

**„Kann man die Mediengesellschaft
des 21. Jahrhunderts schon sehen?“**

**Über Natives, Immigrants und „people
formerly known as the audience“**

Prof. Dr. Michael Jäckel, Fachbereich IV –
Soziologie
jaeckel@uni-trier.de

Bielefeld, 27. November 2010



Ich rede über ...

1.2

1. Prognosen

2. Überraschungen

3. Veränderungen

4. Ansprüche

Rumsfeld als Philosoph?

1.3



„Berichte über etwas, das nicht passiert ist, sind für mich interessant, denn wie wir wissen, gibt es Dinge, die wir wissen. Wir wissen auch, dass es Unbekanntes gibt, von dem wir wissen, dass es unbekannt ist. Wir wissen, dass es Dinge gibt, die wir nicht wissen. Aber es gibt auch Dinge, von denen wir nicht wissen, dass wir sie nicht wissen.“

Das „drahtlose Jahrhundert“

1.4



1910



2010

„Ich rufe vor eins noch mal an!“

1.5



1930



2010

World market for computers

1.6



1943

„I think there is a world market
for about five computers.“
(Thomas J. Watson)

LAN-Party im
Reichstagsgebäude



2010



1954

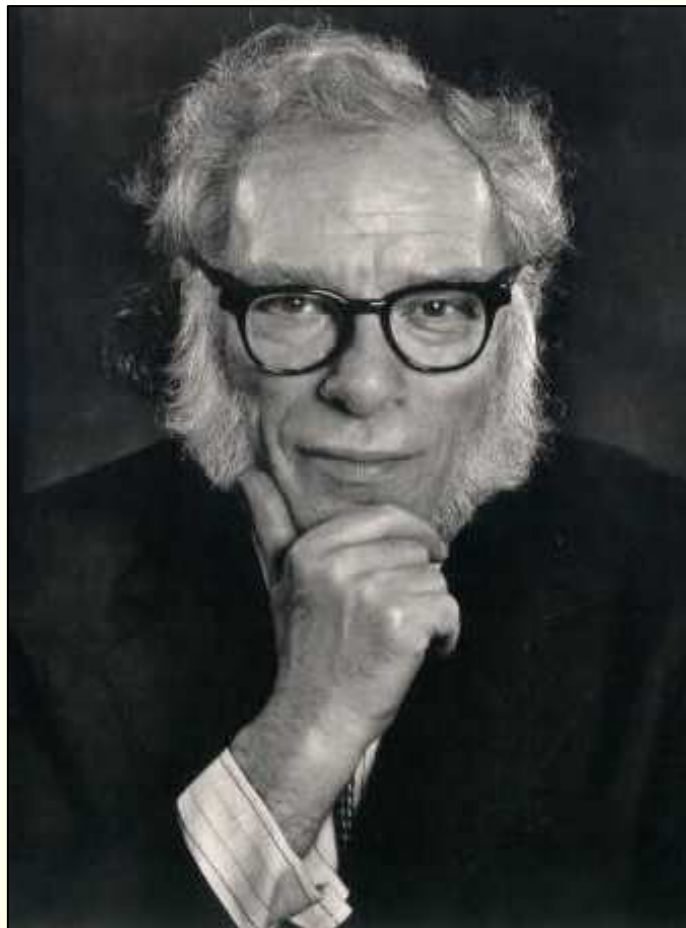
„Insperten“ als „Experten für Suchkunde“

1996

„(...) vielleicht ist die Gegenwart zu voll an Science-Fiction, vielleicht überschlagen sich Innovationen oder Ankündigungen dessen, was gleich möglich sein wird, zu schnell, als daß Exkursionen in die Zukunft noch reizvoll erscheinen.“

Isaac Asimov

1.8



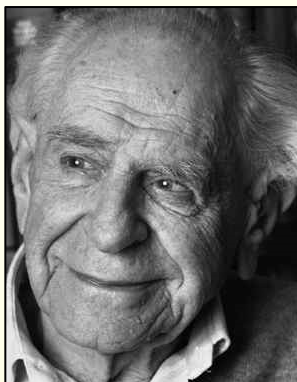
1956



2010 – Google „Goggles“

Toffler: Eine „Sonde ins Morgen“

1.9



Karl Popper:
Langfristige Vorhersagen können nur über Systeme getroffen werden, die *isoliert, stationär und zyklisch* sind (Beispiel: Sonnensystem).



Ich rede über ...

1.10

1. Prognosen

2. Überraschungen

3. Veränderungen

4. Ansprüche

Lovell: Three kinds of people

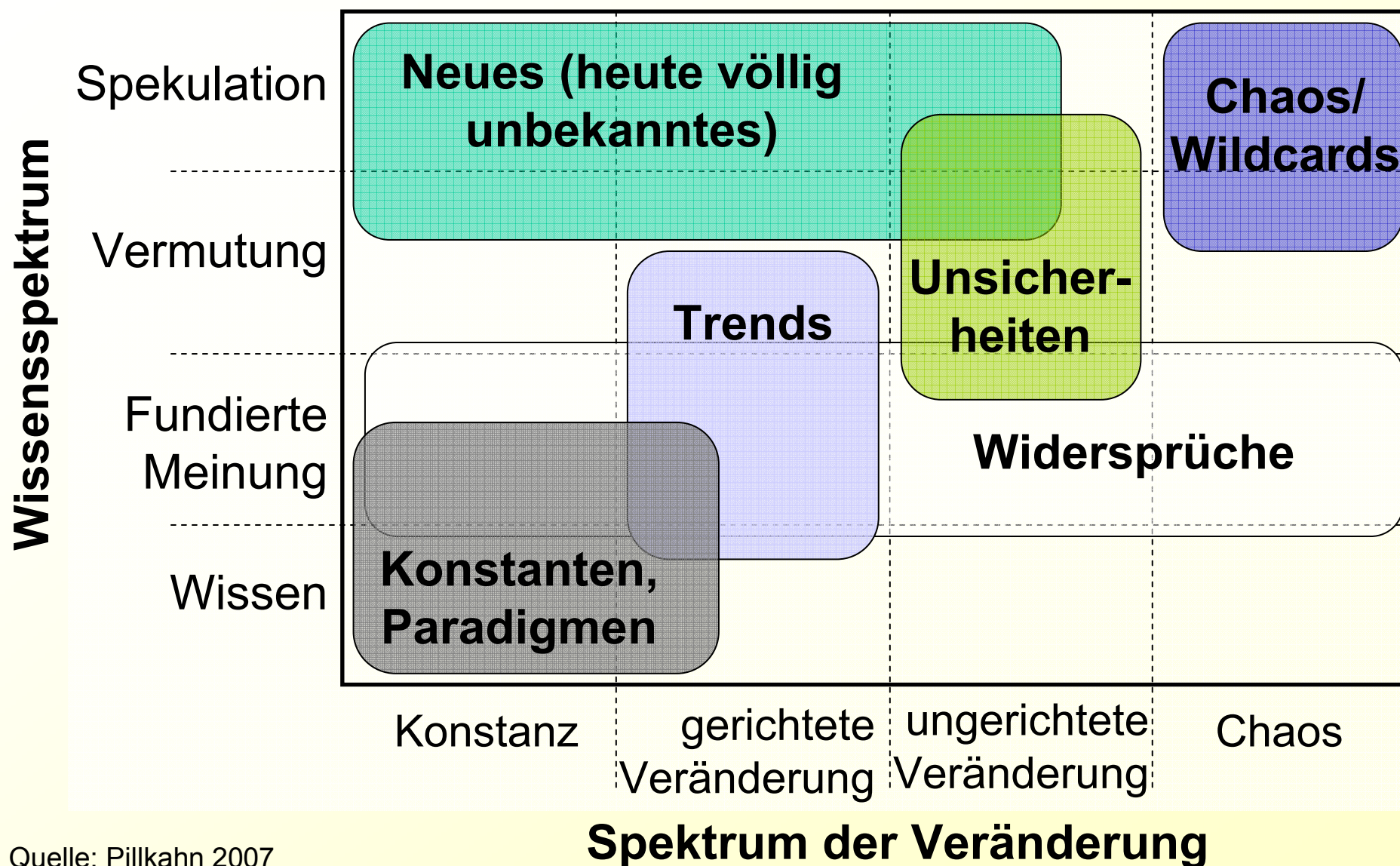


There are three kinds of people in the world:

- **those who make things happen,**
- **those who watch things happen,**
- **and those who wonder what happened.**

Jim Lovell

Zukunftsmodell: Veränderung und Wissen



Quelle: Pillkahn 2007

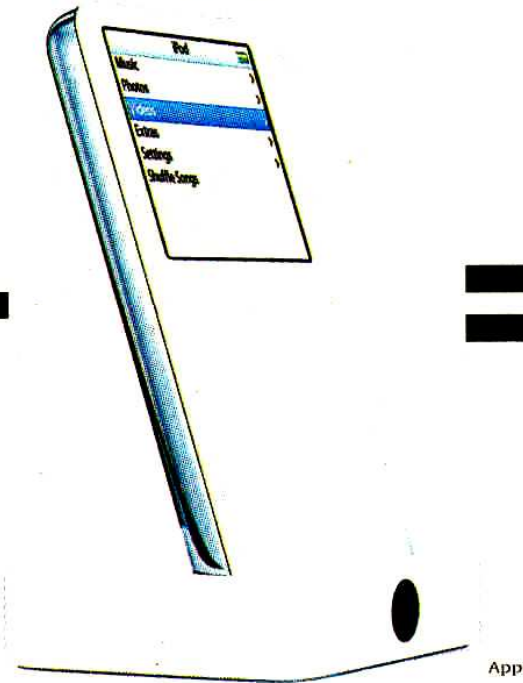
\$1.99 video downloads



By Ron Tom, ABC

Tune in: *Desperate Housewives* will be available for download the day after an episode first airs.

iPod that plays video



+

=

**Apple's
next
big
thing?**

Überraschungen werden erwartet!



Die kleinen Dinge

„Aber die kleinen Dinge sind es, die die großen Medienrevolutionen auslösen.“
(Peter Sloterdijk)

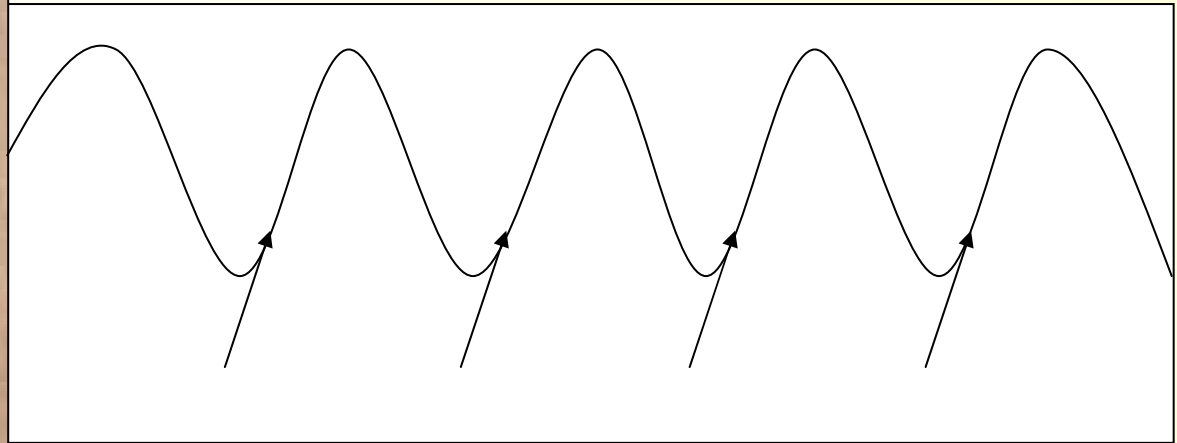


Das „Weltgesetz der Wiederholung“

1.16



Gabriel Tarde



„Eine Einflusskaskade verbreitet sich umso schneller, je besser sie die einflussreichsten unter den nachahmungsanfälligsten Personen erreicht. Beliebt und zugleich willenlos – das ist für eine Wirtschaft, die auf epidemische Effekte setzt, das Profil des idealen Erstkäufers.“

(Jürgen Kaube 2007)

Prozesse kreativer Zerstörung



Joseph A. Schumpeter



Francis Fukuyama

➔ Innovationen stören vorhandene Strukturen

Womit Musik hören?



Beschleunigung der Innovationen und
„Inconspicuous Consumption“



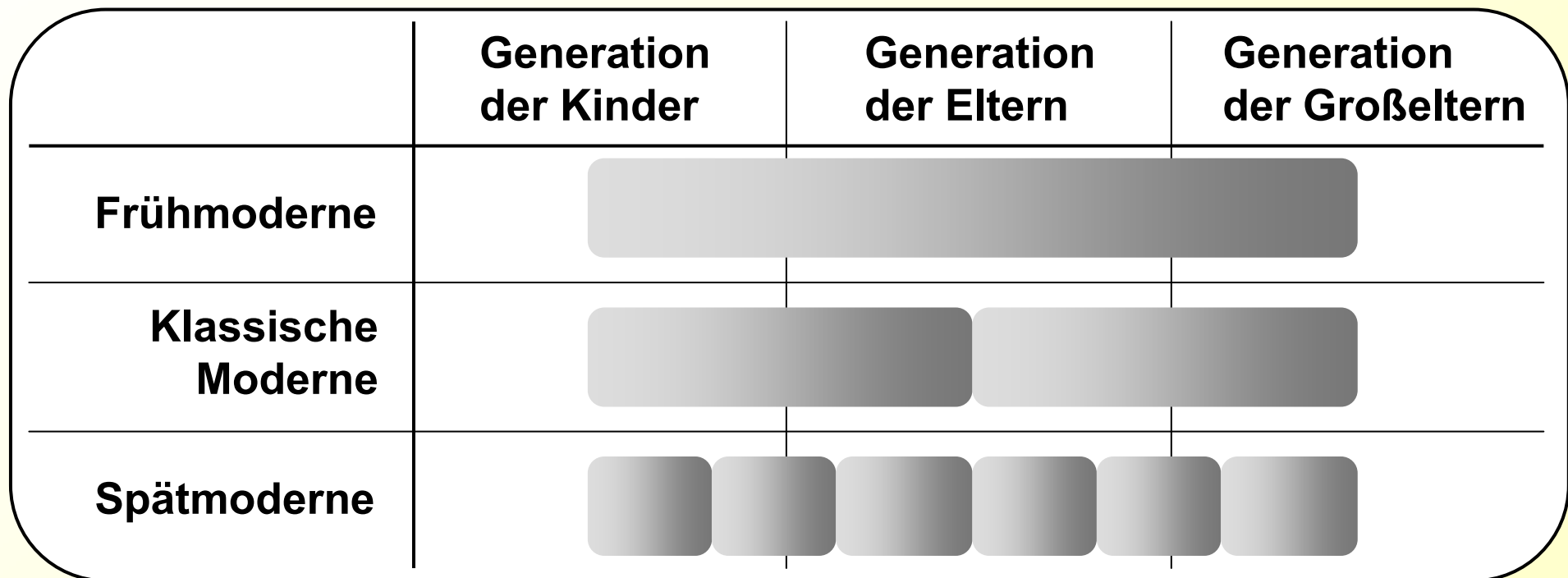
Ich rede über ...

1.19

1. Prognosen
2. Überraschungen
3. Veränderungen
4. Ansprüche

Generationalen und Erfahrungen

Das Tempo des Wandels hat sich „von einer **intergenerationalen** Veränderungsgeschwindigkeit in der Frühmoderne über eine Phase **annähernder Synchronisation** mit der Generationenfolge in der „klassischen Moderne“ zu einem in der Spätmoderne tendenziell **intragenerational** gewordenen Tempo gesteigert“ (Rosa 2005: 178).



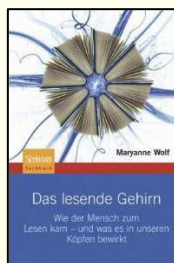
Drei Beobachtungen



„Unsere Köpfe sind die Plattformen eines Überlebenskampfes von Informationen, Ideen und Gedanken geworden, und je stärker wir unsere eigenen Gedanken in das Netz einspeisen, desto stärker werden wir selbst in den Kampf mit einbezogen.“

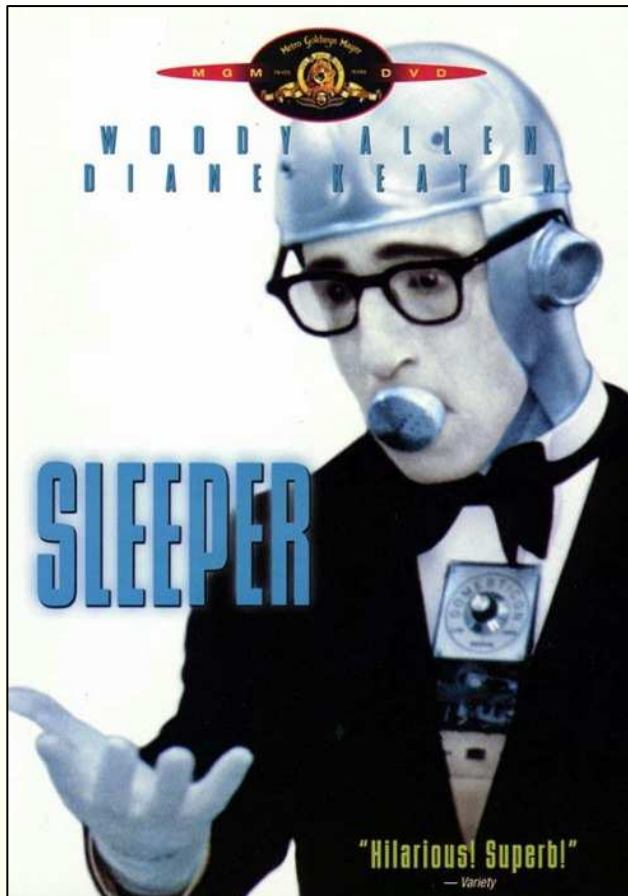


„Das neunzehnte Jahrhundert hat die Industrialisierung dessen erlebt, was menschliche Hände machen können. Das zwanzigste Jahrhundert hat die Industrialisierung der menschlichen Fortbewegungsorgane vollzogen. Jetzt erleben wir die Industrialisierung des Gehirns.“



„Ich erkannte, dass ich noch das alte klassische Gehirn bin und meine Kinder schon digitale Gehirne besitzen. Es ist wie ein Generationenbruch, eine Art Fremdheit.“
(Interview mit Maryanne Wolf)

Die „Schläferkurve“



Wissenschaftler A: Hat er um etwas Bestimmtes gebeten?

Wissenschaftler B: Nun ja, also zum Frühstück wollte er etwas Seltsames. Er nannte es „Weizenkeime, biologisch dynamischen Honig und Tigermilch“.

A: Ah, ja. Vor einigen Jahren galten diese Dinge als wahre Wundermittel. Sie sollten sogar lebenserhaltend wirken.

B: Gab es damals etwa kein Frittierfett? Kein Steak, keine Cremetörtchen und keine... Schokoladensoße?

A: Man glaubte damals tatsächlich, das alles sei ungesund...

Quelle: Woody Allen: „Der Schläfer“ [zitiert nach Johnson 2006: 11]

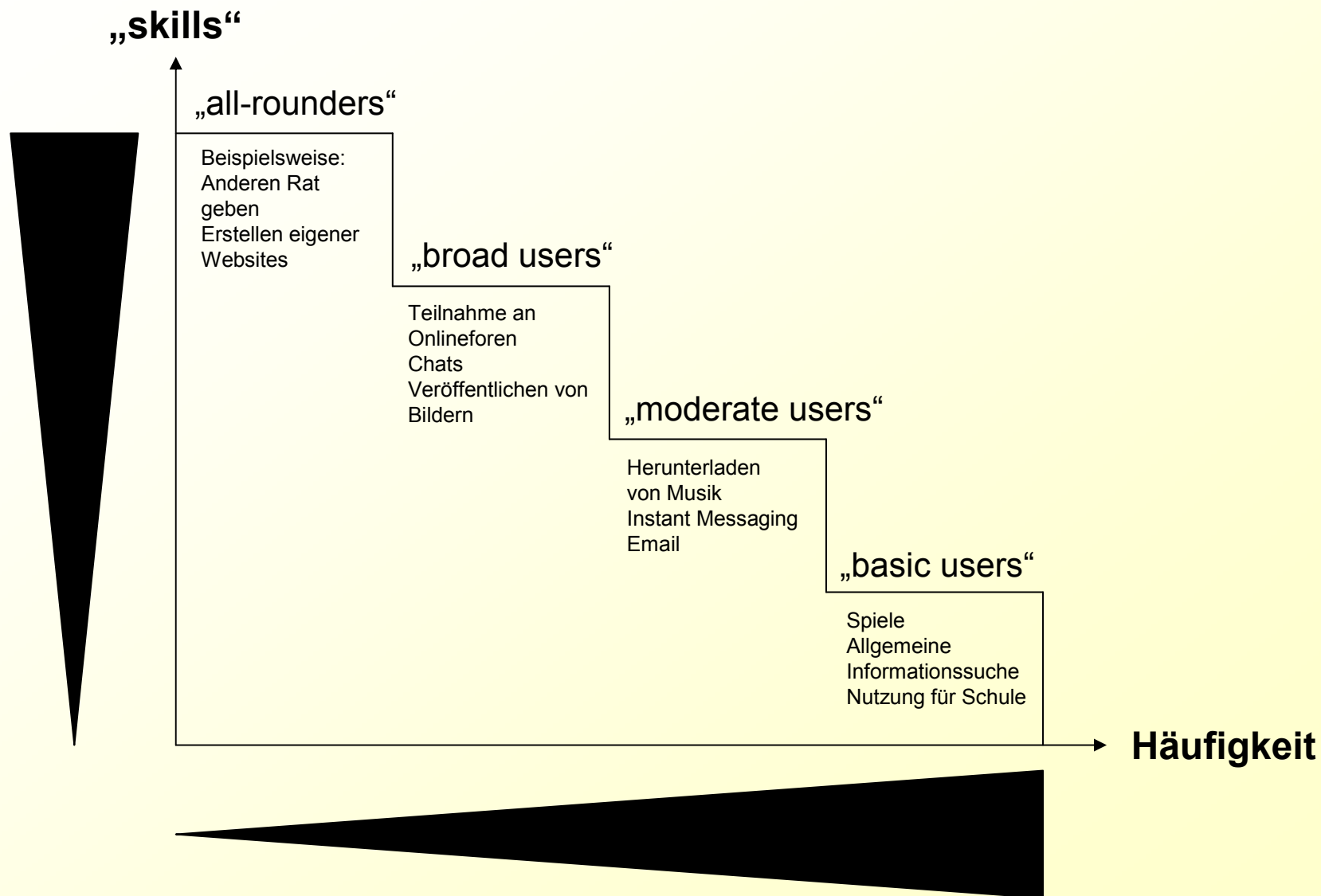


„Technology is just the start of the old-young divide.“

„We all grow old, even the coolest among us, and there's not a whole lot we can do about it. [...] Yes, much of what divides us now is technology. According to the Pew survey, while three-quarters of adults age 18 to 30 say they use the internet daily, only four in 10 adults age 65 to 74 do so.“

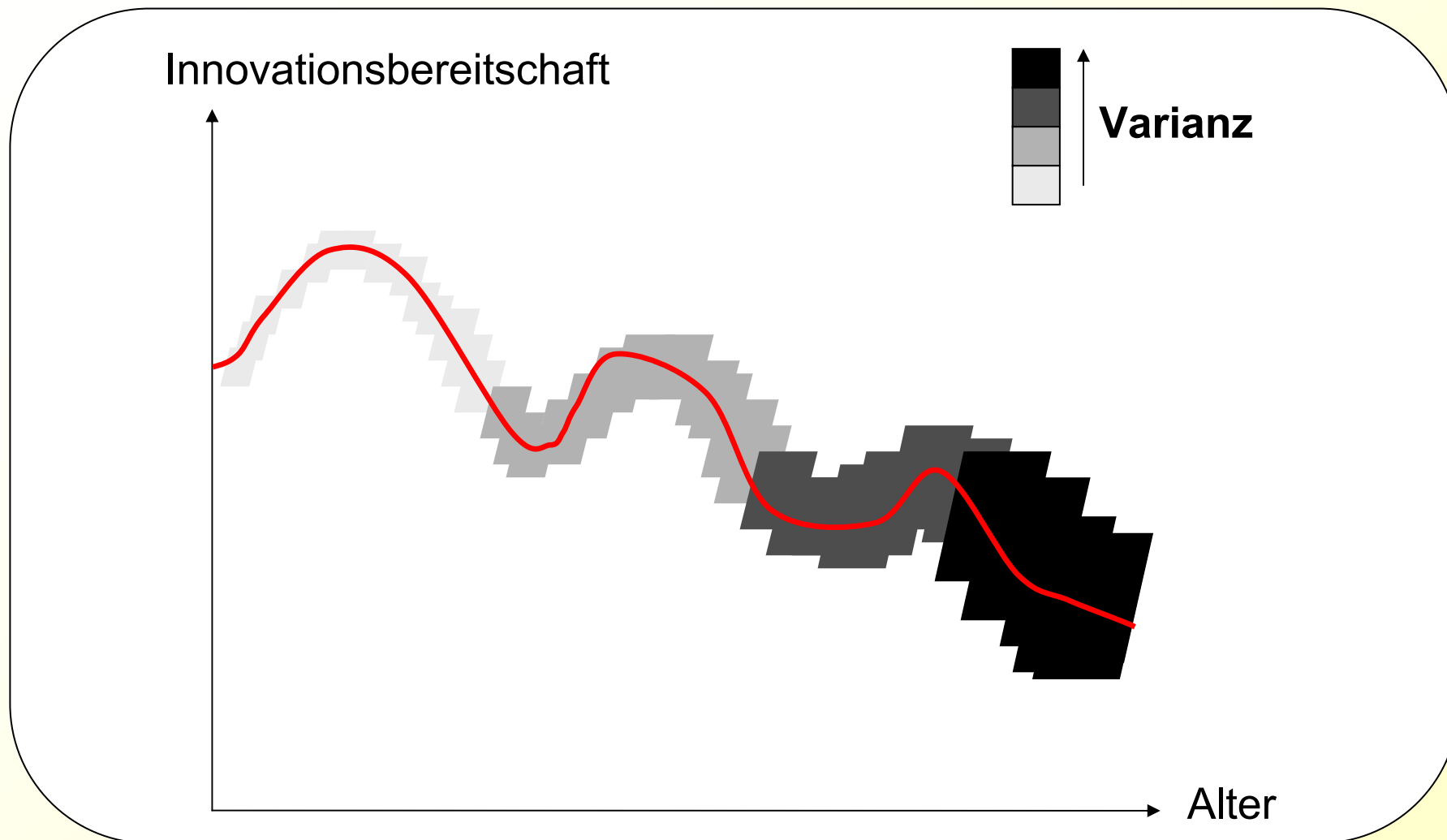
Quelle: New York Times 30.11.2009

Medienkompetenz – ein Stufenmodell



Source: Eigene Erstellung nach Livingstone/Helsper 2007

Medien- und Alterseffekte



„Das iPad kann viel, aber sein Reiz besteht paradoxerweise auch in der Reduktion. Das strahlt schon das Gerät selbst aus, das demonstrativ mit einem einzigen Knopf auskommt. (...)

Wer auf seinem iPad eine Zeitschriften-App liest, wird dabei in der Regel nicht durch parallel laufende Chats oder aufklappende Browserfenster gestört.“



Intendiert oder nicht-intendiert?

1.27



Robert K. Merton (1936):
„Die unvorhergesehenen Folgen
zielgerichteter sozialer Handlung.“

Heute:
„Die vorhergesehenen Folgen
ungerichteter sozialer Handlung“?



Ich rede über ...

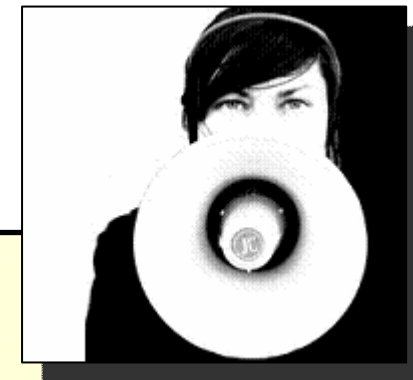
1. Prognosen
2. Überraschungen
3. Veränderungen
4. Ansprüche

Publikums“rollen“

- **Mediennutzer als mündige Konsumenten:** Medienkompetenz als Entscheidungs- und Verarbeitungsgrundlage, Qualitätsurteile (auch im Sinne von Weiterempfehlungen)
- **Mediennutzer als Schutzbedürftige:** Selbstkontrolle und delegierte Kontrolle des Medienangebots
- **Mediennutzer als Bürger:** nicht-organisierte und organisierte Formen der Medienbeurteilung im Hinblick auf gesellschaftliche Relevanz
- **Mediennutzer als (Mit-)Produzenten:** Empfänger werden zu Sendern, stärkere Einbindung der Empfänger in Medienangebote

„Einstellungsänderungen auf der Ebene des Publikums werden [...] meist erst dann veränderungswirksam, wenn sie sich öffentlich Gehör verschaffen.“

(Gerhards 2001: 180)



These von Jürgen Gerhards (2001):
In den letzten Jahren lässt sich eine Zunahme von
Inklusionsstrategien und -bedürfnissen konstatieren.

➔ **„Aufstand des Publikums“**

Endlosschleifen?



re:publica
„The people formerly
known as the audience.“

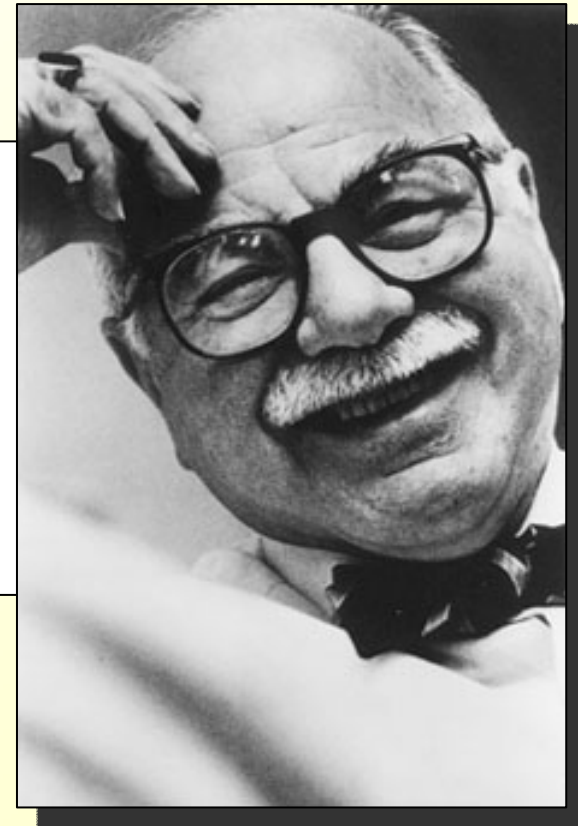


„Die Stunde der Laien“



„Das Massenpublikum aber, das alles sieht, bleibt unsichtbar. Es fällt seine Urteile, indem es die TV-Kanäle nutzt und Wahlzettel ankreuzt. Genau da übernimmt das Internet.“
(Ludwig Hasler)

„Entweder man begnügt sich mit oberflächlichen Beziehungen oder man stößt an eine ‚obere Grenze‘ des zu bewältigenden Ausmaßes von Kommunikation.“ (Bell 1976: 355)



Drei Thesen

1. „Digital Natives“ ist eine Sammelbezeichnung für Generationen, die nicht notwendigerweise eine gemeinsame „Generationslagerung“ teilen, also nicht zwangsläufig in einer bestimmten Zeitperiode geboren sein müssen.
Agieren kommt vor Reagieren.
2. „Digital Immigrants“ ist eine Sammelbezeichnung für skeptische Generationen (im o. g. Sinne), die das Neue häufiger mit dem Alten vergleichen und dabei mittelfristig immer seltener dem Alten folgen.
Reagieren kommt vor Agieren.
3. „People formerly known as the audience“ wird es immer geben. Aber Zeitknappheit und Enttäuschung wirken auch hier auf Dauer differenzierend.
Agieren und Reagieren wechseln sich ab.



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!