. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 227-241.
- Spradley, J. P. (1979): The Ethnographic Interview. Belmont: Wadsworth.
- Tacchi, J./ Slater, D./ Hearn, G. (2003): Ethnographic Action Research. A user's handbook developed to inovate and research ICT applications for poverty eradication. New Dehli: UNSECO. Online verfügbar unter: [http://portal.unesco.org/pv\\_obj\\_cache/pv\\_obj\\_id\\_21309587064A346157840054B32BB14190B81C00/filename/Ethnographic+Action+Research.pdf](http://portal.unesco.org/pv_obj_cache/pv_obj_id_21309587064A346157840054B32BB14190B81C00/filename/Ethnographic+Action+Research.pdf). [16.09.2013].
- The Ministry of Tourism & Kenya Visitors Guide (2012): Yellow Pages 2012. Your Guide to Kenya - for the local & international traveler. 7. Aufl. Nairobi: Yellow Pages Kenya Ltd.
- Theunert, H. (2013): Zugänge zum Subjekt. In: A. Hartung/ A. Lauber/W. Reissmann (Hrsg.): Das handelnde Subjekt und die Medienpädagogik. Festschrift für Bernd Schorb. München: kopaed, S. 129-148.
- UN-Habitat (2008): State of the World's Cities 2010/2011. Bridging the Urban Divide. Nairobi: United Nations Human Settlements Programme (UN-Habitat).
- UN-Habitat (2013): Kenya. Country Programme Document 2013-2015. Nairobi: United Nations Human Settlements Programme (UN-Habitat).
- Waltinger, M. (2012): Mobile Kommunikation als Bestandteil von Alltagsbewältigung im urbanen Kenia: Darstellung eines medienethnographischen Forschungsdesigns. Ludwigsburger Beiträge zur Medienpädagogik, (15), 13-14. Online verfügbar unter: [http://www.ph-ludwigsburg.de/fileadmin/subsites/1b-mpxx-t-01/user\\_files/Online-Magazin/Ausgabe15/Promotionsprojekte15.pdf](http://www.ph-ludwigsburg.de/fileadmin/subsites/1b-mpxx-t-01/user_files/Online-Magazin/Ausgabe15/Promotionsprojekte15.pdf)
- Winter, R. (2010): Symbolischer Interaktionismus. In: G. Mey/ K. Mruck (Hrsg.): Handbuch qualitative Forschung in der Psychologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 79-93.

### Michael Waltinger

Studium der Medienwirtschaft (B.A.) und der Elektronischen Medien (M.A.) an der HdM Stuttgart. Seit 2011 Doktorand an der PH Ludwigsburg in der Abt. Medienpädagogik. Betreuung: Prof. Dr. Horst Niesyto (PHL) und Prof. Dr. Oliver Zöllner (HdM). Weitere Informationen unter [www.thinkbeyondborders.org](http://www.thinkbeyondborders.org).