

Michael Bull

A városi lét mobil hangjai: a mindennapi mobilitás auditív megismerése

A világ a fülünk előtt változik. A világban, ahol élünk, a „másik” egyre gyakrabban van éppen azzal elfoglalva, hogy távollevő másokkal kommunikáljon – más emberekkel mobiltelefonon, vagy a „kultúriparral” mp3-lejátszó vagy más hordozható zenegép segítségével. Ezek a mobil hangbuborékok vagy „hangos burkok” teljesen mobilak, bárhol megjelenhetnek. Ilyen buborék például a mozgó autó, amely gyakran ezen különböző mobil kommunikációs eszközök keresztezését jelenti – mintha mobilitások jönnének létre a mobilitásokon belül. Ebben az esszében azzal foglalkozom, hogy milyen társadalmi és elméleti jelentősége van ezen technológiák „hangdimenziójának”. A mai fogyasztói kultúra ugyanis hangfogyasztói kultúra, amelyben a mindennapi életet egyre inkább mechanikusan reprodukált hangok tömegei mediatizálják (DeNORA 2000). A rádió ébreszt minket, zenére sétálunk (Bull 2000), hangokra vezetünk (Bull 2001), és gyakran lazításkor vagy elalváskor is reprodukált hangok kísérnek. A zene a munkába is követ minket, ott van, amikor vásárolunk, amikor beülünk a kocsmába, amikor lemegyünk a klubba vagy elmegyünk a vidámparkba. Annak ellenére azonban, hogy ennyire mindennaposá vált a fogyasztói kultúrában, a hang megőrizte nagyrészt „utópisztikus” helyét a fogyasztók vágyaiban. Ennek az az oka, hogy a „hang” általában azt adja, amire a fogyasztó vágyik. A mediatizált hang-reprodukció lehetővé teszi, hogy a fogyasztók intim, kezelhető, esztétizált helyeket hozzanak létre, olyanokat, amelyekben egyre inkább tudnak és szeretnének élni.

Persze a mobiltelefonon hallgatott hang nagyban különbözik attól, amikor az ember a kedvenc zenéjét hallgatja az Apple iPodján – ahogy a kutatás egyik résztvevője mondta, az iPod megbízhatóbb, mint a mobiltelefon! A mobiltelefon csak annyira jó, amennyire a párbeszéd, amit az ember rajta folytat. A mobiltelefon tehát sokkal esetlegesebb, mint egy mp3-lejátszó: ez utóbbi mindig, amikor csak akarjuk, lejátszza a kiválasztott hangot.

A mobiltelefonok és az mp3-lejátszók használata jónéhány különböző városi térben azt mutatja, hogy egyre többen igényeljük a zaj, a közelség és az egyedüllét megrészegítő elegyét, miközben úton vagyunk – és egyre többünk rendelkezik a technológiával, amely kielégíti ezt az igényt. Ezeknek a többnyire hanggal kapcsolatos technológiáknak a használata sokat elárul az ember társas fejlődéséről. Érdekes, hogy sok mobiltelefon-használót idegesít, ha mások zárt térben telefonálnak – ám ők mégis minden további nélkül használják saját telefonjukat ugyanazonok a helyeken. Vajon azért mérgesek a többiekre, mert azok megsértik a közösségi terek ideálját és az ember csendhez való jogát? Vagy egyszerűen féltékenyek, hogy őket kevesebben keresik?

Vajon olyanná válik-e az utca, amilyennek akarom, mikor az iPodomat hallgatva végigmegyek rajta? Vajon zenét hallgatva az autó belső tere biztonságosabbnak tűnik? Vajon a távollevő „másik” hangjának hatására az utca tere átítatódik közelséggel és a kapcsolat érzésével? S ha igen, akkor a „másik” mivé válik?

Ebben az esszében azzal foglalkozom, hogy milyen jelentések kapcsolódnak társas hangjainkhoz, amikor mozgás közben hozzuk létre, illetve halljuk őket.

A hangokkal kapcsolatos mobilkommunikációs technológia használatának elemzése lehetővé teszi, hogy rámutassak a nyugati városi élet egy folytonosságára és egy, az utóbbi harminc évben bekövetkezett változására is. A folyamatosság abban jelenik meg, hogy az emberek most is „nyilvános magánéletre” vágnak és leértékelik a „nyilvános” szférát, míg a változás abban jelentkezik, hogy a városlakók egyre inkább át tudják és át akarják alakítani a város „nyilvános” tereit, hogy azok megfeleljenek a „házas” és az „intim” térről alkotott elképzeléseiknek – szó szerint vagy legalábbis elviekben. Ahogy intim tereinket egyre inkább átítatja a média, úgy kívánjuk egyre jobban, hogy a nyilvános terek, amelyeken keresztül megyünk, utánozzák vágyainkat – s így, ironikusan, egyre inkább eltávolítjuk az ezeknek a helyeknek tulajdonított jelentést: a nyilvános helyek „nyilvános” jellegét csökkentjük. Ennek a viselkedésnek az egyik fontos oka az, hogy a városban meglehetősen magányosan mozgunk. Ezt a magányt választjuk is, de ránk is kényszerítik. Például nagyon sokfelé Európában és Amerikában az emberek egyedül szeretnek utazni az autóban (BRODSKY 2002, PUTNAM 2000), míg az mp3-lejátszók használata olyan magányt hoz létre, amelyben mindannyian „együtt vagyunk egyedül”, ahogy a dal mondja.

A mobilkommunikációs technológiák használata összefogja a városi mozgás sok össze nem illő szálát a felhasználók számára, s ezzel egyfelől kitölti a teret a beszélgetések vagy találkozások között, másrészt pedig strukturálja is az így elfoglalt teret. Hasznos, ha ezeknek az eszközöknek a használatára úgy tekintünk, mint a mindennapi életben bekövetkező nagyobb változások reprezentánsára. A rádióhangok (HENDY 2000), a rögzített zene és a televízió (LIVINGSTONE 2002) formájában megjelenő iparosított hang-világ intimitása egyre inkább a városi emberek magánosított életvilágának mindennapjait jelenti. Ez hatással van hétköznapi fogalmainkra is, például arra, hogy mit jelent néhány tér, mondjuk az autó, az utca, a bevásárlóutca (DENORA 2000, MCCARTHY 2001), vagy éppen a nappali (LIVINGSTONE 2002, SILVERSTONE 1994) „belakása”.

MEDIATIZÁLT INTIMITÁS/HELYÜKBŐL ELMOZDÍTOTT HELYEK

Míg sokan foglalkoznak azzal, hogy a kommunikációs technológiák, a távirótól kezdve az internetig, hogyan nyomják össze a teret és az időt, valamint hogy a televízióban milyen magánosító lehetőségek rejlenek (HARVEY 1996, WINSTON 1998), a legtöbb, ezen technológiák használatát vizsgáló kutatás kizárólag a rögzített helyeken történő, otthoni fogyasztást tanulmányozta – mintha a médiahatások megállnának a bejárati ajtónál. Másfelől pedig a városkutatók gyakran figyelmen kívül hagyják vagy nem megfelelő súllyal kezelik a médiát az utca földrajzának elemzésekor.

Van azonban néhány teoretikus, aki felismerte, hogy a „nézés” és a „hallás” lényege elválaszthatatlanul kötődik a médiához. Mind Walter Benjamin (1973), mind Theodore Adorno (1973) megértette ezt a maga módján, az első a látványra, a második a hallhatóra koncentrálna. Például Adorno felismerte, hogy a hanghoz kötődő technológiák

megváltoztatják a közelségről alkotott elképzelésünket. Adorno a „mi-ség” fogalmát használta, amikor az 1930-as és '40-es évek hangfelvételeiről beszélt:

A zenei jelenség természeténél fogva körülveszi, beborítja az embereket, s a hallgatókat résztvevőkké változtatja. Ezáltal a zene ideologikusan hozzájárul ahhoz az integrációhoz, aminek elérésébe a modern társadalom soha nem fárad bele. A zene nem hagy teret arra, hogy a szubjektum elgondolkodjon a zenén, s ezáltal az azonnalóság illúzióját kelti egy teljesen mediatisztált világban. Felébreszti az idegenek közti közelség illúzióját, melegséget kelt azokban, akik a „mindenki mindenki ellen” totális küzdelmének hidegét kezdték érezni (HORKHEIMER és ADORNO, 1973, 46).

Úgy tűnik, az „intimitásnak” ez az érzete egyre inkább, bár nem kizárólagosan, az otthoni médiafogyasztás formáihoz kapcsolódik:

A mi-ség érzésének táplálása, a néző bevonása a beszélgetésbe és az intim megszólítás máig a televíziózás és rádiózás alapja maradt... A televíziós és rádiós adásszövegek korai története lényegében arról szövegezt, hogy megpróbálták olyan világot létrehozni, amelyben a nézők résztvevőknek érezték magukat. Ma a legtöbb kereskedelmi média, legalábbis az Egyesült Államokban, mind szándékában, mind befogadásakor aktívan táplálja egyfajta intim kapcsolat érzetét a szereplő személyiségek és a nézők között. A médiakultúra kitalált világok buja dzsungelé, ahol „mindenki tudja a neved”, ahol hírességek és politikusok keresztnevükön szólítják a közönséget, és ahol a baráti, csevegő formulák a gyakoriak (PETERS 1999, 215/217).

Claude Lefort nemrégiben Adornóhoz hasonló módon utalt erre a médiajelenségre; szerinte az „a 'magunk között levés', az entre-nous állandó illúzióját” kínálja. Ebben az illúzióban a média „a közelség hallucinációját idézi elő, amely eltörli a távolság, az idegenség, az észrevehetetlenség... a másság érzetét” (Lefort, idézi MERCK 1998, 109).

Raymond Williams ezt a jelenséget „mobil privatizációnak” értelmezte. Nem az utca, hanem a nappali, és egyre inkább a hálószoba válik a vizuális és az auditív öröm palotájává. Sonia Livingstone nemrég felmérte a tizenévesek otthoni médiafogyasztási szokásait. Úgy találta, hogy a tinédzserek egyre inkább egyedül szeretik fogyasztani a médiát, legyen az televízió vagy zene. Az otthon mindjobban az individualizált médiafogyasztás színhelye lesz, ahol a gyerekek otthoni médiafogyasztásuk legnagyobb részét egyedül, saját szobájukban végzik (LIVINGSTONE 2002).

A magányos médiafogyasztás egyszerre kellemes (főként, ha a szülőkkel közös fogyasztáshoz hasonlítjuk) és irányítható. Ráadásul úgy tűnik, az otthoni fogyasztás a teljhatalomság érzését kelti, hiszen senki nincs jelen, hogy ellentmondjon a fogyasztónak. Emellett az otthoni médiahasználat megtanítja a fogyasztót, hogy hogyan töltsse ki a tevékenységek közti teret és időt. Egyre jobban hozzászokunk a média jelenlétéhez magánéletünk színterein.

Ennélfogva tehát az, hogy társaságra vagy „otthonosságra” vágyunk, miközben megyünk valahová, a mindennapi, megszokott médiahasználat kontextusába épül be. A mobil hang-médiaeszközök sora mindinkább lehetővé teszi, hogy a felhasználó fenntartsa az intimitás érzetét, miközben a városban jár-ke. De vajon hogyan

szimulálják ezek a mobil technológiák a lakóhely intim tereit, amire a mobil hangtechnológiák oly sok városi felhasználója vágyik?

INTIM AUTOMOBILITÁS

Amikor Baudrillard megalkotta a kifejezést: „mindenkinek a maga buborékját”, vizuálisan gondolkodott. A mobilitást illetően azt mondhatjuk, hogy autóból nézve a városok úgy úsznak el a szemünk előtt, mintha filmet néznénk (BAUDRILLARD 1989). A napi televíziózás eltolódik az autók utasainak mindennapos mobil szemlélődése felé: az emberek a szélvédő átlátszó korlátja mögül, a „képernyőn” túli kemény világtól hermetikusan elzárva nézik a világot. Az autó belsejét mozgó nappalihoz hasonlítják, ahonnan nyugodtan szemlélhetik a külvilágot, „a kocsibelsejéből látható fantazmagóriát”. Különböző elméletek szerint az automobilitás vizuális volta megnöveli az autó belseje (azaz a magán- vagy otthoni tér) és a külső világ, azaz a beutazott nyilvános terek közti konceptuális (fogalmi) távolságot (MORSE 1998). A hang azonban sokkal intimebb szerepet játszik az autós élményben, mint a látvány (BULL 2001):

Amikor beszállok a kocsiba és bekapcsolom a rádiót, otthon vagyok. Nem kell utaznom, hogy hazaérjek, már otthon vagyok. Becsukom az ajtót, bekapcsolom a rádiót, és otthon vagyok. (Jay)

Amikor az autóban ülök, az olyan... ez az én kis világom, az én kocsim. Elmenekülök a munkától, bármilyen zűrtől... A kocsim lehetőséget ad számomra, hogy mindenféléről jártassam az agyam. Gondolkodhatok a munkámról, a kapcsolataimról, a családról. Ez azért lehet, mert a saját kis buborékomban ülök, a saját kocsimban, és én irányítok mindent, ami esetleg megzavarhat. (Lucy)

A hangberendezések az autót „lakhatóbbá” teszik. Ahogy a vezetők az autórádiójukat és zenerendszereiket használják, úgy tűnik, hogy az élvezet mindjobban a hangokhoz kötődik. Az autóban megvan a lehetőség, hogy a világ legtökéletesebb akusztikájú zenetermivé alakítsuk. A nappaliban a hangrendszerek gyártói nem dönthetnek a szoba méretéről, a bútorokról és az ott levő emberek számáról. Ezzel ellentétben az autókban az akusztikus tervezők kellemes zenehallgatási környezetet teremthetnek (BOSE 1984). Az elöl és hátul, vagy magukban az ülésekben található hangszórók hangzásban megfelelő zenekabint hoznak létre:

Ott vagyok egy kicsi, zárt térben... Szeretem, ha hangos a zene, ha körülveszi az embert. Ez teljesen más, mintha a konyhában mászkálás közben hallgatsz valamit, ott a hang nem pont olyan, amilyennek szeretném. (Trudy)

Minél több a hang, annál magával ragadóbb az élmény. Ezeket az érzéseket az egyedüllét tovább erősíti: a vezető úgy érzi, hogy ő irányítja, ő tartja kézben a környezetet, a hangulatot, gondolatait és terét. Paradox módon míg sok vezető szeret egyedül utazni az autóban, egyre többen használják a kocsiban töltött időt arra, hogy közvetlenül másokkal kommunikáljanak:

Odatartom a telefont a fülemhez... Gyakran arra használom, hogy behozzam a lemaradást olyan ismerőseimmel, akikkel már régen nem beszéltem. Akkor csinálom ezt, amikor tudom, hogy jó darabig a kocsiban fogok ülni. Előfordult, hogy az utazás jó három óra hosszú volt, és ez alatt az idő alatt három emberrel beszéltem, az egyikkel negyven percig, a másikkal fél óráig, szóval mondhatjuk, hogy tulajdonképpen egész úton telefonáltam. (Lucy)

Ha azt mondjuk, hogy a mobiltelefon-használók átalakítják az utca nyilvános terét saját privát terükké, amikor távol levő emberekkel csevegnek, akkor ugyanez a jelenet megismétlődik, mikor az emberek a mobiltelefont a kocsijukban használják. Az autó mobil, privatizált és kifinomult kommunikációs eszközzé válik, amelynek segítségével a vezető eldöntheti, hogy dolgozzon, barátkozzon vagy szórakozással töltse az idejét.

AZ IPOD AURÁLIS SZOLIPSZIZMUSA

Az iPodok lehetővé teszik, hogy a felhasználók mindenhol magukkal vigyék zenei gyűjteményüket. Készíthetnek hangulatuknak megfelelő zenei összeállításokat, vagy hagyhatják, hogy az iPod véletlenszerű sorrendben játssza le a gyűjtemény számait. A felhasználók, ahogy napi tennivalóikat végezve a városban mászkálnak, létrehozhatnak egy tökéletesen összefüggő, mediatizált és privatizált élményfolyamot. Az iPodok így egyszerre lesznek a mindennapok földi kísérői és a városi élmény esztétizáló- és irányítóeszközei. Használatuk nagyban növeli a felhasználók lehetőségeit, hogy esztétikailag újraalkossák mindennapjaikat és létrehozzák saját privát és intim befogadási területeiket. Az iPodhasználók saját hang-világukban mozognak, s gyakran átéli a teljhatalmúság illúzióját a közelség és a „kapcsolatban levőség” élményén keresztül:

Olyan, mintha ketté tudnám választani a tengert, mint Mózes. Szó szerint ritmust ad nekem. Megfigyelőnek érzem magam a saját világomban. Segít, hogy szabályozzam a saját teremtet, hogy úgy érezzem magam, ahogy akarom, anélkül, hogy külső okok megváltoztatnák a hangulatot. (Emily)

Az iPod használói újraszervezik a felhasználók viszonyát a térhez és a helyhez. A hang gyarmatosítja a hallgatót, ugyanakkor a hallgató arra használja a hangot, hogy újraalkossa és újraalakítsa a tapasztalat tereit. A hang hatalmán keresztül a világ intim, ismert, és kezelhető lesz. A hang lehetővé teszi, hogy a felhasználók úgy irányítsák és alakítsák az általuk belakott tereket, hogy azok megfeleljenek vágyaiknak. Az iPodhasználók megalkotják saját privatizált és intim befogadási területet:

Amikor a városban megyek és közben valami jó dalt hallgatok, olyat, ami passzol a környezethez és az érzéseimhez, úgy érzem, hogy saját filmem sztárja vagyok, és éppen a főcímmzenére parádézom. (Sandy)

Úgy látom az embereket, ahogy a filmekben látom őket... Mintha filmzene kísérné találkozásaimat... zenei aláfestés a másokról szóló gondolataimnak. A zene egy kicsit dramatizálja a dolgokat, de betölt egy csendes űrt. (Ruth)

Miközben az iPodhasználók „gyarmatosítják” a teret, ugyanannyira fontos nekik az is, hogy szolipszisztikusan meghaladják a városi környezetet. Ebben az aurális szolipszizmusban az iPodhasználók gyakran irányítják a teret, amelyen keresztül mozognak:

Az iPoddal úgy érzem, irányítani tudom, amit csinálok. Ha beszélni akarok valakivel, levehetem a fülhallgatókat és beszélhetek, de ha nem akarok beszélni, akkor tovább is mehetek. Az illető azt fogja hinni, hogy a zene miatt nem láttam, s nem azért nem álltam meg, mert direkt nem akarom észrevenni. Ezenkívül nem is akarom hallani mások utcai beszélgetéseit. Az iPod segít, hogy kizárjam ezeket az életemből. (Mary)

Az „iPod-hangokon” túli világ a felhasználó vágyának függvénye lesz, és a zenehallgatás által marad fenn. A világ rendbe jön, de csak a magánosított, ám mediatizált észlelésen keresztül. A felhasználók térérzetében a privát hangulat és a környezet közötti határ gyakran elmosódik. A világ eggyé válik az iPodhasználó világélményével. Kialakul egy, a valódit potenciálisan tökéletesen leutánzó káprázat, amely tagadja a felhasználók választott zenei világán túli világhoz fűződő viszonyának feltételes módját.

A BESZÉDHANG INTIM HANGJAI

Már régen felismerték, hogy a telefon intim tulajdonságokkal rendelkezik (FISCHER 1992). A következő idézet, amelyben Arthur Miller azt meséli el, hogy milyen volt feleségével, Marilyn Monroe-val beszélni telefonon – természetesen még földi vonalon –, szemléletesen illusztrálja az intimitás hatalmát a mindennapi hangok spektrumán belül:

Egyik éjjel felébresztett a motel tulajdonosa, hogy telefonon keresnek... Alig hallottam (Marilyn Monroe) hangját... Próbáltam megnyugtani, de úgy tűnt, olyan mélységbe süllyed, ahová nem értem el, a hangja egyre gyengébb lett. Éreztem, hogy elveszítem... és hirtelen éreztem, hogy kifogytam a levegőből, hogy a fejem szédül, hogy a térdeim össze akarnak csuklani, és éreztem, hogy a fülke padlójára csúszom és a hallgató kiesik a kezemből. Valószínűleg csak néhány másodperc telt el, mire magamhoz tértem, s még mindig hallottam suttogó hangját a fejem fölött lengő hallgatóból... Hogy amikor ez a film végre elkészül, összeházasodunk és új, igazi életet kezdünk... Igen és igen és igen, és vége lett, és a sivatag gyógyító csendje visszatért és mindent befedett. Magam mögött hagytam az autótutát és a két kunyhó és az alacsony álló hold felé gyalogoltam. Addig még soha nem ájultam el. Úgy szerettem, mintha egész életemben őt szerettem volna; az ő fájdalma az én fájdalmam volt. Mintha a vérem beszélt volna. Az ablakon túl a hold alacsony hegyei, az üresség és az immanencia eme terepének átívelő csendje – a boldogságom élő paráznak tűnt ebben a halott, mozdulatlan térben (MILLER 1987, 380.).

A Nevada-sivatag, ahol Miller a hívást fogadta, és Monroe hívásának helyszíne, azaz Hollywood között elterülő tér a beszédhang hatására átalakul a hangbefogadás erotikus terévé, privatizált hang-világgá, amelyben csak Miller és Monroe lakik.

Bár ez a példa kétségkívül kivételes, megmutatja a beszédhang intim hatalmát, amely nap mint nap megjelenik a sokkal evilágibb, hétköznapiabb színhelyeken.

A mobiltelefon lehetővé teszi, hogy ezeket az intim hang-helyszíneket nyilvános helyen, mozgás közben létrehozzuk. Sok felhasználó számára a befogadási teret a másik hangja újrakategorizálja és gyarmatosítja. Amikor valaki nyilvánosan egy „távollevő másikkal” beszél, túl kell lépnie a nyugati kultúrákban kialakult gátlásokon. Ezek a kultúrák nagy hangsúlyt fektetnek a titokhoz való jogra, vagy arra, hogy az embernek legyen magánélete, ami mások szeme és füle előtt rejtve marad. Úgy tűnik azonban, hogy a mobiltelefon használata egyre kevésbé fogadja el a nyugati kultúrák ezen kívánalmait. Ha máshonnan közelítjük meg a témát, azt mondhatjuk, hogy a „kapcsolatok” iránti vágy sok felhasználó számára fontosabb, mint a „magánélet eltűnése” körüli problémák. Vagy azt is mondhatjuk, hogy a „nyilvánosság” fogalma mára annyira kiürült, hogy olyan, mintha senki nem lenne ott, hogy hallgatózzon.

Amikor telefonálok, akkor koncentrálok. Azzal az emberrel beszélek, arra figyelek, akivel éppen beszélek, és hogy mi történik körülöttem, az másodlagos... A saját kis világomban vagyok. Nem különösebben foglalkozom (másokkal) – arra alapozok, hogy ezek az emberek nem ismernek, én sem ismerem őket, csak a párbeszéd felét hallják, és ez különben sem valami érdekes számukra. (Lucy)

Ahogy a magánbeszélgetések megtöltik az utcát, az osztálytermet, és minden elképzelhető nyilvános teret, a mobiltelefonok privatizálják a nyilvános helyeket (PURO 2002). Amikor mobiljukat használják, a telefonálók „távol vannak” attól a helytől, ahol éppen vannak. Egy olyan világban, ahol a legtöbb ember „távollevő másikkal” beszélget, az utca még magányosabb helyé válhat (HARPER 2002).

A bevezetőben azt kérdeztem, hogy a mobiltelefonok, az mp3-lejátszók és az autókba épített hangrendszerek használói milyen értelemben alakítják át a város nyilvános tereit mobil- és magánosított kommunikációs szférává. Ezek a technológiák lehetővé teszik, hogy a nyilvános és a magánvilágokat újraszervezzük, s hogy az, amit hagyományosan „privát” élménynek tartunk, az individualizált zenehallgatás vagy beszéd hatására a nyilvános szférába kerüljön. Ezek a technológiák azt is lehetővé teszik, hogy a felhasználók, saját privát hangvilágukban maguk állítsanak fel fontossági sorrendet földrajzi, társas és interperszonális környezetükből érkező tapasztalataik között. A tapasztalati teret tehát ezen médiák segítségével az emberek különbözőképpen újraalkotják.

E technológiák használata azt mutatja, hogy a felhasználók újraértelmezik a teret: ez nyilvánul meg azokban a stratégiákban, amelyekkel a használók a városi környezetben „máshova” helyezik magukat. A felhasználók saját, a technológiák által mediatizált magánszférájuknak elsőbbséget biztosítva közömbösítik a nyilvános tereket. Ezeknek a technológiáknak a használata lehetővé teszi, hogy a felhasználók tapasztalati tereiket egyfajta „menedékké” változtassák (SENNETT 1994). Így a felhasználók a mobil-hangtechnológiák segítségével át tudnak lépni a földrajzi téren. Ezáltal mindennaposá válik, hogy a felhasználók társas magányban léteznek, amit gyártott, ipari „koncerttermekben” hoztak létre, mediatizált zenén vagy a „másik” hangján keresztül. Az arra irányuló kísérlet, hogy minden betolakodást kizárjunk, tulajdonképpen sikeres városi és személyes stratégiát jelent, a személyes tér újraosztását hanggal kapcsolatos kommunikáció formájában. Ezzel a felhasználó-

lók visszakövetelik a nyilvános tér egy részét: privatizálják azt. Úgy tűnik azonban, hogy ahogy elmerülünk saját kommunikációs hang-buborékjainkban, a mindennapi életünkben belakott terek egyre inkább elvesztik jelentőségüket és szép lassan a mindennapok nem tereivé válnak, amelyekeken azután, ugyanezen technológiák segítségével, megpróbálunk túllépni. Ez most vajon nem annak a negatív dialektikája, hogy „otthonról” „otthont” hozzunk létre?

BIBLIOGRÁFIA

- BAUDRILLARD, Jean 1989. *America*. London: Verso.
- BOSE, Amar MIT Archives, MC 261. „Hifi for GM Cars,” lecture 3/19/84 to EECS Seminar, 2 audiocassettes.
- BRODSKY, Warren 2002. The Effects of Music Tempo on Simulated driving Performance and Vehicular Control. In *Transportational Research Part F*, 219–241, Pergamon Press.
- BULL, Michael 2000. *Sounding Out the City. Personal Stereos and the Management of Everyday Life*. Oxford: Berg.
- BULL, Michael 2001. Soundscapes of the Car: A Critical Ethnography of Automobile Habitation. In Miller, D. (ed) *Car Cultures*. Oxford: Berg
- DENORA, Tia 2000. *Music and Everyday Life*. Cambridge: Cambridge University Press.
- HENDY, David 2000. *Radio and the Global Age*. Cambridge: Polity Press.
- HARPER, Richard 2002. The Mobile Interface. Old Technologies and New Arguments. In Brown, B. – Green, N. – Harper, R. (eds): *Wireless World. Social and Interactional Aspects of the Mobile Age*. London: Springer.
- HARVEY, David 1996. *Justice, Nature and the Geography of Difference*. Oxford: Blackwell.
- HORKHEIMER, Max – ADORNO, Theodor 1973. *The Dialectic of Enlightenment*. London: Penguin.
- KATZ, James E. – AAKHUS, Mark (eds) 2002. *Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- LIVINGSTONE, Sonia 2002. *Young People and the Media*. London: Sage.
- MCCARTHY, Anna 2001. *Ambient Television*. Durham: Duke University Press.
- MERCK, Mandy 1998. *After Diana*. London: Verso.
- MORSE, Margaret 1998. *Virtualities: Television, Media Art, and Cyberculture*. Bloomington: Indiana State University Press.
- PURO, Jukka-Pekka 2002. Finland: A mobile Culture. In Katz, J – M. Aakhus (eds): *Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- PUTNAM, Robert 2000. *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.
- SENNETT, Richard 1994. *Flesh and Stone. The Body and the City in Western Civilization*. New York: Norton.
- SILVERSTONE, Roger 1994. *Television and Everyday Life*. London: Routledge.
- WINSTON, Brian 1998. *Media Technology and Society, A History: From the Telegraph to the Internet*. London: Routledge.

(Az előadás elhangzott a T-Mobil Magyarország és az MTA Filozófiai Kutatóintézete együttműködésében, 2004. június 10–12-én megrendezett Globalitás és lokalitás a mobilkommunikációban című konferencián.)