

This **Discussion Paper** is an open peer review version that we do not recommend to cite. Submissions that have passed the peer review process are published as full articles on [www.jfml.org](http://www.jfml.org).

the editors

Diskussionspapier 1 (2019):  
eingereicht am 21.05.2019

Gutachten und Kommentare unter:  
<http://dp.jfml.org/2019/opr-koenig-oloff-mobile-medienpraktiken-im-spannungsfeld-von-anonymitat-offentlichkeit-und-privatheit>

1 **Mobile Medienpraktiken im Spannungsfeld von**  
2 **Öffentlichkeit, Privatheit und Anonymität**

3 *Katharina König & Florence Oloff*

4 Entgegen einer oft durch Alltagserfahrungen gestützten Les-  
5 art jedoch bedeuten mobile Medien nicht zwangsläufig ei-  
6 nen Verlust des Privaten *sui generis*, sondern erlauben völlig  
7 neue Strategien, „Privatheit“, genauer: private (Kommunika-  
8 tions-)Räume in der Öffentlichkeit zu erschaffen, indem sie  
9 neue Mechanismen der Grenzziehung ermöglichen. (Bächle  
10 2017: 139)

11 **1. Verwischte Grenzen zwischen Öffentlichkeit, Privatheit und Ano-**  
12 **nymität<sup>1</sup>**

13 Anonymität, Öffentlichkeit und Privatheit haben sich seit je-  
14 her als wichtige Bestimmungsfaktoren mediatisierter Kom-  
15 munikation erwiesen. Durch Medien, also technische Mittel  
16 zur Herstellung, Verarbeitung, Speicherung, Übermittlung  
17 und Rezeption von Zeichen (Habscheid 2000), werden Kom-  
18 munikate auch für nicht ko-präsentente Andere (seien es ein-  
19 zeln RezipientInnen oder viele) verfügbar bzw. „veröffent-  
20 licht“. Öffentlichkeit ist dabei von vornherein als graduelle  
21 Größe angelegt, die sich in Abhängigkeit von der (potenziel-  
22 len) Distributionsreichweite eines Kommunikats bestimmen  
23 lässt.<sup>2</sup> Heute gelten insbesondere soziale Medien, die als Web

1 Dieser Beitrag bildet die Einleitung zu einem Themenheft, das auf Beiträgen des Symposiums „Smartphone-basierte Interaktion im Spannungsfeld von Anonymität, Öffentlichkeit und Privatheit“ basiert, das im Rahmen des GAL-Kongresses 2018 (Universität Duisburg-Essen, 11.–14.09.2018) stattfand.

2 Dürscheid definiert Öffentlichkeit etwa als „Grad der Zugänglichkeit zu einem Kommunikationsraum“ (Dürscheid 2007: 30).

24 2.0-Technologien partizipative Strukturen bereitstellen, als  
25 das Instrument *par excellence* für die Verbreitung von zumeist  
26 nutzergenerierten Inhalten in einer vernetzten Öffentlichkeit  
27 (Baym/boyd 2012, boyd 2011).

28 Auch Privatheit wird in der Medienlinguistik oftmals als  
29 graduelles Phänomen konzeptualisiert, wenn die Inhalte der  
30 Kommunikation in Relation zu den interagierenden Nutze-  
31 rInnen erfasst werden (Dürscheid 2007: 30). So stellen etwa  
32 Bateman et al. (2011) auf Basis einer Nutzerbefragung eine  
33 „Schichtung“ privater Inhalte fest, die über soziale Netzwerke  
34 geteilt werden können.<sup>3</sup> Derweil konstatieren Studien zur  
35 Kommunikation in sozialen Medien, dass zunehmend private  
36 Informationen (internet-)öffentlich ausgetauscht werden  
37 (Baym/boyd 2012, Bächle 2017, Bateman et al. 2011, boyd  
38 2011, Dürscheid 2007, Höflich 2014, Katz/Aakhus 2002). Mit-  
39 unter kann infrage gestellt werden, ob es überhaupt noch  
40 eine Sphäre des Privaten gibt, die nicht mit der mediatisierten  
41 Öffentlichkeit geteilt werden kann. So ist es schon fast zu ei-  
42 nem medienwissenschaftlichen und -linguistischen Topos ge-  
43 worden, dass es in den sozialen Medien zu einer Vermi-  
44 schung von Öffentlichem und Privatem kommt: Bateman et  
45 al. (2011: 92) sprechen von „blurred boundaries between pub-  
46 lic and private spaces“, ähnlich halten dies auch Bös/Kleinke  
47 („social media have shifted and blurred the boundaries be-  
48 tween public and private“, 2017: 83) und Baym und boyd  
49 (2012: 326) fest: Soziale Medien bedingen „new social dynam-  
50 ics, requiring people to manage invisible audiences, collapsed  
51 contexts, and a blurring between the public and private.“

52 Die Loslösung von der lokalen und temporalen Kopräsenz,  
53 die durch zunehmende Digitalisierung und mediatisierte  
54 Kommunikation ermöglicht wird, erlaubt verschiedene Aus-  
55 prägungen und Formen von Anonymität – verstanden als der  
56 Grad, mit dem TeilnehmerInnen, UrheberInnen und Dritte  
57 erkennbar gemacht werden: Medial vermittelte Inhalte kön-  
58 nen mehr oder weniger explizite Informationen über die Ur-  
59 heberschaft tragen, diese verbergen bzw. irrelevant setzen.

---

3 Als periphere Daten, denen kein großer Privatheitswert beigemessen wird, sind demnach biographische Daten (Alter, Geschlecht) oder Kontaktdaten zu nennen. Auf einer Zwischenstufe werden allgemeine Interessensgebiete und Hobbys verortet. Informationen über die Identität und Zugehörigkeit von NutzerInnen (politische Orientierung, religiöse Ansichten) werden schließlich dem Kernbereich des Privaten zugeordnet, die nur ungern öffentlich geteilt werden (Bateman et al. 2011: 90).

Katharina König & Florence Oloff: Mobile Medienpraktiken

60 Personen können namentlich adressiert, verlinkt oder ander-  
61 weitig referenziert werden. RezipientInnen können den  
62 Kommunizierenden in unterschiedlichem Ausmaß bekannt  
63 oder unbekannt sein. Verschiedene Praktiken der Sichtbar-  
64 machung und Erkennbarkeit kommen dabei in der mediati-  
65 sierten Kommunikation zum Einsatz (Bös/Kleinke 2017, vgl.  
66 Abschnitt 4.3): AkteurInnen können sich etwa – in Abhängig-  
67 keit von den spezifischen medialen Affordanzen der jeweili-  
68 gen Kommunikationsform – über ihren tatsächlichen Namen,  
69 unter einer individuell zuordenbaren Mobilfunknummer, un-  
70 ter einem mehr oder weniger opaken User-Nickname oder  
71 gänzlich anonym äußern.

72 Auch wenn die Chancen und Risiken der vernetzten Öff-  
73 fentlichkeit und der mobilen, digitalen Kommunikation in  
74 den letzten Jahren verstärkt im Fokus von Forschung und  
75 Medien stehen, so trat die Modifikation der „erlebten“ Öff-  
76 fentlichkeit bereits vor der breiten Nutzung des Internet ein.  
77 So führte etwa die Nutzung des Telefons anfänglich zu einer  
78 allgemeinen Besorgnis in Hinblick auf unfreiwillig erweiterte  
79 Rezipientenkreise (Telefonistinnen oder andere uner-  
80 wünschte MithörerInnen in Gemeinschaftsanschlüssen oder  
81 im Nebenzimmer) und somit fehlende Privatheit (vgl.  
82 Schwitalla 1996, Zelger 1997). Auch wenn sich diese Beobach-  
83 tungen zumeist auf anekdotische Berichte stützen und nicht  
84 systematisch untersucht wurden (vgl. Fischer 1992, Pool 1977),  
85 zeigen sie, dass die Einführung eines neuen Mediums stets  
86 auch mit Bedenken über einen Verlust der Privatsphäre und  
87 einem „Zuviel“ an Öffentlichkeit einhergeht. Durch die starke  
88 Zunahme von zeit- und ortsungebundener Kommunikation in  
89 den letzten Jahrzehnten (durch Internettechnologie, Handys,  
90 Smartphones, Laptops und weitere mobile Endgeräte) ist  
91 diese Problematik von „Öffentlichkeit“ vs. „Privatheit“ ver-  
92 stärkt präsent – zu Beginn der Mobiltelefon-Ära zunächst vor  
93 allem in Bezug auf öffentliche Telefongespräche (für einen  
94 Forschungsüberblick vgl. Höflich/Kircher 2010), parallel und  
95 vermehrt in den letzten zehn Jahren in Hinblick auf virtuelle  
96 und nicht-virtuelle Netzwerke und digitale Inhalte (Hjorth et  
97 al. 2017, Katz 2008, Tannen/Trester 2013). Dass sich das Ver-  
98 hältnis von Privatheit, Öffentlichkeit und Anonymität in der  
99 medienvermittelten Kommunikation verschiebt, ist also ein  
100 Prozess, der bereits vor dem Aufkommen der internetbasier-  
101 ten sozialen Medien einsetzt.

102 Die folgenden Ausführungen setzen sich zum Ziel, Privat-  
103 heit, Öffentlichkeit und Anonymität als medienlinguistische  
104 Beschreibungsdimensionen zu konturieren, die nicht schlicht  
105 durch die sich entwickelnden Technologien oder Kommuni-  
106 kationsformen vorgegeben sind, sondern von den NutzerIn-  
107 nen ausgedeutet und insbesondere in der sprachlichen Inter-  
108 aktion in und mit mobilen Medien hergestellt werden.

## 109 2. Individuelle Kommunikationsmedien im öffentlichen Raum

110 Zwei komplementäre Aspekte der „öffentlichen“ Nutzung  
111 mobiler Endgeräte können unterschieden werden: erstens die  
112 Isolierung des Individuums, zweitens das Eindringen vormals  
113 privater Interaktion in den öffentlichen Raum. Die Klage über  
114 die zunehmende Isolierung des Individuums durch die Nut-  
115 zung mobiler Medien ist strenggenommen die Weiterführung  
116 eines Topos, der die von „moralischen Paniken“ geprägten  
117 Einführung neuer Technologien typischerweise begleitet  
118 (Marvin 1988). So war die Problematik des Individuums im  
119 öffentlichen Raum, das sich mit Kopfhörern sicht- und hörbar  
120 der sozialen Interaktion entzieht, beispielsweise bereits mit  
121 der Einführung des Walkmans aktuell (Bull 2000, Du Gay et  
122 al. 1997).

123 Insbesondere soziologisch-ethnographisch geprägte For-  
124 schung hat die zunehmende Nutzung des Mobiltelefons im  
125 öffentlichen Raum begleitet. So beschreibt Katz (2006) die  
126 „absent presence“ (Gergen 2002) von MobiltelefonnutzerIn-  
127 nen als dem natürlichen Wunsch nach Kommunikation („per-  
128 petual contact“, vgl. Katz/Aakhus 2002) gegenläufig; Nutze-  
129 rInnen stehen vor der Herausforderung, ihre Aufmerksamkeit  
130 permanent zwischen der über das mobile Gerät vermittelten  
131 Kommunikation und der ko-präsenten Welt oszillieren zu  
132 lassen (Lasén 2006, Mantere/Raudaskoski 2017). Die traditio-  
133 nelle Beziehung zwischen physischem „Sich-Befinden“ und  
134 den jeweiligen sozialen Situationen („sense of place“, Meyro-  
135 witz 1985) geht somit verloren. Dieser Rückzug aus der Ko-  
136 Präsenz kann sogar als Rückzug von der öffentlich-politi-  
137 schen Teilhabe empfunden werden, da das Mobiltelefon das  
138 Individuum lediglich mit seinem eigenen sozialen Netzwerk  
139 verbindet. Andererseits wurde jedoch argumentiert, dass das

140 Mobiltelefon und dessen Kanäle auch zu erhöhter öffentli-  
141 cher Teilhabe führen können (Humphreys 2012). Der *absent*  
142 *presence* kann daher auch eine *connected presence* entgegen-  
143 gesetzt werden (Licoppe 2004). Die Frage nach dem sich ab-  
144 schottenden Einzelnen wurde also kontrovers diskutiert, je-  
145 doch ist sich die Forschung weitgehend einig, dass mobile  
146 Kommunikation im öffentlichen Raum zu gewissen „distur-  
147 bances to ordinary communication choreography“ (Katz  
148 2006: 39) geführt hat.

149 Während die Einführung des Festnetztelefons eine Diskus-  
150 sion um die Bedrohung des Privatlebens bzw. des Privatge-  
151 sprächs hervorrief (Höflich 2005, Schwitalla 1996), hat das  
152 Aufkommen des Mobiltelefons die dazu komplementäre  
153 Sorge aufgebracht, das Private werde in den öffentlichen  
154 Raum getragen. Insbesondere in frühen Arbeiten wird vor al-  
155 lem das akustische Signal des Mobiltelefons und das Ge-  
156 spräch als Störelement im öffentlichen Raum herausgestellt.  
157 Klingeltöne, SMS-Benachrichtigungen sowie mobiles Telefo-  
158 nieren werfen die Frage auf, wie sowohl Handybesitzer als  
159 auch Beistehende damit umzugehen haben (Geser 2005, Höf-  
160 lich 2009). Soll ein privater Anruf in der Öffentlichkeit über-  
161 haupt angenommen werden, und darf man als *overhearer* ei-  
162 nem solchen Gespräch lauschen oder aber „aktiv weghören“?

163 Die potenzielle Indiskretion des öffentlichen Raumes  
164 wurde bereits früh als ein Problem des urbanen Lebensraums  
165 allgemein beschrieben. Schon Simmel erkannte die Heraus-  
166 forderung der modernen, industrialisierten Stadt, in der das  
167 Individuum mit einem Zuviel an Öffentlichkeit, einer aufge-  
168 zwungenen Kopräsenz konfrontiert wird (Cooper 2002: 21ff,  
169 Höflich/Kircher 2010: 61-62, Lofland 1998), insbesondere in  
170 den öffentlichen Transportmitteln („commuting & crowds“  
171 Lasén 2006). Diesen Konflikt zwischen einem subjektiven,  
172 inneren und diskreten Privaten und einer anonymen, ent-  
173 fremdenden und potenziell bedrohlichen Öffentlichkeit  
174 wurde auch von Goffman in seinen Beobachtungen menschl-  
175 ichen Verhaltens im öffentlichen Raum erkannt. Bereits lange  
176 vor dem Mobiltelefon beschrieb er die Praktik der *civil inat-*  
177 *tention* (Goffman 1963), also die Vermeidung direkten Blick-  
178 kontakts im öffentlichen Raum, sowie weitere Strategien,  
179 welche andere, fremde Teilnehmer in ihrem individuellen  
180 Territorium und Handeln respektieren, wie beispielsweise  
181 die Einhaltung einer gewissen körperlichen Distanz. Durch

182 das Mobiltelefon ergab sich für die InteraktionsteilnehmerIn-  
183 nen jedoch die Frage, wie individuelles Handeln im öffentli-  
184 chen Raum nun zu koordinieren sei (Höflich/Kircher 2010).  
185 Die für diese neuen Koordinationspraktiken erforderliche  
186 „körperliche Disziplin“ (Lasén 2006), die öffentliche „*perfor-*  
187 *mance*“ oder „Choreographie“ (Katz 2006: 51ff.), kann je nach  
188 kulturellem Umfeld variieren (Baron/Hård af Segerstad 2010,  
189 Lasén 2005). Lasén stellte jedoch bereits damals (zwischen  
190 2002 und 2004) fest, dass sich in einem Zeitraum von nur  
191 zwei Jahren die Etikette dahingehend zu verändert haben  
192 schien, dass die Benutzung von Mobiltelefonen verstärkt  
193 auch in Ko-Präsenz anderer und während laufender Gesprä-  
194 che erfolgte. Dies bestätigt, dass sich die normativen Erwar-  
195 tungen der TeilnehmerInnen in Bezug auf verschiedene öf-  
196 fentliche Räume (was darf mit dem Handy beispielweise im  
197 Theater, in einer Hotellobby, auf der Straße gemacht werden,  
198 und wo stört das mobile Endgerät?) sowie deren kommunika-  
199 tive Relevanzen verändern können (Höflich 2006, Katz 2006:  
200 46-48, Schlote/Linke 2010). Während Videotelefonie im öf-  
201 fentlichen Raum vor etwa zehn Jahren von den Teilnehme-  
202 rInnen noch als eher unpassend kategorisiert wurde (Mo-  
203 rel/Licoppe 2009: 176-183), sind längere Videogespräche *on*  
204 *the go* – auch dank passender Netzwerkinfrastrukturen wie  
205 4G und passenden Flatrates – heute wesentlich häufiger zu  
206 beobachten.

207 Dass mobile, smarte Telefone im öffentlichen Raum inten-  
208 siv genutzt werden, ist nun also *status quo*; die mediensozio-  
209 logische und medienlinguistische Forschung befasst sich nun  
210 vielmehr mit der Frage, auf welche vielfältigen Arten diese  
211 benutzt werden und den nicht-öffentlichen und öffentlichen  
212 Raum nutzen, verbinden, steigern (vgl. auch Humphreys  
213 2016, Lasén 2017): Standen in den 00ern insbesondere das  
214 mobile Telefongespräch (vgl. etwa konversationsanalytische  
215 Arbeiten zu Eröffnungen von Mobiltelefongesprächen, z.B.  
216 Arminen/Leinonen 2006, Laurier 2001, Weilenmann 2003)  
217 und die damit verbundene akustische Störung im Fokus, so  
218 interessiert sich die Forschung derzeit vermehrt für die Ver-  
219 bindung zwischen realen und virtuellen sozialen Netzwerken  
220 und das Erleben verschiedener Räume (im Sinne von *locative*  
221 *media*, Özkul 2015, 2017) sowie für die Ausgestaltung und  
222 Rahmung digitaler Inhalte. Der folgende Abschnitt wendet

223 sich daher medienlinguistischen Arbeiten zu, die die sprach-  
224 lich-kommunikative Verarbeitung mediatisierter privater In-  
225 halte zum Gegenstand haben.

### 226 **3. Die öffentliche Kommunikation privater Inhalte in sozialen Me-** 227 **dien**

228 Der Topos des Verwischens der Grenzen zwischen Öffent-  
229 lichkeit und Privatheit kann u.a. darauf zurückgeführt wer-  
230 den, dass das aktuell populärste mobile Endgerät – das  
231 Smartphone – im Gegensatz zum Mobiltelefon eine enorme  
232 funktionale Erweiterung und Verbreitung erfahren hat: „Seine  
233 Kamera und seine permanente Netzwerkanbindung verschaf-  
234 fen sozialen Kontexten eine außerordentliche Sichtbarkeit  
235 und gleichzeitig bietet es eine zuvor ungekannte raumbezo-  
236 gene Funktionalität an.“ (Bächle 2017: 137). Das Smartphone  
237 als „digitale Nahkörper-technologie“ (Kaerlein 2018) kann da-  
238 her auch in solchen Situationen präsent sein, die bislang nicht  
239 öffentlich gemacht wurden. Diese veränderten Affordanzen  
240 haben zur Ausbildung neuer, remediatisierter Formen des  
241 Darstellens und Verhandeln privater Inhalte in den sozialen  
242 Medien geführt (Herring 2013), die in einer Vielzahl verschie-  
243 dener Plattformen realisiert werden und somit neue oder  
244 breitere mediatisierte Öffentlichkeiten schaffen können.

245 Exemplarisch lässt sich dies etwa anhand von veränderten  
246 Praktiken im Umgang mit Krankheit, Tod und Trauer oder  
247 persönlichen Streitigkeiten aufzeigen. Hierbei kommt es  
248 nicht nur zu einer Übertragung von bereits in der analogen  
249 Kommunikation vorhandenen Textsorten oder Gattungen in  
250 eine Web 2.0-Umgebung (etwa die Veröffentlichung von To-  
251 desanzeigen in der Online-Präsenz einer Zeitung, Herring  
252 2013 spricht etwa von *familiar practices*); auf Plattformen wie  
253 Facebook, Twitter oder YouTube emergieren zudem auch  
254 rekonfigurierte Praktiken der Verhandlung persönlicher In-  
255 halte (Arnold et al. 2017, Dürscheid/Frick 2016, Marwick/Elli-  
256 son 2012, Tienken 2016). Insbesondere durch ihre Kamera  
257 dringen mobile Kommunikationsmedien in Sphären ein, die  
258 bislang als intimster Bereich des nicht-öffentlichen familiären  
259 Lebens galten: De Fina und Gore (2017) analysieren einen  
260 Twitter-Thread, bei dem eine NutzerIn die Trennungsstrei-

Katharina König & Florence Oloff: Mobile Medienpraktiken

261 tigkeiten eines sich in unmittelbarer Nähe befindlichen Paa-  
262 res live tweetet und dabei auch Bilder einer weinenden Per-  
263 son postet. KrebspatientInnen präsentieren videographierte  
264 Narrationen ihres Sterbeprozesses (Deppermann 2018a). Auf  
265 *Funeral Selfies* posten Personen Fotos von sich beim Besuch  
266 einer Beerdigung oder Trauerfeier in den sozialen Medien  
267 (Bächle 2017, Meese et al. 2015). Es verwundert daher nicht,  
268 wenn Sennetts (1993) Ausdruck der „Tyrannei der Intimität“  
269 auch bei der Analyse solcher Selbstdarstellungen Anwendung  
270 findet (Bächle 2017: 138).<sup>4</sup> Muss also die Sinnhaftigkeit der  
271 Kategorisierung von Inhalten als ‚privat‘ infrage gestellt wer-  
272 den, wenn es scheinbar keine Inhalte mehr gibt, die nicht on-  
273 line verhandelt werden können? Die Frage impliziert, dass  
274 Privatheit und Öffentlichkeit einander ausschließende Ge-  
275 genpole darstellen: Das, was öffentlich ist, kann demnach  
276 nicht privat sein; was privat ist, kann nicht öffentlich sein.  
277 Geht man hingegen davon aus, dass es auch im Öffentli-  
278 chen etwas Privates geben kann, dass also auch in der inter-  
279 netöffentlichen Verbreitung nutzergenerierte Inhalte als pri-  
280 vat behandelt werden können, so lässt sich hieraus eine me-  
281 dienlinguistische Heuristik ableiten, mit der gefragt wird, mit  
282 welchen sprachlich-kommunikativen Praktiken das öffentlich  
283 Geteilte als privat gerahmt und behandelt werden kann. An  
284 dieser Stelle kommt schließlich Praktiken der Anonymisie-  
285 rung bzw. Identifizierung bei der Gestaltung medialer Inhalte  
286 eine entscheidende Rolle zu. Oftmals bewegen sich die oben  
287 benannten neuen Praktiken des Umgangs mit Tod, Trauer o-  
288 der Krankheit in einem Spannungsfeld aus Verfahren der  
289 Anonymisierung und Sichtbarmachung. So machen sich etwa  
290 bei *Funeral Selfies* die NutzerInnen zwar über die Verknüp-  
291 fung der bildlichen Selbstdarstellung mit ihrem *Social Media*-  
292 Profil sichtbar und identifizierbar; personenbezogene Infor-  
293 mationen über die Verstorbenen (Name, Adresse, Geburts-  
294 und Sterbedatum der Toten), wie sie Teil des Textmusters  
295 der Todesanzeige sind (Linke 2001), werden hingegen nicht  
296 geteilt. Bei der von De Fina und Gore (2017) analysierten

4 Im Mediendiskurs werden sie entsprechend kontrovers diskutiert als Praktik, die die Grenzen des moralisch Vertretbaren möglicherweise überschreitet. Siehe beispielsweise <http://www.taz.de/!5054350/>, ebenso sei auf die folgenden englischsprachigen Beispiele verwiesen: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-4207946/Funeral-directors-tell-mourners-stop-taking-selfies.html>, <https://www.huffingtonpost.com/topic/funeral-selfies?guc-counter=1>.



297 *Twitter*-Trennungsgeschichte werden die Streitenden nicht  
298 namentlich benannt (sondern nur als *girl* und *boy* referen-  
299 ziert); die geposteten Bildausschnitte sind so gewählt, dass die  
300 Gesichter der Streitenden nicht erkennbar sind. Auch wenn  
301 also persönliche Details der Medienöffentlichkeit (oftmals  
302 ohne Zustimmung der betroffenen Personen) zugänglich ge-  
303 macht werden, weisen diese Anonymisierungspraktiken den-  
304 noch darauf hin, dass bestimmte Inhalte nach wie vor als zu  
305 privat behandelt werden, als dass man sie ohne Beschränkun-  
306 gen posten kann.

#### 307 **4. Öffentlichkeit, Privatheit und Anonymität als Herstellungslei-** 308 **stung**

309 Medienlinguistische Arbeiten müssen also untersuchen, mit  
310 welchen sprachlich-kommunikativen Praktiken NutzerInnen  
311 Öffentlichkeit, Privatheit und Anonymität in der Interaktion  
312 in und mit mobilen Medien herstellen. In der Mediennutzung  
313 in Ko-Präsenz anderer stellt sich die Frage, wie wir unseren  
314 Mediengebrauch für andere rahmen, ob wir diesen als indivi-  
315 duelle Handlung vollziehen oder aber die Möglichkeit zu ei-  
316 ner gemeinsamen Aktivität mit dem Smartphone eröffnen  
317 (z.B. bei Zeigesequenzen, Raclaw et al. 2016) und somit den  
318 Inhalt auf einem „privaten“ Endgerät für andere zugänglich  
319 machen. Beim Posten persönlicher Inhalte ist zu untersuchen,  
320 wie NutzerInnen kontextualisieren, welche weiteren Nutze-  
321 rInnen sich in welcher Form zu den geposteten Inhalten ver-  
322 halten können, welche Reaktionen für wen ‚zulässig‘ oder  
323 ‚unzulässig‘ sind, welche Arten des Teilens für wen möglich  
324 oder unmöglich sind oder welche personenbezogenen Infor-  
325 mationen für wen preisgegeben werden.

326 Hierbei sind unterschiedliche ‚Kulturen‘ von Privatheit,  
327 Öffentlichkeit und Anonymität in den Blick zu nehmen. Der  
328 in der Medienöffentlichkeit stattfindende Diskurs weist be-  
329 reits darauf hin, dass kein allgemeiner Konsens darüber be-  
330 steht, was als zu privat oder intim gilt, um über die sozialen  
331 Medien kommuniziert oder veröffentlicht zu werden. Mobile  
332 Medien und die mit ihnen zur Verfügung gestellten Kommu-  
333 nikations- und Netzwerkplattformen determinieren nicht die  
334 Auswahl und die Form kommunikativer – sprachlicher sowie  
335 körperlicher – Praktiken der Öffentlichkeit, Privatheit oder

Katharina König & Florence Oloff: Mobile Medienpraktiken

336 Anonymität; sie stellen einen Möglichkeitsraum zu Verfü-  
337 gung, den sich NutzerInnen für ihre eigenen Zwecke aneig-  
338 nen (Hutchby 2001) und der jeweiligen Situation flexibel an-  
339 passen. Eine etische Kategorisierung des Privaten ist also in  
340 der fragmentierten Lebenswelt – online wie offline – ver-  
341 schiedener Nutzergruppen nicht mehr ohne Weiteres mög-  
342 lich. Vielmehr muss aus einer emischen Perspektive analy-  
343 siert werden, welche Inhalte in den verschiedenen medialen  
344 Öffentlichkeiten sowie in der *Face-to-face*-Mediennutzung  
345 von den NutzerInnen auf welche Weise als öffentlich oder  
346 privat verhandelt werden und welche neuen oder veränder-  
347 ten Praktiken des Umgangs mit theoretisch privaten Inhalten  
348 sich entwickelt haben. Vermittels unterschiedlicher multimo-  
349 daler kommunikativer Praktiken schaffen oder begrenzen  
350 NutzerInnen Öffentlichkeit (Abschnitt 4.1) in der Kommuni-  
351 kation mit und über mobile(n) Medien, sie rahmen die Nut-  
352 zung des mobilen Endgerätes an sich und der vermittelten In-  
353 halte als privat oder nicht privat (Abschnitt 4.2), und sie ma-  
354 chen sich als NutzerInnen identifizierbar oder stellen Anony-  
355 mität her (Abschnitt 4.3).

356 4.1 Die Herstellung mediatisierter Öffentlichkeit

357 Versteht man Öffentlichkeit im Kontext von mediatisierter  
358 Kommunikation als hergestellte Zugänglichkeit anderer zu  
359 nutzergenerierten Inhalten, so scheint das Ausmaß an Öffent-  
360 lichkeit mit der Nutzung mobiler internetbasierter Medien  
361 zugenommen zu haben. Über vernetzte mobile Medien kön-  
362 nen NutzerInnen (weitgehend) unabhängig von ihrem aktuel-  
363 len Aufenthaltsort am weltweiten Diskurs teilhaben; sie ha-  
364 ben so Zugang zu einer Internetöffentlichkeit (*virtual public*,  
365 Bateman et al. 2011). Innerhalb dieser allgemeinen virtuellen  
366 Öffentlichkeit bilden sich jedoch wiederum Schichtungen  
367 von Suböffentlichkeiten aus – „layers of publicness“  
368 (Baym/boyd 2012: 321) oder *distinct publics* (Bös/Kleinke  
369 2017)<sup>5</sup> –, deren Zugänglichkeit über verschiedene Praktiken  
370 beschränkt oder gesteuert wird. Allein durch die Auswahl be-  
371 stimmter Apps und Plattformen für spezifische Zwecke und  
372 die Wahl bestimmter Kommunikationsformen innerhalb die-  
373 ser Apps (Posten einer Erzählung in einem öffentlichen Blog

---

5 Siehe auch Androutsopoulos (2015).

374 oder in einer WhatsApp-Gruppe, bei der alle Mitglieder be-  
375 kannt sind) bestimmen NutzerInnen, welche Reichweite,  
376 welchen Rezipientenkreis die geposteten Inhalte haben sol-  
377 len. Auch in der Änderung der Datenschutzeinstellungen<sup>6</sup>  
378 (Costa 2018, Georgalou 2016, Einspänner-Pflock 2017) oder  
379 dem aktiven Management der Mitglieder-Struktur finden sich  
380 Nutzungspraktiken, mit denen der Grad der Zugänglichkeit  
381 gesteuert wird. Dass das Mitglieder-Management als grund-  
382 legend soziale Praktik verstanden werden muss, zeigt sich etwa  
383 darin, dass der Ausschluss von Personen aus Chat-Gruppen  
384 und damit aus Diskursgemeinschaften als Mobbing-Strategie  
385 genutzt wird (Marx 2017). Zugänglichkeit wird jedoch nicht  
386 ausschließlich über die Nutzung der technischen Affordanzen  
387 reguliert; auch über den Gebrauch gruppenspezifischer  
388 Codes können sich *networked publics* bzw. *audiences* profi-  
389 lieren und abgrenzen (Androutsopoulos 2014, Marwick/boyd  
390 2014). Ferner zeigen sich Unterschiede in der Dauer der me-  
391 diatisierten Zugänglichkeitsmachung: Die virtuelle Öffentlich-  
392 keit ist nicht nur bestimmt dadurch, welchem Nutzerkreis be-  
393 stimmte Inhalte zugänglich gemacht werden, sondern auch  
394 dadurch, wann bzw. wie schnell oder wie lang dies geschieht.

395 Die Potenzialität der permanenten Erreichbarkeit, die  
396 durch internetfähige mobile Kommunikationsmedien ermög-  
397 licht wird (Baron 2008), sollte nicht gleichgesetzt werden mit  
398 einer permanenten Zugänglichkeit (siehe hierzu auch  
399 Pöschl/Döring 2012). Auch in einer mediatisierten Welt, in  
400 der man etwa das Smartphone (fast) permanent bei sich trägt,  
401 muss dessen Zugänglichkeit bzw. Relevanz (z.B. in seiner  
402 Funktion als „soziales Archiv“, Keppler 2014) aktiv zwischen  
403 den Interagierenden hergestellt werden (Ayaß 2014: 8, Oloff  
404 2019). Durch situierte Praktiken können ursprünglich als pri-  
405 vat bzw. dyadisch angelegte (Mobil)telefongespräche mit ei-  
406 ner größeren Öffentlichkeit geteilt werden: Neben der Laut-  
407 sprecheraktivierung können ko-präsente Dritte durch Blick-  
408 kontakt, Gesten, Mimik etc. adressiert werden, der nicht-hör-  
409 baren Teil des Gesprächs kann so also „öffentlich“ kommen-  
410 tiert werden (Lasén 2006: 243). Bereits früh wurde das Po-  
411 tenzial des Mobiltelefons erkannt, in Ko-Präsenz auch mit

---

6 Der oftmals in diesem Kontext verwendete Begriff *privacy settings* (Pri-  
vatsphäre-Einstellungen) dokumentiert die alltagssprachliche Gleichsetzung  
von Grad der Zugänglichkeit mit Privatheit bzw. Intimität.

412 anderen geteilt oder gemeinsam genutzt zu werden (Weilen-  
413 mann/Larsson 2002). Hat sich dieses Teilen zu Beginn vor al-  
414 lem auf das Vorlesen oder Zeigen von Textnachrichten (Re-  
415 lieu 2008, DiDomenico/Boase 2013) oder von Telefongesprä-  
416 chen bezogen (Lasén 2006), so sind es nun auch WhatsApp-  
417 Chatverläufe, private Fotos, Videos, *social media*-Profile o-  
418 der Suchergebnisse, die mit anderen anwesenden Personen  
419 geteilt und in das laufende Gespräch eingebettet werden (z.B.  
420 Brown et al. 2013, Keppler 2014, 2019, Porcheron et al. 2016,  
421 Raclaw et al. 2016). Durch Drehen des Bildschirms, gemeinsa-  
422 mes Blicken und Zeigen auf das Display oder die Übergabe  
423 des Telefons wird das Smartphone so interaktiv zu einem öf-  
424 fentlichen sozialen Objekt (Oloff 2019). Auch aufgrund der  
425 stetigen Verbesserung der mobilen Kamerafunktionen hat  
426 sich der Status von Handyfotos und anderem mobilen Bild-  
427 material verändert. Waren (Handy)fotos zuvor eine Möglich-  
428 keit, besondere, intime Momente festzuhalten und mit einem  
429 engen Kreis zu teilen, hat sich die mobile visuelle Kommuni-  
430 kation mit einem erweiterten Rezipientenkreis nun als eine  
431 hochfrequente Alltagspraktik etabliert. Auch in Videotelefo-  
432 naten (über Smartphone oder andere mobile Endgeräte) wer-  
433 den den Angerufenen in teilweise aufwendigen Zeigesequen-  
434 zen Gegenstände aus dem physischen Umfeld des Anrufenden  
435 „vor Augen geführt“ und somit als gemeinsamer Ge-  
436 sprächsgegenstand etabliert (Licoppe 2017).

#### 437 4.2 Die Herstellung mediatisierter Privatheit

438 Privatheit wurde in dem vorliegenden Beitrag als inhaltliche  
439 Dimension aufgefasst, die nicht notwendigerweise den Ge-  
440 genpol zu Öffentlichkeit bilden muss (Dürscheid 2007, Linke  
441 2001). Wenn also auch private Inhalte öffentlich zugänglich  
442 sein können, so stellt sich die Frage, wie sich öffentliche Pri-  
443 vatheit und öffentliche Nicht-Privatheit terminologisch kon-  
444 turieren und empirisch beschreiben lassen. Dürscheid (2007:  
445 30) schlägt vor, Privatheit über Kommunikationsinhalte und  
446 die soziale Beziehung der Interagierenden zu bestimmen,  
447 stellt jedoch zu Recht fest, dass Konzepte des Privaten vom  
448 jeweiligen zeitlichen und kulturellen Kontext abhängig sind  
449 (vgl. auch Gal 2005). Eine allgemeingültige und stabile Be-  
450 stimmung von Privatheitsgraden ist also nicht möglich. Ge-

451 rade im Kontext von verschiedenen mediatisierten Öffent-  
452 lichkeiten können sich unterschiedliche Auffassungen von  
453 Privatem und Nicht-Privatem ausbilden.

454 Privatheit in der medienvermittelten Kommunikation lässt  
455 sich also nicht über spezifische, vorab festgelegte Inhalte de-  
456 finieren. Vielmehr muss untersucht werden, welche Inhalte  
457 von den NutzerInnen selbst als privat behandelt werden. Eine  
458 solche Rahmung als privat dokumentiert sich in den sprach-  
459 lich-kommunikativen Praktiken der NutzerInnen und ist da-  
460 mit einer medienlinguistischen Untersuchung zugänglich. In  
461 diesem Sinne können solche Inhalte als privat aufgefasst wer-  
462 den, die einzelne oder wenige Personen betreffen. Ähnlich  
463 verfahren auch Landert und Jucker (2011: 1427): „Private top-  
464 ics are those that affect single individuals or very small groups  
465 of people while public topics are those that lack this concen-  
466 tration on a private individual or a very small group.” Ergän-  
467 zen kann man diese inhaltliche Definition noch um eine spe-  
468 zifische moralische Qualität des Privaten: Privat sind dem-  
469 nach nicht nur Themen, die einzelne Personen betreffen,  
470 sondern über die auch nur diese Personen verfügen dürfen.  
471 Dies kommt etwa in der Zuschreibung eines primären episte-  
472 mischen Zugangs und der Einräumung primärer Bewertungs-  
473 rechte in der sozialen Interaktion allgemein (Deppermann  
474 2018b, Raymond/Heritage 2006, Stivers et al. 2011) und –  
475 aber eben nicht ausschließlich – der Einräumung von Veröf-  
476 fentlichungsrechten speziell in Bezug auf mediale Inhalte zum  
477 Ausdruck. Privatheit, Öffentlichkeit und Sozialbeziehung ste-  
478 hen dabei in einem reflexiven Verhältnis: Privat sind solche  
479 Informationen, zu denen nur nahestehenden Personen Zu-  
480 griff gewährt wird. Zugleich stellt man soziale Nähe zu ande-  
481 ren Personen gerade dadurch her, dass man solche Inhalte  
482 mit ihnen teilt, von denen alle Parteien annehmen, dass sie  
483 privater Natur sind. In einem praktikenbasierten medienlin-  
484 guistischen Ansatz ist also nach den Verfahren zu fragen, mit  
485 denen NutzerInnen erkennbar machen, dass nur bestimmte  
486 Personen ausgewählte Inhalte veröffentlichen oder kommen-  
487 tieren dürfen.

488 Ein Beispiel für die Herstellung mediatisierter Privat-  
489 heit, von „ambiguous sites of intimacy and anonymity“ sind  
490 sogenannten *homing blogs*, in denen zumeist Frauen Bilder  
491 und Texte aus ihrem familiären Leben online teilen (Jäntti et  
492 al. 2017: 892). Diese *public privacy* ist nicht deckungsgleich

Katharina König & Florence Oloff: Mobile Medienpraktiken

493 mit der real gelebten Privatheit, sondern eine inszenierte, öff-  
494 fentlich zugänglich gemachte Darstellung derselben, die typi-  
495 scherweise deren positive, ästhetische Aspekte in den Vor-  
496 dergrund rückt (Jäntti et al. 2017). Auch auf Twitter sind Prak-  
497 tiken der mediatisierten Privatheit geläufig, durch die persön-  
498 liche Lebensbereiche wie der der Familie durchweg positiv  
499 und somit utopisch dargestellt werden (Parcha 2014). Nutze-  
500 rInnen bedienen sich ebenfalls verschiedener Ressourcen,  
501 um öffentlich geführte Dialoge als privat oder nicht privat zu  
502 kontextualisieren. Georgakopolou (2017) zeigt in einer Studie  
503 zu Kommentaren bei Facebook und YouTube, dass Postings  
504 so gestaltet werden können, dass sich nur nahestehende Nut-  
505 zerInnen in ihren Kommentaren als „(mit)wissend“ positio-  
506 nieren können. Durch eine bestimmte Formatierung öffent-  
507 lich einsehbarer Postings lassen sich also epistemische Zu-  
508 gangrechte verhandeln und Inhalte als ‚privat‘ rahmen. Kom-  
509 munikationsgegenstände sind also nicht an sich privat oder  
510 intim, sondern werden durch das sprachlich-kommunikative  
511 Handeln und die Auswahl bestimmter Inhalte der NutzerIn-  
512 nen als privat gerahmt.

513 Das Teilen von Inhalten, bei dem Kommunikate aus ihrem  
514 ursprünglichen Verwendungskontext gelöst und in einen  
515 neuen Verwendungskontext eingebettet werden, ist zu einer  
516 zentralen Handlungskategorie in den sozialen Medien gewor-  
517 den (De Fina/Gore 2017, Georgakopoulou 2015, Page 2018,  
518 Jenkins et al. 2013 sprechen etwa von *spreadable media*). Als  
519 privat konzeptualisierte Inhalte zeichnen sich u.a. dadurch  
520 aus, dass sie so behandelt werden, dass sie nicht ohne Zu-  
521 stimmung der betroffenen Person weitergeleitet und mit grö-  
522 ßeren Öffentlichkeiten geteilt werden dürfen. Was dergestalt  
523 privat ist, kann dabei durchaus Gegenstand von Kontroversen  
524 sein: In ihrer Analyse des Mediendiskurses, der sich in Reak-  
525 tion auf eine Live-Kommentierung eines an Bord eines Flug-  
526 zeugs mit angehörten Trennungsgesprächs entspannt, zeigen  
527 DeFina und Gore (2017), wie sich in unterschiedlichem Nut-  
528 zerverhalten unterschiedliche Konzepte des Privaten und  
529 Nicht-Privaten dokumentieren (vgl. auch Abschnitt 3). Wäh-  
530 rend einige NutzerInnen affiliativ auf die Veröffentlichung re-  
531 agieren und die emergierende Entwicklung der Narration da-  
532 mit befördern, nehmen andere NutzerInnen eine meta-refle-  
533 xive Perspektive ein, indem sie darauf verweisen, dass die

Katharina König & Florence Oloff: Mobile Medienpraktiken

534 Posterin kein Recht hat, den mitangehörten Dialog auf Twit-  
535 ter zu veröffentlichen.

536 Aspekte der Privatheit überschneiden sich also nicht nur  
537 mit moralischen, sondern auch mit juristischen Fragestellun-  
538 gen, die Urheberrechte, Persönlichkeitsrechte und allgemeine  
539 Datenschutzregelungen betreffen. Das zu schützende „Pri-  
540 vate“ kann durch mobile Medien bedroht werden, wenn z.B.  
541 TeilnehmerInnen unbemerkt fotografiert oder gefilmt wer-  
542 den (Green/Haddon 2009: 136ff). Permanente Lokalisierbar-  
543 keit und Erreichbarkeit bedeuten auch permanent mögliche  
544 Kontrolle (Green 2002), welcher sich MobiltelefonnutzerIn-  
545 nen durch unterschiedliche Praktiken entziehen können: So  
546 werden real mögliche (aber nicht unbedingt zu dem Zeit-  
547 punkt vorhandene) technische Probleme als Ausreden be-  
548 müht (z.B. leerer Akku, kein Netzempfang, auf stumm ge-  
549 schaltet), um sich das Recht auf „Nichterreichbarkeit“ zu si-  
550 chern.

551 In der physischen Welt können Mobiltelefone auch als *in-*  
552 *volvement shields* (Ayaß 2014) genutzt werden, um sich aus  
553 dem öffentlichen Raum zurückzuziehen und andere gleich-  
554 sam zur *civil inattention* aufzufordern (Ayaß 2014: 106). Die  
555 echte oder gestellte Nutzung des Telefons „visibly and audi-  
556 bly displays one’s engagement with a remote other to those  
557 within earshot“ (Cooper 2002: 23) und wird daher insbeson-  
558 dere von Frauen benutzt, um unerwünschten oder sogar po-  
559 tenziell gefährliche Situationen zu vermeiden. Während Mo-  
560 biltelefongesprächen in der Öffentlichkeit stellen Teilnehme-  
561 rInnen „Privatheit“ typischerweise durch sichtbaren physi-  
562 schen Rückzug her (Kopomaa 2000: 78ff). Dieser erfolgt bei-  
563 spielsweise durch Einnahme einer bestimmten Körperhaltung  
564 bzw. einer Veränderung in dessen Orientierung (Wegdrehen),  
565 durch Abwendung des Blickes, Aufstehen vom Tisch, Hin-  
566 und Herwandern usw. So ziehen MobilgerätenutzerInnen  
567 sichtbar eine Grenze zwischen sich und anderen (Höflich  
568 2006, Höflich/Kircher 2010, Kopomaa 2000, Ling 2002). Die  
569 Erschaffung eines eigenen „Gesprächsraums ist jedoch nicht  
570 gleichbedeutend mit der eines privaten Raumes, sondern eine  
571 Praktik der „modulierten Präsenz“, mit denen TeilnehmerIn-  
572 nen sowohl auf die Medienpräsenz als auch die physische  
573 Anwesenheit anderer eingehen (Lasén 2006: 236f.). Diese  
574 Koordination gelingt in unterschiedlichem Maße, da die (zu-

Katharina König & Florence Oloff: Mobile Medienpraktiken

575   mindest anfänglich) private Smartphonennutzung sowohl kon-  
576   vergent als auch divergent in Hinblick auf die laufende *Face-*  
577   *to-face*-Interaktion sein kann (Brown et al. 2013, Porcheron  
578   et al. 2016).

579   4.3 Die Herstellung von Anonymität oder Identifizierbarkeit

580   Mobile Medien, so kann auf Basis der bisherigen Befunde  
581   konstatiert werden, dringen in bislang nicht medial zugängli-  
582   che soziale Situationen vor und schaffen dabei neue soziale  
583   Sphären. Die Publika, die auf die vermittelten Inhalte zugrei-  
584   fen können, sind durch die Vernetzung mobiler Endgeräte  
585   über das *world wide web* nicht lokal eingegrenzt. In diesen  
586   veränderten Rahmenbedingungen haben sich neue Praktiken  
587   zur Kontextualisierung und Verhandlung von privaten Inhal-  
588   ten entwickelt, über die nur die UrheberInnen und ausge-  
589   wählte Andere verfügen dürfen. Hierzu gehören u.a. Prakti-  
590   ken der Anonymisierung bzw. Identifizierung, die auf unter-  
591   schiedliche Weise auf die beschriebenen Veränderungen in  
592   der mobilen Medienkommunikation reagieren. Auch hier ist  
593   wieder von einer Skalierung auszugehen: NutzerInnen und  
594   ihr Publikum können in unterschiedlichem Ausmaß identifi-  
595   zierbar bzw. anonym sein.

596   Die KommunikationspartnerInnen können sich gänzlich  
597   unbekannt sein, wenn etwa Inhalte ohne Angaben zur Urhe-  
598   berschaft im Internet veröffentlicht werden oder NutzerInnen  
599   die Inhalte rezipieren, ohne ihrerseits Angaben zu sich selbst  
600   machen zu müssen oder machen zu können. Ein Beispiel für  
601   eine App, die die Anonymität der NutzerInnen zu ihrem Al-  
602   leinstellungsmerkmal gemacht hat, ist die Kommunikations-  
603   plattform Jodel, die Postings von NutzerInnen (Jodler ge-  
604   nannt) in einem gewissen Umkreis anzeigt (Kasakowskij et al.  
605   2018). Die App stellt nutzergenerierte Inhalte mit einer gewis-  
606   sen lokalen Relevanz dar, ohne jedoch über den relativen  
607   Standort eines Jodlers hinausgehende Informationen zu über-  
608   mitteln. Um Kommentare zu den initialen Jodel-Postings ein-  
609   zelnen NutzerInnen zuordnen zu können, wird den Kom-  
610   mentierenden lediglich eine für den aktuellen Thread ein-



611 deutige Nummer und ein verschiedenfarbiges Nutzerpikto-  
612 gramm zugewiesen.<sup>7</sup> Dass Anonymität bei Jodel auch über  
613 diese technischen Rahmenbedingungen hinaus eine große  
614 Rolle spielt, zeigt sich etwa darin, dass solche Postings, mit  
615 denen einzelne Jodler identifizierbar sind, negativ bewertet  
616 werden. Anonymität ist also keine Größe, die ausschließlich  
617 über die technischen Rahmenbedingungen vorgegeben wird,  
618 sondern die – im Rahmen der gegebenen Möglichkeiten bzw.  
619 Affordanzen – ebenfalls als Herstellungsleistung zu konzeptu-  
620 alisieren ist.

621 Auch andere lokative Apps nutzen die Spannung aus, die  
622 aus einer relativ präzisen geographischen Verankerung und  
623 der Möglichkeit, aus einer ursprünglich anonymen Zugehö-  
624 rigkeit zu diesem physischen Raum zu einer konkreten Be-  
625 gegnung on- und offline zu führen, entsteht. Insbesondere  
626 Dating-Apps wie Grindr oder Tinder basieren auf diesem  
627 Prinzip der „pseudonymen Unbekannten“ (Licoppe 2016), die  
628 in Profil und Nickname zwar potenziell intime Informationen  
629 preisgeben, bis zu einer konkreten Verhandlung über eine  
630 Modifikation dieses Status mit anderen Teilnehmenden je-  
631 doch anonym zu bleiben vermögen (z.B. Licoppe et al. 2015,  
632 Licoppe/Morel 2017). Insbesondere im Bereich der virtuell  
633 angebahnten sexuellen Beziehungen ist also Anonymität eine  
634 Voraussetzung für Intimität (Tomita 2005), genauso wie Kör-  
635 perlich-Intimes (wie z.B. sog. „dick pics“) zu einer simultanen  
636 Anonymisierung und Individualisierung von Userprofilen ge-  
637 nutzt werden kann (Paasonen et al. 2019).

638 Auf der anderen Seite des Kontinuums stehen kommunika-  
639 tive Praktiken, die eine Identifizierung der Online- und Off-  
640 line-Identität einer Person ermöglichen. Waren Telefonnum-  
641 mern früher mit Apparaten an spezifischen Orten verbunden,  
642 so wurden diese mit der Einführung des Mobiltelefons perso-  
643 nengebunden, was zu veränderten Praktiken in der Ge-  
644 sprächseröffnung führte (von der systematischen namentli-  
645 chen Identifizierung zu einer Häufung des „sich Lokalisie-  
646 rens“, Arminen/Leinonen 2006, Laurier 2001). Veränderte  
647 Praktiken können also zum einen technisch bedingt sein,  
648 wenn man wie im Fall von mobilen Messengern wie  
649 WhatsApp über die Mobilfunknummer einer realweltlichen

7 Auch SchreiberInnen der initialen Jodel-Postings können im weiteren Verlauf reagieren und werden dann mit „OJ“ (Original-Jodler) referenziert (<https://jodel.zendes.com/hc/de/articles/360001017113-Was-bedeutet-OJ->).

Katharina König & Florence Oloff: Mobile Medienpraktiken

650 Person zuordenbar ist. Darüber hinaus werden in der Medi-  
651 enlinguistik zahlreiche weitere Praktiken beschrieben, die  
652 sich in einem Spannungsfeld von Anonymität und Identifika-  
653 tion bewegen. Als Beispiel seien etwa Formen des Cyber-  
654 mobbing angeführt: Während das Opfer in der Regel benannt  
655 wird, machen sich die TäterInnen nur in manchen Formen  
656 der digitalen Anklage und Diffamierung identifizierbar: So be-  
657 schreibt Marx (2017) unterschiedliche Cybermobbing-Kons-  
658 tellationen, in denen TäterInnen entweder ihre Urheber-  
659 schaft verschleiern (dies ist insbesondere beim Identitätsraub  
660 der Fall) oder unter ihrem Klarnamen über das Mobbingopfer  
661 schreiben (in so genannten Hassgruppen, auf die das Opfer  
662 keinen Zugriff hat). In einem Kontext, in dem NutzerInnen  
663 Postings unter ihrem Klarnamen für andere NutzerInnen ein-  
664 sehbar veröffentlichen, werden bei heiklen Aktivitäten wie  
665 Klatsch-Interaktionen Strategien entwickelt, mit denen das  
666 Klatschopfer unerkennbar bleibt. In einer Studie zum Online-  
667 Verhalten von jugendlichen Facebook-NutzerInnen be-  
668 schreiben Marwick und boyd (2014) eine Praktik, über je-  
669 manden zu sprechen ohne die betroffene Person erkennbar  
670 zu machen, die von den NutzerInnen selbst als *subtweeting*  
671 bezeichnet wird: „A subtweet does not name names, but is  
672 clearly calling out or criticizing a specific individual [...]. Sub-  
673 tweeting creates plausible deniability, since the subtweeter  
674 can always claim the tweet was about someone else if con-  
675 fronted. (Marwick/boyd 2014: 1059).

676 Aber auch emanzipatorische Praktiken wie die Sichtbar-  
677 machung von bislang marginalisierten Lebenswelten können  
678 mit verschiedenen Mitteln der Erkennbarkeitsherstellung ar-  
679 beiten: In einer ethnographischen Studie zur Produktion au-  
680 tobiographischer Videos, in denen sich Personen als *queer*  
681 identifizieren, und deren Veröffentlichung auf einer Online-  
682 Plattform zeigen Vivienne und Burgess (2012) auf, wie die Er-  
683 zählerInnen zum einen ihre individuellen Biographien für  
684 verschiedene Publika sichtbar machen, zum anderen aber  
685 oftmals keine namentliche Identifikation von sich und ihren  
686 PartnerInnen vornehmen, sondern stattdessen auf Pseudo-  
687 nyme zurückgreifen, um die Narration zu „de-identifizieren“  
688 und in Teilen zu anonymisieren.

689 NutzerInnen können also auf ein Repertoire an verschie-  
690 denen Praktiken zurückgreifen, mit denen sie spezifische On-  
691 line-Identitäten herstellen und so eine konzertierte Abstufung

692 von Erkennbarkeit vornehmen. Unter Rückgriff auf das The-  
693 atralitätskonzept von Goffman (2010) entwickelt etwa Fröh-  
694 lich (2014) ein Modell von „Masken“, die NutzerInnen in ei-  
695 ner Online-Umgebung ‚aufsetzen‘, die mehr oder weniger  
696 Rückschlüsse über die Offline-Identität der NutzerInnen zu-  
697 lassen. Mit der Erstellung von Profilen können sich NutzerIn-  
698 nen im Web 2.0 *public identities* schaffen (Baym/boyd 2012).  
699 Insbesondere mit der Wahl von *nicknames* steht ihnen Res-  
700 source zu Verfügung, die unterschiedliche Abstufungen der  
701 Identifizierbarkeit erlaubt.

702 Hervorzuheben ist schließlich, dass die Dimensionen der  
703 Anonymität und Identifizierbarkeit nicht allein die Urheber-  
704 rInnen von Inhalten betrifft, sondern sich auch auf Bekannt-  
705 heit der RezipientInnen bezieht. NutzerInnen sozialer Netz-  
706 werke können sich oftmals nur an *imagined audiences*  
707 (Baym/boyd 2012) orientieren, über die sie Vermutungen an-  
708 stellen können, über die sie aber kein gesichertes Wissen ha-  
709 ben. In Web 2.0-Umgebungen sind jedoch nicht mehr nur  
710 diffuse, rein rezipierende *audiences* anzutreffen, sondern  
711 *publics*, die in verschiedenen Formaten dokumentieren, wie  
712 sie an medialen Erzeugnissen Dritter partizipieren  
713 (Baym/boyd 2012, Chovanec 2015). Anonymität oder Identifi-  
714 zierbarkeit sind nicht vollumfänglich durch die technischen  
715 Vorgaben der jeweiligen Plattform determiniert. In einem  
716 Kontext, in dem Kommunikations- und Netzwerkplattformen  
717 ihre NutzerInnen auf unterschiedliche Weise sichtbar ma-  
718 chen, entwickeln diese verschiedene Praktiken, um Anony-  
719 mität oder Identifikation aktiv herzustellen.

## 720 **5. Medienlinguistische Desiderate**

721 Anders als das Konzept der *blurred boundaries* suggeriert,  
722 fallen Privatheit und Öffentlichkeit in der Kommunikation  
723 über und mit mobilen Medien nicht notwendigerweise zu-  
724 sammen, auch wenn sich zweifelsohne neue Formen des  
725 Verhandels von Zugänglichkeit und persönlichen Inhalten  
726 herausgebildet haben, wie etwa die hier vorgestellten Prakti-  
727 ken des Umgangs mit Tod und Trauer in Web 2.0-Umgebun-  
728 gen oder die Erschaffung eines eigenen „Gesprächsraums“  
729 beim Telefonieren in der Öffentlichkeit illustrieren. Notwen-  
730 dige Voraussetzung für eine differenziertere Betrachtung des

731 Zusammenspiels von Öffentlichkeit, Privatheit und Anonymi-  
732 tät ist eine terminologische Klärung: Vieles, was in der For-  
733 schungsliteratur und dem Mediendiskurs unter dem Begriff  
734 der Privatheit firmiert (etwa der Ausdruck „Privatsphäre-Ein-  
735 stellungen“), ist in der hier vorgeschlagenen, an Dürscheid  
736 (2007) angelehnten Begriffsbestimmung als Grad der Zugäng-  
737 lichkeit und damit Öffentlichkeit von Inhalten zu konzeptua-  
738 lisieren. Fasst man unter Privatheit hingegen eine spezifische  
739 Kategorie von Inhalten, die von NutzerInnen so behandelt  
740 werden, dass nur sie selbst und nahestehende Dritte darauf  
741 zugreifen dürfen, so stellen Privatheit und Öffentlichkeit  
742 keine sich ausschließenden Gegenpole dar. Somit ist es mög-  
743 lich, den Blick auch auf Kommunikate zu richten, die zwar  
744 privaten Inhalts sind, aber dennoch (internet-)öffentlich zu-  
745 gänglich gemacht werden. Privatheit und Öffentlichkeit müs-  
746 sen in ihrer jeweiligen medialen Vermittlung erfasst werden,  
747 sind durch diese aber nicht vollständig determiniert.

748 Durch die Wahl von nur für bestimmte NutzerInnen inter-  
749 pretierbare Zeichen werden für die RezipientInnen unter-  
750 schiedliche Möglichkeiten der Anschlusskommunikation er-  
751 öffnet, wodurch sich schließlich verschiedene Publika oder  
752 Zugangsmöglichkeiten differenzieren lassen. Privatheit, Öff-  
753 fentlichkeit und Anonymität wirken als Bestimmungsfaktoren  
754 etwa auch bei der Wahl der jeweiligen Kommunikati-  
755 ons(platt)form mit: Werden Erzählungen von persönlichen  
756 Erlebnissen gerade nicht auf der Facebook-Pinnwand gepos-  
757 tet, sondern im Rahmen von Chat-Gruppen mit bekanntem  
758 Teilnehmerkreis, schafft dies einen Kontext, in dem private  
759 Informationen, private Inhalte ‚unverschlüsselt‘ verhandelt  
760 werden können, was wiederum die Sozialität der Gruppe auf-  
761 recht erhalten kann. In der *Face-to-face*-Interaktion können  
762 sprachlich-körperliche Verfahren darauf hinweisen, wie Pri-  
763 vates und Öffentliches – sowohl in Bezug auf das Gerät selbst  
764 als auch auf die auf diesem vorhandenen Inhalte – gerahmt  
765 und verhandelt werden: Was und wie wird beispielsweise zu  
766 einem digitalen Bild erzählt, wird das Display den Gesprächs-  
767 partnerInnen hingehalten oder aber dürfen diese sogar selb-  
768 ständig auf diesem navigieren? Aus diesen Überlegungen lässt  
769 sich für die medienlinguistische Forschung ein Desiderat an  
770 Untersuchungen zu Praktiken ableiten, mit denen Privatheit  
771 bzw. Nicht-Privatheit im (nicht- bzw. semi-)öffentlichen Aus-  
772 tausch mit und über mobile Medien kontextualisiert wird.

773 **Literatur**

- 774 Androutopoulos, Jannis (2014): Linguaging when contexts  
775 collapse: Audience design in social networking. In: *Dis-*  
776 *course, Context & Media* (4–5), 62–73.
- 777 Androutopoulos, Jannis (2015): Negotiating authenticities in  
778 mediatized times. In: *Discourse, Context & Media* 8, 74–77.
- 779 Arminen, Ilkka/Leinonen, Minna (2006): Mobile phone call  
780 openings: tailoring answers to personalized summonses. In:  
781 *Discourse Studies* 8(3), 339–368.
- 782 Arnold, Michael/Gibbs, Martin/Kohn, Tamara/Meese,  
783 James/Nansen, Bjorn (2017): *Death and Digital Media*.  
784 London: Taylor and Francis.
- 785 Ayaß, Ruth (2014): Using media as involvement shields. In:  
786 *Journal of Pragmatics* 72, 5–17.
- 787 Bächle, Thomas Christian (2017): Das Smartphone, ein Wäch-  
788 ter. Selfies, neue panoptische Ordnungen und eine verän-  
789 derte sozialräumliche Konstruktion von Privatheit. In:  
790 Beyvers, Eva/Helm, Paula/Hennig, Martin/Keckeis, Car-  
791 men/Kreknin, Innokentij/Püschel, Florian (Hg.): *Räume*  
792 *und Kulturen des Privaten*. Wiesbaden: VS, 137–164.
- 793 Baron, Naomi S. (2008): *Always On. Language in an Online*  
794 *and Mobile World*. Oxford: Oxford University Press.
- 795 Baron, Naomi S./Hård af Segerstad, Ylva (2010): Cross-cul-  
796 tural patterns in mobile-phone use: public space and  
797 reachability in Sweden, the USA and Japan. In: *New Media*  
798 *& Society* 12 (1), 13–34.
- 799 Bateman, Patrick J./Pike, Jacqueline C./Butler, Brian S. (2011):  
800 To disclose or not: publicness in social networking sites. In:  
801 *Information Technology & People* 24 (1), 78–100.
- 802 Baym, Nancy K./boyd, danah (2012): Socially mediated pub-  
803 licness: An introduction. In: *Journal of Broadcasting &*  
804 *Electronic Media* 56(3), 320–329.
- 805 Bös, Birte/Kleinke, Sonja (2017): Publicness and privateness.  
806 In: Hoffmann, Christian/Bublitz, Wolfram (Hg.): *Pragmatics*  
807 *of Social Media*. Berlin: de Gruyter Mouton.
- 808 boyd, danah (2011): Social network sites as networked pub-  
809 lics. Affordances, dynamics, and implications. In: Papacha-  
810 rissi, Zizi (Hg.): *A Networked Self. Identity, Community,*  
811 *and Culture on Social Network Sites*. New York and Lon-  
812 don: Routledge, 39–58.

Katharina König & Florence Oloff: Mobile Medienpraktiken

- 813 Brown, Barry/McGregor, Moira/Laurier, Eric (2013): iPhone  
814 in vivo: Video Analysis of Mobile Device Use. In: *CHI*  
815 *2013: Changing Perspectives*, Paris. URL:  
816 <https://doi.org/10.1145/2470654.2466132>.
- 817 Bull, Michael (2000): *Sounding Out the City*. Oxford, New  
818 York: Berg.
- 819 Chovanec, Jan (2015): Participant roles and embedded inter-  
820 actions in online sports broadcasts. In: Dynel, Marta/Cho-  
821 vanec, Jan (Hg.): *Participation in Public and Social Media*  
822 *Interactions*. Amsterdam: Benjamins, 67–95.
- 823 Cooper, Geoff (2002): The Mutable Mobile: Social Theory in  
824 the Wireless World. In: Brown, Barry/Green, Nicola/Har-  
825 per, Richard (Hg.): *Wireless world: Social and interactional*  
826 *aspects of the mobile age*. London: Springer, 19–31.
- 827 Costa, Elisabetta (2018): Affordances-in-practice: An ethno-  
828 graphic critique of social media logic and context collapse.  
829 In: *New Media & Society* 20 (10), 3641–3656.
- 830 De Fina, Anna/Gore, Brittany Toscano (2017): Online retell-  
831 ings and the viral transformation of a twitter breakup story.  
832 In: *Narrative Inquiry* 27 (2), 235–260.
- 833 Deppermann, Arnulf (2018a): Multimediale Narration im An-  
834 gesicht des Todes. In: Mauz, Andreas/Peng-Keller, Simon  
835 (Hg.): *Sterbenarrative. Hermeneutische Erkundungen des*  
836 *Erzählens am und vom Lebensende*. Berlin, Boston: de  
837 Gruyter, 115–138.
- 838 Deppermann, Arnulf (2018b): Wissen im Gespräch. In: Birk-  
839 ner, Karin/Janich, Nina (Hg.): *Handbuch Text und Ge-*  
840 *spräch*. Berlin, Boston: de Gruyter, 104–142.
- 841 DiDomenico, Stephen M./Boase, J. (2013): Bringing mobiles  
842 into the conversation: Applying a conversation analytic ap-  
843 proach to the study of mobiles in co-present interaction.  
844 In: Tannen, Deborah/Trester, A. (Hg.). *Discourse 2.0: Lan-*  
845 *guage and new media*. Washington, DC: Georgetown Uni-  
846 versity Press, 119–131.
- 847 Du Gay, Paul/Hall, Stuart/Janes, Linda/Mackay, Hugh/Negus,  
848 Keith (1997): *Doing cultural studies: the story of the Sony*  
849 *Walkman*. London: Sage.
- 850 Dürscheid, Christa (2007): Private, nicht öffentliche und öf-  
851 fentliche Kommunikation im Internet. In: *Neue Beiträge*  
852 *zur Germanistik* 6 (4), 22–41.

Katharina König & Florence Oloff: Mobile Medienpraktiken

- 853 Dürscheid, Christa/Frick, Karina (2016): *Schreiben digital.*  
854 *Wie das Internet unsere Alltagskommunikation verändert.*  
855 Stuttgart: Alfred Kröner.
- 856 Einspänner-Pflock, Jessica (2017): *Privatheit im Netz. Kon-*  
857 *struktions- und Gestaltungsstrategien von Online-Privat-*  
858 *heit bei Jugendlichen.* Wiesbaden: Springer.
- 859 Fischer, Claude S. (1992): *America Calling: A Social History*  
860 *of the Telephone to 1940.* Berkeley: University of California  
861 Press.
- 862 Fröhlich, Uta (2014): Reflections on the psychological terms  
863 self and identity in relation to the concept of face for the  
864 analysis of online forum communication. In: Bedijs, Kris-  
865 tina/Held, Gudrun/Maaß, Christiane (Hg.): *Face Work and*  
866 *Social Media.* Zürich, Berlin: LIT, 103–129.
- 867 Gal, Susan (2005): Language ideologies compared: Metaphors  
868 of public and private. In: *Journal of Linguistic Anthropol-*  
869 *ogy* 15 (1), 23–37.
- 870 Georgakopoulou, Alexandra (2015): Sharing as rescripting:  
871 Place manipulations on YouTube between narrative and  
872 social media affordances. In: *Discourse, Context & Media*  
873 9, 64–72.
- 874 Georgakopoulou, Alexandra (2017): Friends and followers ‘in  
875 the know’. A narrative interactional approach to social me-  
876 dia participation. In: Mildorf, Jarmila/Thomas, Bronwen  
877 (Hg.): *Dialogue across Media.* Amsterdam: Benjamins, 155–  
878 178.
- 879 Georgalou, Mariza (2016): ‘I make the rules on my Wall’: Pri-  
880 vacy and identity management practices on Facebook. In:  
881 *Discourse & Communication* 10 (1), 40–64.
- 882 Gergen, Kenneth J. (2002): Cell Phone Technology and the  
883 Challenge of Absent Presence. In: Katz, James E./Aakhus,  
884 Mark A. (Hg.). *Perpetual contact: mobile communication,*  
885 *private talk, public performance.* Cambridge: Cambridge  
886 University Press, 227–241.
- 887 Geser, Hans (2005): Is the Cell Phone undermining the Social  
888 Order? Understanding Mobile technology in a Sociological  
889 Perspective. In: Glotz, Peter/Bertsch, Stefan/Locke, Chris  
890 (Hg.). *Thumb culture. The meaning of mobile phones for*  
891 *society.* Bielefeld: Transcript, 23–35.
- 892 Goffman, Erving (1963): *Behavior in Public Places. Notes on*  
893 *the Social Organization of Gatherings* New York: The Free  
894 Press.

- 895 Goffman, Erving (2010): *Wir alle spielen Theater. Die Selbst-*  
896 *darstellung im Alltag*. München: Piper.
- 897 Green, Nicola (2002): Who's Watching Whom? Monitoring  
898 and Accountability in Mobile Relations. In: Brown,  
899 Barry/Green, Nicola/Harper, Richard (Hg.). *Wireless world:*  
900 *Social and interactional aspects of the mobile age*. London:  
901 Springer, 32–45.
- 902 Green, Nicola/Haddon, Leslie (2009): *Mobile Communica-*  
903 *tions. An introduction to new media*. Oxford/New York:  
904 Berg.
- 905 Habscheid, Stephan (2000): „Medium“ in der Pragmatik. In:  
906 *Deutsche Sprache* 28, 126–143.
- 907 Herring, Susan (2013): Discourse in web 2.0: Familiar, recon-  
908 figured, and emergent. In: Tannen, Deborah/Trester, Anna  
909 Marie (Hg.): *Discourse 2.0. Language and New Media*.  
910 Washington D.C.: Georgetown University Press, 1–25.
- 911 Hjorth, Larissa/Horst, Heather A./Galloway, Anne/Bell, Gen-  
912 evieve (Hg.) (2017): *The Routledge Companion to Digital*  
913 *Ethnography*. Routledge Companions. New York, NY:  
914 Routledge.
- 915 Höflich, Joachim R. (2005): Medien und interpersonale Kom-  
916 munikation. In: Jäckel, Michael (Hg.). *Mediensoziologie.*  
917 *Grundfragen und Forschungsfelder*. Wiesbaden: VS, 69–  
918 90.
- 919 Höflich, Joachim R. (2006): Observations of Mobile Phone  
920 Usage in Public Places. In: Höflich, Joachim R./Hartmann,  
921 Maren (Hg.). *Mobile communication in everyday life: eth-*  
922 *nographic views, observations, and reflections*. Berlin:  
923 Frank & Timme, 19–51.
- 924 Höflich, Joachim R. (2009): Mobile Phone Calls and Emo-  
925 tional Stress. In: Vincent, Diane/Fortunati, Leopoldina  
926 (Hg.). *Electronic emotion: the mediation of emotion via in-*  
927 *formation and communication technologies*. Frankfurt  
928 a.M.: Lang, 63–83.
- 929 Höflich, Joachim R. (2014): The Mobile Phone: Bringing the  
930 Private into the Public. Empirical Notes on the Situational  
931 Arrangement of Communicative Behaviour. In: Wyss, Eva  
932 Lia (Hg.): *Communication of Love. Mediatized Intimacy*  
933 *From Love Letters to SMS. Interdisciplinary and Historical*  
934 *Studies*. Bielefeld: Transcript, 151–164.



Katharina König & Florence Oloff: Mobile Medienpraktiken

- 935 Höflich, Joachim R./Kircher, Georg F. (2010): Moving and lin-  
936 gering: the mobile phone in public space. In: Höflich, Joa-  
937achim R./Kircher, Georg F./Linke, Christine/Schlote, Isabel  
938 (Hg.): *Mobile media and the change of everyday life*. Frank-  
939furt a.M.: Lang, 61–95.
- 940 Humphreys, Lee (2012): Connecting, Coordinating, Catalogu-  
941 ing: Communicative Practices on Mobile Social Networks.  
942 In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 56 (4),  
943 494–510.
- 944 Humphreys, Lee (2016): Involvement shield or social catalyst:  
945 Thoughts on sociospatial practice of Pokémon GO. In: *Mo-  
946 bile Media & Communication* 5 (1), 15–19.
- 947 Hutchby, Ian (2001): Technologies, Texts and Affordances.  
948 In: *Sociology* 35 (2), 441–465.
- 949 Jäntti, Saara/Saresma, Tuija/Leppänen, Sirpa/Järvinen,  
950 Suvi/Varis, Piia (2017): Homing blogs as ambivalent spaces  
951 for feminine agency. In: *Feminist Media Studies* 18 (5),  
952 888–904.
- 953 Jenkins, Henry/Ford, Sam/Green, Joshua (2013): *Spreadable  
954 Media. Creating Value and Meaning in a Networked Cul-  
955 ture*. New York: NYU Press.
- 956 Kaerlein, Timo (2018): *Smartphones als digitale Nahkörper-  
957 technologien. Zur Kybernetisierung des Alltags*. Bielefeld:  
958 Transcript.
- 959 Kasakowskij, Regina/Fietkiewitz, Kaja L./Friedrich, Nata-  
960 lie/Stock, Wolfgang G. (2018): Anonymous and Non-an-  
961 onymous User Behavior on Social Media: A Case Study of  
962 Jodel and Instagram. In: *Journal of Information Science  
963 Theory and Practice* 6 (3), 25–36.
- 964 Katz, James Everett (2006): *Magic in the air: mobile commu-  
965 nication and the transformation of social life*. New Bruns-  
966 wick, NJ: Transaction Publishers.
- 967 Katz, James E. (Hg.) (2008): *Handbook of mobile communica-  
968 tion studies*. Massachusetts: Massachusetts Institute of  
969 Technology.
- 970 Katz, James Everett/Aakhus, Mark A. (Hg.) (2002): *Perpetual  
971 Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Per-  
972 formance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- 973 Keppler, Angela (2014): Reichweiten alltäglicher Gespräche.  
974 Über den kommunikativen Gebrauch alter und neuer Me-  
975 dien. In: Bellebaum, Alfred/Hettlage, Robert (Hg.): *Unser*

Katharina König & Florence Oloff: Mobile Medienpraktiken

- 976 *Alltag ist voll von Gesellschaft. Sozialwissenschaftliche*  
977 *Beiträge*. Wiesbaden: VS, 85–104.
- 978 Keppler, Angela (2019): “Zeig mal”: Smartphones im Ge-  
979 spräch. In: Marx, Konstanze/Schmidt, Axel (Hg.). *Interak-*  
980 *tion und Medien. Interaktionsanalytische Zugänge zu me-*  
981 *dienvermittelter Kommunikation*. Heidelberg: Winter, 177–  
982 190.
- 983 Kopomaa, Timo (2000): *The city in your pocket: birth of the*  
984 *mobile information society*. Helsinki: Gaudeamus.
- 985 Landert, Daniela/Jucker, Andreas H. (2011): Private and public  
986 in mass media communication: From letters to the editor  
987 to online commentaries. In: *Journal of Pragmatics* 43 (5),  
988 1422–1434.
- 989 Lasén, Amparo (2005): *Understanding mobile phone users*  
990 *and usage*. Newbury: Vodafone Group R&D.
- 991 Lasén, Amparo (2006): How to be in two places at the same  
992 time? Mobile phone use in public places. In: Höflich, Joa-  
993 chim R./Hartmann, Maren (Hg.). *Mobile communication in*  
994 *everyday life : ethnographic views, observations, and re-*  
995 *lections*. Berlin: Frank & Timme, 227–251.
- 996 Lasén, Amparo (2017): Disruptive ambient music: Mobile  
997 phone music listening as portable urbanism. In: *European*  
998 *Journal of Cultural Studies* 21 (1), 96–110.
- 999 Laurier, Eric (2001): Why People Say Where They are during  
1000 Mobile Phone Calls. In: *Environment and Planning D: So-*  
1001 *cety and Space* 19 (4), 485–504.
- 1002 Licoppe, Christian (2004): Connected presence: the emer-  
1003 gence of a new repertoire for managing social relationships  
1004 in a changing communication technoscape. In: *Social En-*  
1005 *vironment and Planning D: Society and Space* 22 (1), 135–  
1006 156.
- 1007 Licoppe, Christian (2016): Mobilities and Urban Encounters in  
1008 Public Places in the Age of Locative Media. Seams, Folds,  
1009 and Encounters with ‘Pseudonymous Strangers’. In: *Mobil-*  
1010 *ities* 11 (1), 99–116.
- 1011 Licoppe, Christian (2017): Showing objects in Skype video-  
1012 mediated conversations: From showing gestures to show-  
1013 ing sequences. In: *Journal of Pragmatics* 110, 63–82.
- 1014 Licoppe, Christian/Morel, Etienne (2017): Locative Mobile  
1015 Media and the Development of Unplanned, Fleeting En-  
1016 counters with Pseudonymous Strangers and Virtual Ac-

Katharina König & Florence Oloff: Mobile Medienpraktiken

- 1017 quaintances in Urban Public Spaces In: Hjorth, La-  
1018 rissa/Horst, Heather A./Galloway, Anne/Bell, Genevieve  
1019 (Hg.): *The Routledge Companion to Digital Ethnography*.  
1020 New York, NY: Routledge, 200–210.
- 1021 Licoppe, Christian/Rivière, Carole Anne/Morel, Julien (2015):  
1022 Grindr casual hook-ups as interactional achievements. In:  
1023 *New Media & Society* 18 (11), 2540–2558.
- 1024 Ling, Rich, & Campbell, Scott W. (Hg.) (2009): *The Recon-*  
1025 *struction of Space and Time. Mobile Communication Prac-*  
1026 *tices*, New Brunswick, London: Transaction Publishers.
- 1027 Ling, Rich (2002). The social juxtaposition of mobile tele-  
1028 phone conversations and public spaces. In: *Conference on*  
1029 *the Social Consequence of Mobile Telephones* (July 2002).  
1030 Chunchon, Korea. URL: [https://pdfs.semanti-](https://pdfs.semanticscholar.org/8bf6/4e95b629c2c932edc76d4000ddf142ec6428.pdf)  
1031 [cscholar.org/8bf6/4e95b629c2c932edc76d4000ddf142ec64](https://pdfs.semanticscholar.org/8bf6/4e95b629c2c932edc76d4000ddf142ec6428.pdf)  
1032 [28.pdf](https://pdfs.semanticscholar.org/8bf6/4e95b629c2c932edc76d4000ddf142ec6428.pdf).
- 1033 Linke, Angelika (2001): Trauer, Öffentlichkeit und Intimität.  
1034 Zum Wandel der Textsorte ‚Todesanzeige‘ in der zweiten  
1035 Hälfte des 20. Jahrhunderts. In: Fix, Ulla/Habscheid, Ste-  
1036 phan/Klein, Josef (Hg.): *Zur Kulturspezifik von Textsorten*.  
1037 Tübingen: Stauffenburg, 195–223.
- 1038 Lofland, Lyn H. (1998): *The Public Realm. Exploring the*  
1039 *City’s Quintessential Social Territory*. New York: Aldine de  
1040 Gruyter.
- 1041 Mantere, Eerik/Raudaskoski, Sanna (2017): The sticky media  
1042 device. In: Lahikainen, Anja Riita/Mälkiä, Tiina/Repo,  
1043 Katja (Hg.): *Media, Family Interaction and the Digitaliza-*  
1044 *tion of Childhood*. Cheltenham: Edward Elgar, 135–154.
- 1045 Marvin, Carolyn (1988): *When Old Technologies Were New:*  
1046 *Thinking About Electric Communication in the Late Nine-*  
1047 *teenth Century*. New York: Oxford University Press.
- 1048 Marwick, Alice/Ellison, Nicole B. (2012): “There Isn’t Wifi in  
1049 Heaven!” Negotiating Visibility on Facebook Memorial  
1050 Pages. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 56  
1051 (3), 378–400.
- 1052 Marwick, Alice E./boyd, danah (2014): Networked privacy:  
1053 How teenagers negotiate context in social media. In: *New*  
1054 *Media & Society* 16 (7), 1051–1067.
- 1055 Marx, Konstanze (2017): *Diskursphänomen Cybermobbing.*  
1056 *Ein internetlinguistischer Zugang zu (digitaler) Gewalt*.  
1057 Berlin: de Gruyter.

Katharina König & Florence Oloff: Mobile Medienpraktiken

- 1058 Meese, James/Gibbs, Martin/Carter, Marcus/Arnold, Mi-  
1059 chael/Nansen, Bjorn/Kohn, Tamara (2015): Selfies at Fu-  
1060 nerals: Mourning and Presencing on Social Media Plat-  
1061 forms. In: *International Journal of Communication* 9,  
1062 1818–1831.
- 1063 Meyrowitz, Joshua (1985): *No sense of place*. Oxford: Oxford  
1064 University Press.
- 1065 Morel, Julien/Licoppe, Christian (2009): La vidéocommunic-  
1066 ation sur téléphonie mobile: quelle mobilité pour quels ca-  
1067 drages? In: *Réseaux* 4 (156), 165–201.
- 1068 Oloff, Florence (2019): Das Smartphone als soziales Objekt:  
1069 Eine multimodale Analyse von initialen Zeigesequenzen in  
1070 Alltagsgesprächen. In: Marx, Konstanze/Schmidt, Axel  
1071 (Hg.). *Interaktion und Medien. Interaktionsanalytische Zu-  
1072 gänge zu medienvermittelter Kommunikation*. Heidelberg:  
1073 Winter Verlag, 191-218.
- 1074 Özkul, Didem (2015): Location as a sense of place. Everyday  
1075 life, mobile, and spatial practices in urban spaces. In: de  
1076 Souza e Silva, Adriana/Sheller, Mimi (Hg.): *Mobility and  
1077 locative media. Mobile communication in hybrid spaces*.  
1078 New York: Routledge.
- 1079 Özkul, Didem (2017): Placing Mobile Ethnography. Mobile  
1080 Communication as a Practice of Place Making. In: Hjorth,  
1081 Larissa/Horst, Heather A./Galloway, Anne/Bell, Genevieve  
1082 (Hg.): *The Routledge Companion to Digital Ethnography*.  
1083 New York, NY: Routledge, 221–231.
- 1084 Paasonen, Susanna/Light, Ben/Jarrett, Kylie (2019): The Dick  
1085 Pic: Harassment, Curation, and Desire. In: *Social Media +  
1086 Society*, 1–10.
- 1087 Page, Ruth E. (2018): *Narratives Online. Shared Stories in So-  
1088 cial Media*. Cambridge: Cambridge University Press.
- 1089 Parcha, Joshua M. (2014): *The visible #family: Using the  
1090 hashtag to study family construction*. Eastern Michigan  
1091 University: Master Theses. URL: [https://commons.em-  
1092 ich.edu/theses/862/](https://commons.emich.edu/theses/862/).
- 1093 Pool, Ithiel de Sola (1977): *The social impact of the telephone*.  
1094 Cambridge, London: MIT Press.
- 1095 Porcheron, Martin/Fischer, Joel E./Sharples, Sarah (2016): Us-  
1096 ing Mobile Phones in Pub Talk. In: *CSWC'16 – Proceedings  
1097 of the 19th ACM Conference on Computer-Supported Coop-  
1098 erative Work & Social Computing*, San Francisco, CA,  
1099 ACM. DOI: <http://dx.doi.org/10.1145/2818048.2820014>.

Katharina König & Florence Oloff: Mobile Medienpraktiken

- 1100 Pöschl, Sandra/Döring, Nicola (2012): Access anytime, any-  
1101 where, with anyone? Determinanten mobiler Erreichbar-  
1102 keit in der Handykommunikation – ein Review. In: Marx,  
1103 Konstanze/Schwarz-Friesel, Monika (Hg.): *Sprache und*  
1104 *Kommunikation im technischen Zeitalter: Wie viel Internet*  
1105 *(v)erträgt unsere Gesellschaft?* Berlin: de Gruyter: 279–311.
- 1106 Raclaw, Joshua/Robles, Jessica S./DiDomenico, Stephen M.  
1107 (2016): Providing Epistemic Support for Assessments  
1108 Through Mobile-Supported Sharing Activities. In: *Re-*  
1109 *search on Language and Social Interaction* 49 (4), 362–  
1110 379.
- 1111 Raymond, Geoffrey/Heritage, John (2006): The epistemics of  
1112 social relations. Owning grandchildren. In: *Language in*  
1113 *Society* 5/35: 677–705.
- 1114 Relieu, Marc (2008): Mobile phone “work”: Disengaging and  
1115 engaging mobile phone activities with concurrent activi-  
1116 ties. In: Ling, Rich/Campbel, Scott (Hg.): *The Reconstruc-*  
1117 *tion of Space and Time: Mobile Communication Practices:*  
1118 Transaction Publishers.
- 1119 Schlote, Isabel/Linke, Christine (2010): Interactions and indi-  
1120 vidual patterns of mobile communication in public places.  
1121 In: Höflich, Joachim R./Kircher, Georg F./Linke, Chris-  
1122 tine/Schlote, Isabel (Hg.): *Mobile media and the change of*  
1123 *everyday life*. Frankfurt a.M.: Lang, 97–128.
- 1124 Schwitalla, Johannes (1996): Telefonprobleme: (Leidvolle) Er-  
1125 fahrungen mit einem neuen Medium. In: *Zeitschrift für*  
1126 *Germanistische Linguistik* 24 (2), 153–174.
- 1127 Sennett, Richard (1993): *Verfall und Ende des öffentlichen Le-*  
1128 *bens. Die Tyrannei der Intimität*. Frankfurt a.M: Fischer.
- 1129 Stivers, Tanya/Mondada, Lorenza/Steensig, Jakob (Hg.)  
1130 (2011): *The Morality of Knowledge in Conversation*. Cam-  
1131 bridge: Cambridge University Press.
- 1132 Tannen, Deborah/Trester, Anna Marie (Hg.) (2013): *Discourse*  
1133 *2.0: language and new media*. Georgetown University  
1134 Round Table on Languages and Linguistics. Washington,  
1135 DC: Georgetown University Press.
- 1136 Tienken, Susanne (2016): Sternen Kinder – Sternenmamas.  
1137 Soziale Kategorisierungen und relationale Identitätszuwei-  
1138 sungen in Online-Trauerforen. In: Grotek, Edyta/Nor-  
1139 kowska, Katarzyna (Hg.): *Sprache und Identität – philolo-*  
1140 *gische Einblicke*. Berlin: Frank & Timme, 267–277.

Katharina König & Florence Oloff: Mobile Medienpraktiken

- 1141 Tomita, Hidenori (2005): *Keitai* and the Intimate Stranger. In:  
1142 Ito, Mizuko/Okabe, Daisuke/Matsuda, Misa (Hg.). *Personal,*  
1143 *Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life.*  
1144 Cambridge, London: MIT Press.
- 1145 Vivienne, Sonja/Burgess, Jean (2012): The digital storyteller's  
1146 stage: Queer everyday activists negotiating privacy and  
1147 publicness. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*  
1148 56 (3), 362–377.
- 1149 Weilenmann, Alexandra (2003): "I can't talk now, I'm in a fit-  
1150 ting room": Availability and Location in Mobile Phone  
1151 Conversations. In: *Environment and Planning A, special*  
1152 *issue on Mobile Technologies and Space (Hg. von Eric*  
1153 *Laurier)* 35(9), 1589–1605.
- 1154 Weilenmann, Alexandra/Larsson, Catrine (2002): Local use  
1155 and sharing of mobile phones. In: Brown, Barry/Green, Ni-  
1156 cola (Hg.): *Wireless world: Social and interactional aspects*  
1157 *of the mobile age.* London: Springer, 92–107.
- 1158 Zelger, Sabine (1997): „*Das Pferd frisst keinen Gurkensalat*“:  
1159 *Eine Kulturgeschichte des Telefonierens.* Wien etc.: Böhlau.