

**node**  
tendenzen beobachten

**#09**



**01 Impressum 02 Medien: Netz-Synästhesien 04 Kultur: Das neue Grün 06 Internet: Crowdsourcing 09 Technik: Keep Your Head Ringing 11 Abseitwissen**

Redaktion:  
Ji-Hun Kim  
Jan-Peter Wulf

Grafik:  
Barbara Hanff

Kontakt:  
node@directbox.com

Editorial

Liebe node-Leserin, lieber node-Leser,

von nun an ist es unausweichlich. Die Stadtwerke reiben sich die Hände. Allein für die unzähligen Public-Viewing-Areas in Berlin wurden mehr als ein paar Starkstromkabel verlegt. Tageslicht muss halt mit Stromschleudern im LED-Format kompensiert werden. Dass das Ballfieber grassiert, ist auch in Castrop-Rauxel angekommen. Ob und wie die vermeintlichen Heerscharen von einfallenden Fanschaften sich wirklich auf das Stadt-, Land-, Flussbild auswirken, bleibt offen. Genauso die Frage, wie der enorme Umsatz von Hightech-Glotzen und die unglaublich vielen Optionen zum „Draußengucken“ zusammengehen.

Fußball muss man sehen. Aber kann man auch Musik und Klang sehen? Darum geht es in unserem Thema **Synästhesie**. Ein zunächst psychologisches Phänomen gewinnt durch die fortschreitende mediale Konvergenz und Multimediatisierung an Gewicht, was die Wahrnehmung von neuen Medien anbetrifft.

Was haben Claudia Roth und Patrick Bateman gemeinsam? Eigentlich nichts, bis auf die Tatsache, dass ein hybrider Klon der beiden den Neo-Green gut umschreiben könnte. Ökoschick boomt vor allem in den USA. Stilbewusstes, hedonistisches Auftreten darf heute auch nach Jute riechen und nachhaltig sein.

Wie das aussieht zeigt „**Das neue Grün**“.

Um die digitale Auslagerung geht es in **Crowdsourcing**. Nicht der Computer führt das aus, was der Mensch ihm sagt. Umgekehrt: eine riesige Anzahl Menschen tun das, was ihnen der „mechanische Türke“ anweist. „Zeichne mir ein Schaf“, sagt nicht der kleine Prinz, sondern der Rechner, und Tausende zeichnen.

Den MySpace-Account vom heimischen Rechner zu aktualisieren, könnte mit **neuen Handys** bald passé sein, ebenso der reine Konsum von Klingeltönen. Lieber selbst produzieren und bei Anruf vielleicht berühmt werden. Und wer den womöglich fiesesten Klingelton aller Zeiten hören kann, wird sich freuen: Denn sie oder er ist nicht alt. Das **Abseitwissen** assembliert das nodes Meinung nach Entbehrlichste rund um die soeben begonnenen 30 Tage Ausnahmezustand.

Für die wir hiermit gute Unterhaltung wünschen, ebenso für die Lektüre der vorliegenden neunten node-Ausgabe.

Mit obligatorisch sportlichen Grüßen,

die node-Redaktion

Berlin, Juni 2006

# Ich sehe was du hörst.

## Netz-Synästhesien.

Ein Synästhet ist jemand, der in der Lage ist, Klänge zu sehen oder aber auch Bilder zu hören oder Berührungen zu schmecken. Eine, je nach Auslegung, besondere Gabe oder ein Fall für die Psychiatrie.

**Beethoven, Schubert, Baudelaire, Rimbaud, Jimi Hendrix, Aphex Twin** und Syd Barret sollen synästhetische Fähigkeiten gehabt haben bzw. haben. Der kulturelle Background schreibt jedoch fein voneinander getrennte Disziplinen vor. Kunst, Design, Musik, Film usw.

Musik ist seit langer Zeit nicht mehr klanglich autonom. Die Vermischung von Klang und Bild trägt neue Formen. Das ist nicht erst seit dem Musikvideo bekannt. Vor allem wo das Musikfernsehen sein Vierteljahrhundert jubilieren darf und der Diskurs des Videoclips in die muffigsten Ecken der kulturwissenschaftlichen Almer Mater gelangt ist. Visualisierung von Klang scheint seit jeher die Kreativität der Kulturschaffenden zu beflügeln und seit einigen Jahren wird anhand einiger Projekte klar, dass in der synästhetischen Verkopplung von Klang und Bild letzteres weitaus mehr sein kann als nur schmuckes Beiwerk für PR-Zwecke. Klang wird durch seine Digitalisierung auch zugleich zur Information. Dass hier Information in medial konvergenten Umgebungen auch Input und Signal für visuelle

„Zwischen Ornament und Musik bestehen direkte Beziehungen, d.h. Ornamente sind Musik.“

Oskar Fischinger

Ausdrucksformen sein kann, scheint nur offensichtlich.

„Zwischen Ornament und Musik bestehen direkte Beziehungen, d.h. Ornamente sind Musik. Ein Tonstreifen weist am Rand einen feinen Streifen zackigen Ornamentes auf. Dieses Ornament ist gezeichnete Musik, ist Ton. Durch den Projektor geschickt, klingen diese gezeichneten Töne unerhört rein und ganz offensichtlich sind hier phantastische Möglichkeiten.“, sagt **Oskar Fischinger** im Jahr 1932, der neben **Walter Ruttmann** und **Viking Eggeling** die abstrakte Filmkunst ab den 1920er Jahren prägte. Auch wird

the shape of sound – bach, goldberg variationen



the shape of sound – madonna, like a prayer



ihre Kunstform unter dem Namen des „Absoluten Films“ subsumiert. Gerade Ruttmanns „Opus 1“ von 1921 wird gerne als Urvater des heutigen Musikvideoclips gesehen. Auf Zelluloid gebannte und geritzte oder geätzte Farben und Formen im Einklang mit experimentellen Klängen in stetiger Bewegung sind da zu sehen. Man meint so etwas in heutigen VJ-Clubperformances des Öfteren in leicht modifizierter Form beobachten zu können.

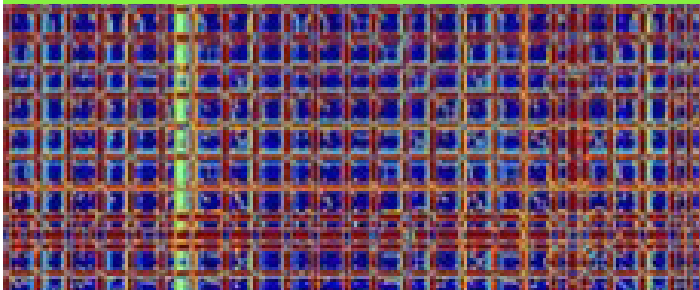
Die Frage, ob und wie die Sinne miteinander verknüpft und/oder unabhängig von einander fungieren ist eine recht philosophische, wenn nicht eine neuropsychologische. Neue Erkenntnisse liefern die folgenden Beispiele nicht zwingend. Dennoch ein Sample-Cutup über die Versuche,

„...über die Versuche das Ohr und das Auge näher zusammenzubringen.“

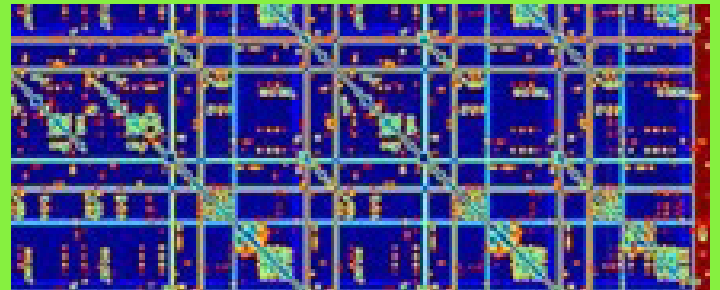
das Ohr und das Auge näher zusammenzubringen:

**The Shape of Sound** verbindet MIDI-Daten und stellt die Repetitionen der Musik grafisch dar. So lassen sich strukturelle Unterschiede analytisch lesen oder einfach nur visuelle Zugänge zur Form der Musik finden. **Visual Scratch** (<http://jklabs.net/projects/visualscratch/>) hingegen visualisiert DJ-Performances auf Max/MSP-Basis. Diesmal in bewegter Form und in der Anmutung der Radar-/ Sonar-Apparatur eines U-Boots ähnlich. Der am ehesten an der Clubkultur anlehrende Ansatz ist unter **looptracks.net** zu finden. Haptisch, sehr schön flashig und sequenzerhaft lassen sich gleichzeitig Videoflashelemente mit Samples und Loop elektronischer Spielart à la Autechre in Echtzeit auf mehreren Ebenen mischen.

Ein ganzes Stück analytischer geht es bei den Klangbildern von **Michael Casey** zu. Er ist Computer-Forscher am **Goldsmith College**, der Kunsthochschule der **University of London**. In seinen farbigen quadratischen Abbildungen von Musik lassen sich ebenfalls Unterschiede und Analogien unterschiedlicher Musiken verbildlichen. Hier wird diagonal von links oben nach rechts unten die Zeitachse dargestellt. Anhand dieser digitalen Analyseform sollen sich musikalische Schnittmengen zwischen Sinead O'Connor und Vivaldi ausmachen lassen.



“I Do Not Want What I Haven’t Got”  
von Sinead O’Connor



Konzert für Streicher und Cembalo, 3. Satz, Allegro  
von Antonio Vivaldi

# Das neue Grün

Kultur

## Ökos und Hedos verschmelzen.

„Das ist Elfenbein. Und die Schrift nennt man Silian Rail“, „Erhabene Schrift, blasses Nimbusweiß“: Wenn die Yuppies aus Bret Easton Ellis **American Psycho** nicht in den tiefsten Achtzigern des letzten Jahrhunderts, sondern vielleicht im Jahre 2010 im Zenit ihrer Dekadenz stehen würden, dann gäben sie wahrscheinlich immer noch mit Farbgebung und Schrifttyp ihrer Visitenkärtchen an. Allein: Das Material, aus dem ebendiese hergestellt wurden, stände nun im Mittelpunkt der gegenseitigen Übertrumpfung. „Kirgisches Direktrecycling. Seht mal, diese Maserung gab es so nur bei sowjetischem Dienststellenpapier.“ „Das zarte Grün rührt her vom hohen Bambusanteil. Nach einigen Wochen ist die Karte nicht mehr ganz rechteckig, weil der Rohstoff auch verarbeitet noch weiter wächst.“

Das Stichwort ist **Neo Green**: Während die Young Urban Professionals der 80er und die aufkommende Ökologismus-Bewegung dieser Dekade eigentlich nur verband, dass sie eben in der selben Dekade existierten, so entsteht derzeit ein Konsumtyp, der als Erbe beider Strömungen zu verstehen ist, „somewhere between the hippies and the hip“, wie das **Wired**-Magazin schreibt.

„somewhere between the hippies and the hip“ Wired - Magazin

In den USA hat sich der neugrüne Konsument schon einigermaßen etabliert. Er ist Mitte 20 aufwärts, hat Geld und ist naturbewusst. Und er will es allen zeigen. Was kauft er? Hochwertige und -preisige Designerkleidung aus Naturrohstoffen wie **Edun** (kreiert von Weltverbesserer Bono Vox nebst Gattin) oder von **Loomstate**, deren Preise für Jeans um 160 US-Dollar liegen. **Green Apparel, Eco Chic** – die Begriffe für Biokleidung jenseits der Hanf-Ponchos und Schafwollunterhosen sind schnell gefunden. Für die Wohnung legt sich der Neo Green Designermöbel wie von **vivavi** zu, die etwa aus Bambusholz gefertigt und mit Leinsamenöl lackiert wurden. Der **logic lounge chair**, einem klassischen Gartenstuhl verblüffend ähnlich sehend, schlägt mit knapp 800 Dollar zu Buche.

Was kauft der Neo Green noch? Zum Beispiel

logic lounge chair.



Hybridautos mit bivalentem Antrieb wie den **Lexus RX 400h**, ein **Sport Utility Vehicle (SUV)** mit Sechszylinder-Benziner und zwei Elektromotoren. Diese wandeln die beim Bremsen entstehende kinetische Energie in Strom um, der beim Beschleunigen wieder genutzt werden kann. Je nach Fahrweise werden die drei Motoren separat oder im Zusammenspiel genutzt.

„Wurden Ökofreaks belächelt bis bemitleidet, werden Neo Greens bewundert bis beneidet.“

Als SUV wäre der RX 400h natürlich für den off-road-Einsatz tauglich, aber er soll – wie wohl jedes Auto dieses Typs – vornehmlich das urbanisierte Abenteuer befriedigen: das Zurschaustellen im Stadtverkehr. Im Falle des „hybrid cars“ kommt dann noch der demonstrative Konsum hinzu, indem umweltbewusstes Denken exponiert wird. Wurden Ökofreaks belächelt bis bemitleidet, werden Neo Greens bewundert bis beneidet. Denn wer sich ein Auto kauft, dessen Anschaffungskosten die möglichen Kraftstoffeinsparungen übertreffen, dem geht es um ein Lifestyle-Statement. Und wer dabei auch noch den Vintage-Aspekt berücksichtigt sehen will, der kann seinen Uralt-Mercedes oder Ford bei Lovecraft Biofuels in Los Angeles pimpen lassen: Die Hipster-Werkstatt baut alte Dieselmotoren auf Nutzbarkeit von Biodiesel und herkömmlichem Pflanzenöl um.

Teuer fing es übrigens auch mit Solarzellen an: Die umweltbewusstesten early adopters erreichten selbst mit Subventionierung keine finanziellen Vorteile mit Photovoltaik auf dem Hausdach, sondern lediglich die Beachtung der Nachbarschaft. Erst jetzt wirken sich die Skaleneffekte der Produktion auch auf die Herstellungskosten aus.

Soll heißen: Wer ein echter Neo Green sein und den Yuppie-typischen Snob-Effekt nutzen will (hoher Preis, wenig andere Käufer), sollte sich jetzt ein Hybridauto kaufen. Denn allein Lexus plant, bis 2010 jedes Modell auch als hybride Variante auf den Markt zu bringen.

Und dass Bio nicht mehr peinlich ist, bewiesen auch hierzulande die gar nicht mehr so schwachen Signale. Wer hätte es sich denn Mitte der Neunziger vorstellen können, im Club eine biologisch unbedenkliche Limonade trinken zu können, die auch noch so heißt?



Edun



Lexus RX 400h

# Das müssen wir dann mal crowdsourcen

## Gesellschafts- und Arbeitsformen 2.0

Welcome to the age of the Crowd! Parolen wie: „Wir sind das Volk!“ zu krakeelen, dürfte über die Zeit der WM wieder angesagt sein. „Wir sind die Crowd!“ hingegen klingt zwar vermeintlich sehr Nineties, scheint dem Zeitgeist entsprechend aber eher angebracht.

**Crowdsourcing** ist nämlich der erste große Neologismus nach Web 2.0 im Jahr 2006. Liegt in ihm die Revolution des Arbeitsmarktes oder handelt es sich um den nächsten nerdigen Communityschmäh, der in seiner wirtschaftlichen Nachhaltigkeit noch erst bestätigt werden muss?

„Liegt in ihm die Revolution des Arbeitsmarktes?“

Damals nannte es **Jürgen Rüttgers** noch ein wenig fettnäpfig „Kinder statt Inder!“, als es darum ging, fehlende qualifizierte Arbeitskräfte, vorzugsweise aus dem IT-Bereich, nach Deutschland zu rekrutieren. Politiker wollten die eigenen Kinder zu Spezialisten machen und nicht wahllos Greencards verschleudern. Wie die Entwicklung gezeigt hat, haben aber deutsche Kinder gar kein Interesse an gut dotierten Programmierjobs. Nein. Lieber Bahnhofseröffnungen sabotieren, Spargelstechen, Topmodel werden oder Fidschis kloppen. Arbeit hat scheinbar Landesgrenzen.

Andersherum hielt sich die Beliebtheit Deutschlands bei den IT-Indern sowieso stark in Grenzen, viel lieber zog der hochqualifizierte Fachmann des Subkontinents nach London. Und so ist es heute nicht der indische Internetfachmann oder der Bit-Bulgare, sondern der Türke, der mit Rummel im Social-Network-Zirkus auf sich aufmerksam macht.

Gemeint ist jedoch nicht der Gastarbeiter, wie noch vor 30 Jahren, sondern der **Mechanische Türke** von Amazon (**The Mechanical Turk**). Die Idee hinter dem Mechanical Turk-Projekt ist, maschinenerzeugte Intelligenz von programmgesteuerten Rechnern um das von Menschen gehandhabte Wissen zu ergänzen.

crowdsourcing  
tracking the rise of the amateur

Das Prinzip der Interaktion zwischen Mensch und Maschine, bei der der Benutzer dem Computer eine Anweisung gibt, dieser sie ausführt und dann das Ergebnis anzeigt, wird beim Mechanical Turk umgekehrt: Hier gibt der Computer dem menschlichen Anwender eine Aufgabe vor und diese wird dann für Geld bearbeitet. "HITS" für **Human Intelligence Tasks** werden die auf diese Weise erzeugten Wissens-Einheiten genannt.

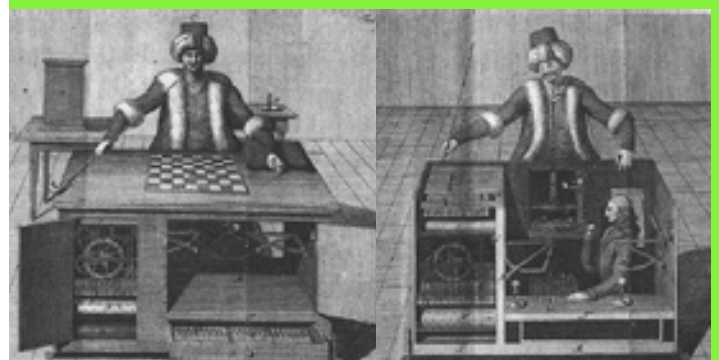
„Hier gibt der Computer dem menschlichen Anwender eine Aufgabe vor und diese wird dann für Geld bearbeitet.“

Die Mechanical-Turk-Website organisiert diese. Mit der Speicherung dienen sie als Grundlage für eine Datenbank, aus der dank Künstlicher Intelligenz nach und nach komplexere Fragen automatisch beantwortet werden sollen. Der Name Mechanische Türke spielt auf den ersten „Schachcomputer“ aus dem 18. Jahrhundert an, dem so genannten Schachtürken, der von **Wolfgang von Kempelen** gebaut wurde, einem hohen Beamten am Hofe von Maria Theresia, Erzherzogin von Österreich. In Wahrheit steckte in dieser Maschine ein kleinwüchsiger Mann mit außerordentlichen Schachfähigkeiten, der über Hebel und andere Mechaniken die Täuschung perfektionierte, es handele sich um eine überaus intelligente Denkmaschine. Das Prinzip der technischen Vorgabe an den menschlichen Umsetzer wird nun verknüpft mit dem Prinzip des **Outsourcing**. Denn die Jobs, die der Mechanische Türke ausschreibt, sind eigentlich keine Jobs. Zumindest keine sehr langen: Sie dauern meist nur eine Stunde, oft noch kürzer, und bestehen nicht selten in einer einzigen Handlung. Etwa der Aufgabe, die besten drei mexikanischen Restaurants in München anzugeben, an einem speziellen Microsoft-Problem zu arbeiten bis zu anspruchsvolleren tasks wie der Übersetzung kurzer englischer Texte ins Spanische. Outgesourct werden müssen sie aber deswegen, weil es bei ihnen darum geht, eine bestimmte Quantität an Mitarbeitern zu erreichen.

War das Phänomen des Outsourcing bis dato noch dadurch bestimmt, dass westliche Firmen jeder Façon ihre Produktionen nach Indien oder China verlagerten (man kennt die Beispiele der indischen Mitarbeiter, denen im Job Namen wie Bob oder Tim gegeben wurden, damit die Anrufer der US-Telefongesellschaften dachten, sie sprächen mit Amerikanern), wird nun ins WWW externalisiert. Die Community selbst, also die Masse der Internetuser, besitzt offenbar ein großes Potential für den Faktor Arbeit. Nicht mehr im Marx'schen Sinne der Reservearmee, sondern als in kleinen Zeitfenstern jederzeit verfügbare Exekutive.

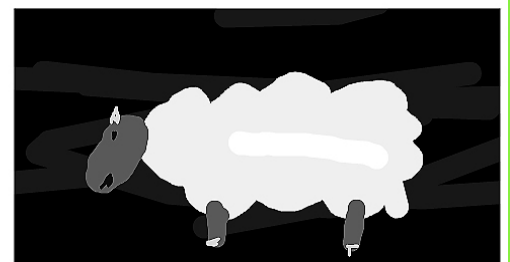
Ein simples Beispiel dafür ist das eher künstlerisch motivierte Projekt namens **The Sheep Market** ([www.thesheepmarket.com](http://www.thesheepmarket.com)). Die Aufgabe hier: 10.000 einfach skizzierte, nach links schauende Schafe zu produzieren. Was für eine einzelne Person unmöglich ist (außer sie heißt **On Kawara** und macht ihr Leben lang nichts anderes, als täglich dasselbe zu gestalten), wird hier durch Crowdsourcing ermöglicht. Mit satten 2 Cent wurde jedes

Der "Schachtürke"



THE SHEEP MARKET

10,000 sheep created by online workers. More...



The Sheep Market

einzelne Schaf vergütet. Innerhalb von 40 Tagen waren alle 10.000 komplett. Das Konzept der atomisierten Erstellung ging auf: Gezeichnet von immerhin 7.555 unterschiedlichen IP-Adressen aus.

Anderes Beispiel: Die Bilderdatenbank **iStock-photo** hat bereits 22.000 Prosumenten/Teilnehmer. Hier können sich Grafiker mit einer Vergütung von einem bis fünf Dollar pro Foto aus einem immensen Pool von Bildern bedienen. Im Gegensatz zum professionellen Fotografen, der hohe Fixkosten trägt, sind hier viele Studenten und junge Fotografen präsent, die an dem „Krümel-Prinzip“ partizipieren. Bis Ende 2006 sollen 10 Millionen Bilder lizenziert werden. Eine Zahl, die dem Branchenführer **Getty Images**, der seine Bilder zu einem weit höheren Preis verkauft, ein Dorn im Auge war und **iStockphoto** sich prompt für 50 Millionen Dollar unter den Nagel riss. Das Modell **flickr** macht also Schule.

Arbeit durch Crowdsourcing kann allerlei Bereiche abdecken. Seien es Open Source-Programmierungen oder voniConclude, wo Softwareprobleme quantitativ angegangen werden, oder hoch spezialisierte wissenschaftliche Arbeiten, wie bereits von **Procter&Gamble** betrieben (auf [www.innocentive.com](http://www.innocentive.com)). Daneben aber eben auch sehr einfache, rudimentäre Arbeiten. Denn die Crowd ist sehr vielschichtig:

„Es gibt viele spezialisierte Leute, aber es gibt auch viele, viele Leute.“

Es gibt viele spezialisierte Leute, aber es gibt aber auch viele viele Leute.

Einige Turker (so die Bezeichnung) jedenfalls haben ihre festen Jobs bereits aufgegeben, um sich neben der atomisierten Arbeit der Erziehung ihrer Kinder zu widmen. Taylorisiertes Arbeiten aus dem home office?

Das Magazin Wired hat für diesen New Labor Pool bereits fünf Regeln aufgestellt:

1. Die Masse ist dispersiv mit Crowdsourcing ist sie erreichbar.
2. Sie hat eine kurze Aufmerksamkeitsspanne die für diese Jobs aber reicht
3. Sie ist voller Spezialisten die nur darauf warten, ihr Wissen einzubringen
4. Die Masse produziert hauptsächlich Müll weswegen die eingereichten Ergebnisse gefiltert werden müssen
5. Die Masse entdeckt das Beste durch die Korrekturfunktion der Masse werden z.B. die Top 3, das beste XY usw. selbsterzeugt herausgefiltert

Wie das Crowdsourcing optimiert wird und dann auch in Deutschland Anwendung findet (Kraut sourcing?!), bleibt zunächst abzuwarten. Denn der Lohn, den ein ausgelagertes Individuum mit seiner Leistung erzielt, kommt über die Einbindung einer Google-Anzeige auf der eigenen Homepage wohl oft nicht hinaus. Eines würde sich die Masse in diesem Fall nämlich ohne Zweifel: billig verkaufen.

iStockphoto

Search  Go

Great images. Low prices. No catch.

Small \$1 web-ready	Medium \$3 print-ready	Large \$5 full page
---------------------------	------------------------------	---------------------------

Need bigger files?

X-Large full page bleed \$10	XX-Large double page spread \$20/40
---------------------------------------	--

Total Royalty-Free Stock Images: 842,000

# Keep your head ringing

Technik

## Das Handy als Telekommander

Digital Spread Management: Die Zeiten, in denen ein Klingelton heruntergeladen und auf einem einzigen Handy genutzt wurde, sind vorbei. Ringtones, Videos und die Mischform Videoringer werden „gebluetoothed“ und verbreiten sich so in viraler Form, den peer-to-peer-Strukturen nicht unähnlich.

Gleichzeitig entstehen erste Online-Angebote, bei denen die sonst zum Download degradierten Konsumenten zu Produzenten werden können: Selbst kreierte Sounds und Bilder können auf speziellen Plattformen verkauft werden. Während die Video-Uploader bei **Revver**, einem **YouTube**-Verschnitt, lediglich an den Klicks auf die Werbeflächen beteiligt werden, die sich auf ihren deep links befinden, geht das neue Portal **mynumo.com** (momentan noch in der Beta-Version) noch einen Schritt weiter: Videos, Klingeltöne und Wallpaper, die die Usern hochladen, können von anderen Usern gekauft werden und die Ersteller erhalten eine Vergütung.

„Die zum Download degradierten Konsumenten können zu Produzenten werden.“

Viel Geld kann damit noch nicht verdient werden, doch bei der Popularität, die manche YouTube-Amateurvideos erreicht haben, ist davon auszugehen, dass das Bedürfnis nach semiprofessionellen Inhalten noch längst nicht ausgereizt ist. Und: Mit derartigen Portalen könnten noch unbekannte Künstler (sowohl Musiker als auch Filmer und Grafiker) zukünftig mehr Aufmerksamkeit erzielen, denn die Mediennutzung wird sich weiterhin noch stärker auf mobile Abspielgeräte verlagern. Damit ist nicht nur das Anschauen und Anhören gemeint, sondern auch die Pflege des sozialen Netzwerks.

Genau in diese Bresche zwischen Mobilität und Community schlägt das Mobiltelefon **Helio**:

Mit einer speziell für das Handy konzipierten, reduzierten MySpace-Oberfläche kann auch von unterwegs aus das Profil bearbeitet und aktualisiert werden. Ganz billig ist der Spaß, vom Handy aus Bilder und Texte

mynumo.com



Create **mobile** content and **sell** it to the world.

online zu stellen, Kommentare zu posten und Freunde hinzuzufügen allerdings nicht. Mindestens 40 Dollar kostet ein Vertrag bei Helio, wobei dann die Onlinekosten noch nicht eingeschlossen sind. Somit dürfte Helio wohl eher ein Angebot für diejenigen sein, die MySpace für kommerzielle Zwecke wie Promotion der eigenen Band nutzen.

## „Das Handy als Extension des Körpers“

Das Handy als Extension des Körpers: Sicher ist, dass sich die Nutzung von Mobiltelefonen mit derartigen Techniken und Angeboten noch weiter ausbreiten wird, sowohl anwendungsbezogen als auch zeitlich – und räumlich. Dass gerade letzteres ein Problem ist und zu Handyverboten z.B. an Schulen führen musste, liegt in der Natur der Sache. Doch nicht nur an Schulen, auch in halböffentlichen Räumen wie Einkaufszentren sorgt die extensive Nutzung für Unmut. Deswegen wurde in amerikanischen und britischen Shopping Malls eine besonders perfide Methode eingeführt, um die hier abhängenden, dauertelefonierenden „mall rats“ zu vertreiben: Der von dem Ingenieur **Howard Stapleton** entwickelte Mosquito-Alarm ist ein Störgeräusch auf der Frequenz zwischen 18 und 20kHz, das nur Menschen bis zum Alter von etwa 20 Jahren hören können (Zugleich gilt das nicht-mehr-hören-können dieses Tons als erste Alterserscheinung...).

Der Philosoph **Michel de Certeau**, der mit seiner **Kunst des Handelns** die erfolgreiche Widerspenstigkeit der Unterdrückten beschrieb, lässt grüßen: Denn die „Strategie der Starken“ (Ladenbesitzer) wurde binnen kürzester Zeit zur „Taktik der Schwachen“ (Kids) umfunktioniert, indem sie sich den „Ton gegen Teens“ zu Eigen machten und auf ihre Handys aufnahmen. Damit wurde der **Teen Buzz** ein wunderbarer Klingelton, den kaum ein Ladenbesitzer oder Lehrer wahrnehmen kann. Und bestimmt schon bald bei Mynumo.com kaufen kann. Wer bis dahin sein biologisches Alter testen will:

<http://files.redvsblue.com/TeenBuzz.mp3>

Kinderhasser Teenbuzz

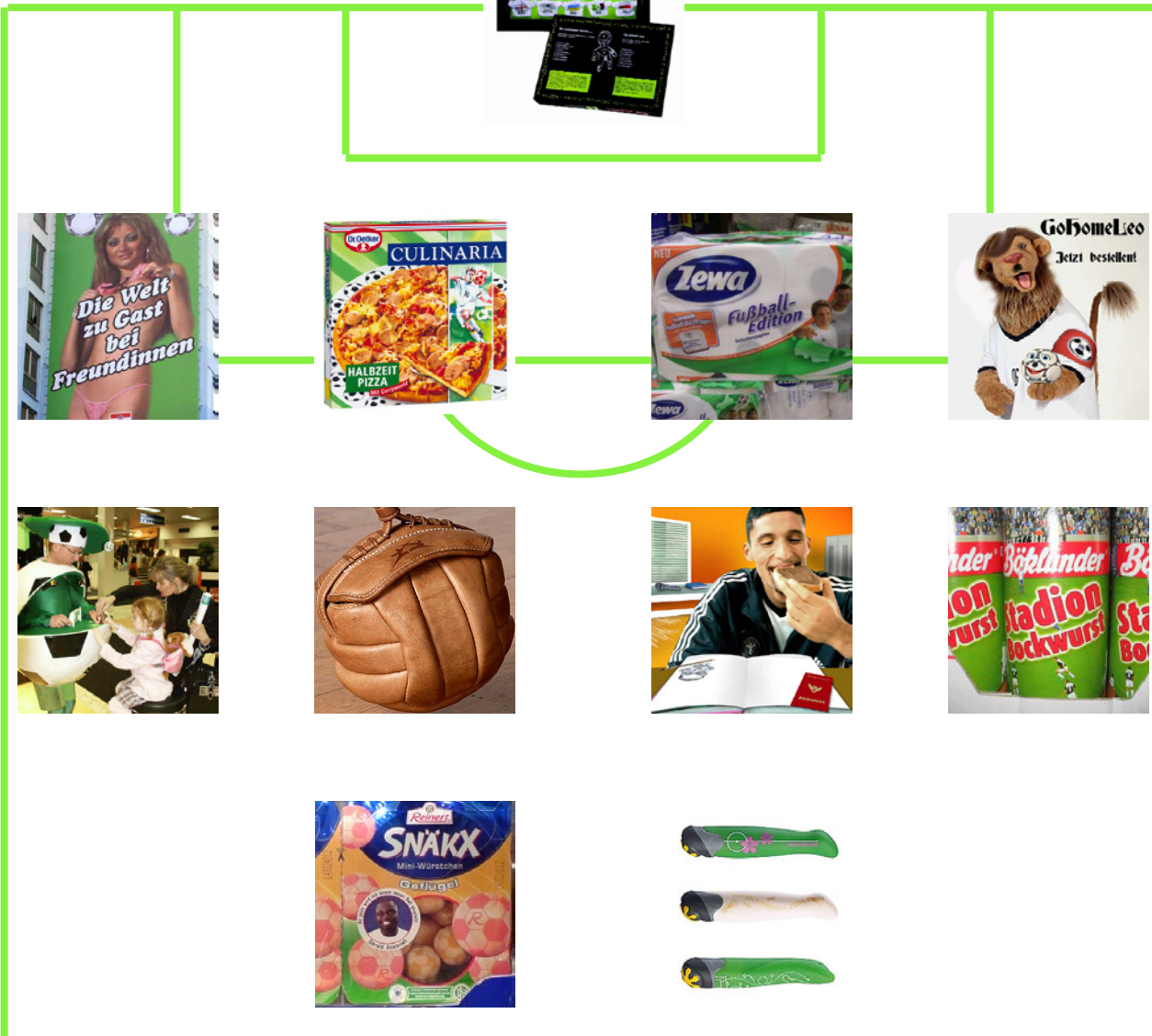


The screenshot shows the Helio mobile MySpace interface. On the left is a circular logo with two stylized figures. Below it is a blue bar with "Artist: Lupe Fiasco" and "Title: Kick Push". The main content area has a blue header with "Tell Me About MySpace On Helio &gt;&gt; Learn More" and "I Get It, I Want It &gt;&gt; Sign-Up Find a Store". Below that is a "Blog:" section with "Helio's Latest Blog Entry [Subscribe to this Blog]" and several links like "Come try MySpace Mobile on Helio!". To the right is a grid of social media icons. On the far right is a vertical advertisement for "Get MySpace™ at the mall" featuring a mobile phone displaying MySpace content and the Helio logo with the slogan "Don't call it a phone." and a "Find out more" link.

myspace Handy Helio

## Spielaufstellung

## Abseitswissen



Wahrhaft weltmeisterlich: Die obskuren Produktideen rund um vier Wochen Fussball-Ausnahmestand. Unsere Aufstellung gegen den guten Geschmack:

1. WM Voodoo-Puppen  
Mit Hexhex zum Erfolg
2. Die Welt zu Gast bei Freundinnen  
Ein Kölner Bordell denkt an Vor- und Nachspielzeit
3. Halbzeitpizza mit Currywurst belegt  
Gruppenplatz vier nach der Vorrunde ist sicher
4. WM Fragebogen-Klopapier  
Nicht nur bei Diarrhöe wiederholen sich die Fragen
5. Der Go Home-Goleo für die No Go-Areas  
Als ob der Löwe nicht schon genug angefeindet worden wäre

6. Fußball Ich-AG  
In knapp vier Wochen garantiert auftragsfrei
7. Bombolsa-Handtasche  
Zeitlos häßlich
8. Brotaufstrich-Testimonial  
Pech gehabt. Dafür mehr Zeit fürs Frühstück
9. Die Stadion-Bockwurst  
Wer keinen Stress mit Metalldetektoren will, muss schnell essen und Wurstwasser trinken
10. Gerald Asamoah-Geflügelbällchen  
im Fussballdesign  
Trostrunde mit der Halbzeitpizza?
11. Der WM-Vibrator „Gigolo“ mit  
Spielzug-Dekor  
Wie wir es uns von Beckmann wünschen: Kein Kommentar

Trotzdem alledem: Viel Spaß mit der WM!  
Die node-Redaktion