

Digitale Lebensstile.

Deep Dive in das Thema «Always On»

Empirische Auswertung der Ausstellung «HOME – Willkommen im Digitalen Leben» im Stapferhaus Lenzburg

Heinz Moser,
Klaus Rummler,
Walter Scheuble

PH Zürich
Forschung und Entwicklung
Lagerstrasse 2
8090 Zürich

Layout: Klaus Rummler, Urs Stauber

Mai 2013

© 2013 PH Zürich

Diese Studie wurde unter-
stützt durch Swisscom



swisscom

Inhalt

1. Einleitung	3
2. Kultur- und technikhistorische Einordnung	4
3. Ist das Blackberry schuld?	5
4. Qualitative Veränderung der Internetverbindung, der Dienste und der Geräte	7
5. Umgang mit ständiger Erreichbarkeit und Präsenz.....	8
6. Dosierungsstrategien als Teil von Medienkompetenz	10
7. Empfehlungen zu Cyberhealth	12
Literatur	15

1 Einleitung

Viele Arbeitnehmer/innen und Angehörige sind bei «Always On» rat- und hilflos.

«Always On», nämlich die jederzeitige Erreichbarkeit ist zu einem ungeschriebenen Gesetz der Online-Welt geworden, seit immer mehr Menschen über Flatrates verfügen, die sowohl am Computer wie am Handy eine dauerhaft und nicht mehr zeitabhängig zu bezahlende Verbindung ermöglichen. Doch die Stapferhaus-Studie zeigt, wie zwiespältig diese von den befragten Ausstellungsbesuchern empfunden wird. Auf der einen Seite bedeutet dies einen Druck, der in der Frage nach dem nächtlichen Rückruf an den Chef besonders deutlich wird: 58,9% der Befragten würden es nicht wagen, die SMS zu ignorieren. Gleichzeitig ist man rasch überfordert, wenn man rund um die Uhr erreichbar sein muss. In anderen Situationen stellt sich die Frage, ob die umfassende Erreichbarkeit für die Einzelnen auch positiv eingeschätzt werden kann. So findet sich immer jemand, mit dem man seine Sorgen und Freuden teilen kann.

Insgesamt kommt gerade im Fragebereich des «Always On» zum Ausdruck, dass sich sehr viele Menschen, insbesondere Arbeitnehmer/innen und ihre Angehörige mit dem Anspruch der totalen Erreichbarkeit und dessen Vor- und Nachteilen schwertun bzw. dass sie rat- und hilflos sind. Als Besitzer von Handys und Smartphones schätzt man es, dass man jederzeit mit anderen in Verbindung treten kann. Dennoch ist man unsicher, ob die totale Erreichbarkeit eine Zunahme an Stress bedeutet, die auch belastend sein kann. Auf Grund dieser Ergebnisse scheint es sinnvoll, die im Bericht skizzierte Fragestellung zu vertiefen.



2 Kultur- und technikhistorische Einordnung

Nicht erst seit dem Aufkommen Digitaler Lebensstile und der Mediatisierung des Alltags wurde immer wieder heiss diskutiert, wieviel Medien denn gut tun. Schon seit E-Mails die schriftliche Kommunikation zu dominieren begannen, stellte sich die Frage, ob dies weniger zu einem «papierlosen Büro» führe als zu zusätzlichem Stress. Denn mit den E-Mails, die jederzeit eintrudeln, ist auch der Erwartungsdruck gestiegen, wonach eine Mail innert Stunden zu beantworten ist. Und wer nach seinem Urlaub in den Arbeitsalltag zurückkommt, muss sich zuerst durch einen Berg von oft vielen hunderten von Mails durchkämpfen. Dieser Druck, allzeit bereit zu sein, hat sich mit der mobilen Kommunikation nochmals verstärkt. Denn mit den Handys, also mobilen Telefonen, die durch einige Nutzer beruflich genutzt werden mussten, kam das Thema der ständigen Erreichbarkeit auf, die für einige Menschen zur Belastung wurde und zu Krankheit führen konnte. Als dann auch noch der SMS-Dienst umfangreich genutzt wurde sprach man gar von einer «Daumenkultur» (Glötz, Bertschi und Locke 2006). In Verbindung mit dem Telefonieren, das von der häuslichen und räumlich abgegrenzten Situation nun auch in der Öffentlichkeit stattfand, spricht Joachim Höfllich (2001) von einem Erreichbarkeits-Dilemma:

Das Erreichbarkeits-Dilemma beginnt bei E-Mails und wird durch Smartphones verstärkt.

«Man will andere erreichen ohne selbst immer erreichbar zu sein. Und schließlich ist auch die Umwelt davon betroffen: Sie will von den allgegenwärtigen Telefonierern verschont werden.» (ebd. S. 7)

Nähe und Distanz ist der zweite Nexus, in welchem das Erreichbarkeits-Dilemma in dieser Zeit diskutiert wurde. So stellte Michael Feldhaus (2003) heraus, dass die Erreichbarkeit per Handy die Alltagsorganisation innerhalb von Familien unterstützt, und lediglich die Jugendlichen, die ein weniger positives Vertrauensverhältnis zu den Eltern haben, sich durch diese Erreichbarkeit in ihrer Autonomie gestört und überwacht fühlen. Der Psychologe Kenneth Gergen (2000) argumentiert, dass das Telefonieren mit dem Handy sogar bestehende Beziehungen intensiviert und vertieft, indem diejenigen aus dem beschränkten Kreis der potenziellen Anzurufenden vom Bereich der Abwesenden in den Bereich der Gegenwärtigen geholt werden.

3 Ist das Blackberry schuld?

Mit Ausnahme von Jugendlichen, die sich im Zuge der ständigen Erreichbarkeit per Handy von den Eltern überwacht fühlten war der Aspekt «Always On» zu den Anfangszeiten des Mobiltelefons kein Problem. Besaßen doch die Grundschüler nur zu geringen Teilen ein Handy. Erst wenn die Kinder und Jugendlichen älter werden und sich ihr räumlicher Aktionsradius ausweitet, steigt auch der Handybesitz bei den Jugendlichen an.

Bei den Erwachsenen war der Anteil der Handybesitzer seit jeher höher als bei den Jugendlichen. Viele der Erwachsenen hatten sogar zwei Geräte: eines zum privaten Gebrauch und ein Gerät, das der Arbeitgeber zur Verfügung stellte. Dies spiegelte sich auch in Nutzungsdaten zu Handy und zum Telefonieren wieder. So fragt beispielsweise die MDS Verbraucher-Analyse des Axel Springer Verlags getrennt nach der beruflichen und der privaten Nutzung des Handys.

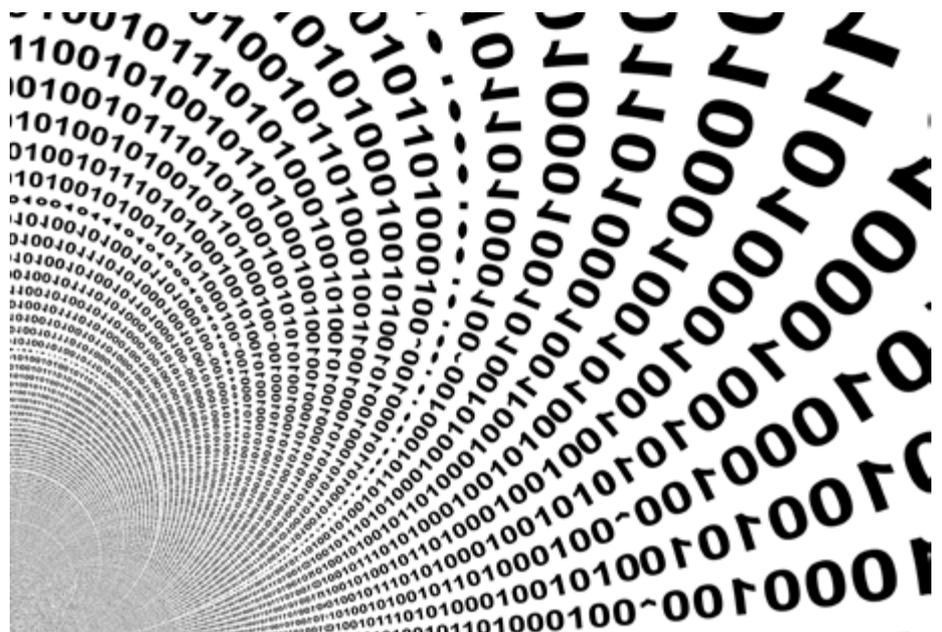
Das Blackberry ist einer der Meilensteine in der Mediatisierung der Arbeitswelt.

Ein wichtiger technologischer Meilenstein war in diesem Zusammenhang der PUSH-Dienst der Blackberry Geräte. Noch vor der Ära der Smartphones boten die Blackberrys vor allem für Unternehmen die Synchronisation von Adressbüchern, Kalendern, Aufgabenlisten und E-Mails an, ohne dass die Nutzer diese Synchronisation mit dem Unternehmensserver aktiv anstoßen mussten. Hierdurch entstand neben der ständigen Erreichbarkeit per Telefon und SMS ein permanenter Zugriff des Unternehmens auf die Mitarbeiter. Und dies nicht nur auf der Ebene der direkten E-Mail-Kommunikation, sondern auch auf der zeitlichen Ebene per schreibendem Zugriff auf Kalender, sowie auf inhaltlicher Ebene durch schreibenden Zugriff auf die Liste der Aufgaben. Hinzu kam in einigen Fällen die Ortung der Geräte per GPS, sodass Arbeitgeber wussten, wo sich Arbeitnehmer befanden oder wie schnell sie sich bewegten. Bei diesem Prozess entsteht ein Zustand der Fremdbestimmung des Arbeitnehmers durch den Arbeitgeber oder der Vorgesetzten. Die Arbeit selbst bestimmt den Takt und die Geschwindigkeit des Arbeitstages. Doch ragt dabei Arbeit zunehmend in die private Freizeit hinein. Die ständige Erreichbarkeit und Verfügbarkeit bedeutet dann auch, in der Freizeit Arbeit zu erledigen, die mittels Blackberry an den Arbeitnehmer übertragen wurde. 2002 berichteten 50% der US-amerikanischen Angestellten, dass sie am Wochenende ihre beruflichen E-Mail-Konten abfragen würden (Madden und Jones 2008). Das Blackberry stand hier Anfang der 2000er-Jahre als Vorreiter dieser technologischen Entwicklung (vgl. Lovink 2012, 38f). So berichtet auch die Kommunikationswissenschaftlerin Miriam Meckel in ihrem Buch «Das Glück der Unerreichbarkeit» (2008), wie terminlicher und inhaltlicher Druck den Weg in die Burnout-Erkrankung markierten und warnt sogar vor dem Ruin von Beziehungen, wenn das Blackberry im Privatleben zum Abarbeiten von beruflichen E-Mails verwendet wird (pte pte 2007).

Literaturtipp:

Turkle, Sherry. 2012. Verloren unter 100 Freunden: wie wir in der digitalen Welt seelisch verkümmern. München: Riemann

Das Blackberry steht also hier als externalisierter und entpersonalisierter Stellvertreter für eine tiefgreifende Veränderung des Arbeitslebens. Dies trifft sich mit der Kritik von Sherry Turkle (2012, 265), die pointiert formuliert, dass wir vernetzt mit vielen Leuten zusammen sind, dabei aber die Erwartungen so weit heruntergeschraubt haben, dass wir uns oft völlig allein fühlen. So bestehe die Gefahr, dass wir andere Menschen als verfügbare Objekte ansehen – oder nur auf jene Aspekte von ihnen eingehen, die wir nützlich, tröstlich oder amüsant finden.



4 Qualitative Veränderung der Internetverbindung, der Dienste und der Geräte

Vom «Always On» einer DSL-Flatrate zum «Always Present» in Online-Communities mit dem Smartphone.

Eine weitere Entwicklungslinie ist die qualitative Veränderung der Internetverbindung. Dies begann zunächst beim häuslichen Zugang zum Internet per Telefonverbindung und Abrechnung in zeitlicher Taktung hin zum «Always On» einer DSL Flatrate (Horrigan und Rainie 2002). Die Möglichkeit, sich jederzeit im Internet zu bewegen, brachte schnell wesentlich höhere Nutzungsfrequenzen der unterschiedlichen Internetdienste hervor. Zudem wurden nun viel mehr unterschiedliche Dienste genutzt und das zeitlich verteilt auf andere Tageszeiten als zuvor. Gleichzeitig stieg auch die Verweildauer auf einzelnen Websites. Die Nutzung der Dienste wurde intensiver und tiefer. Gleichzeitig entstand aber auch eine Diversifizierung und Fragmentierung der Internetnutzer. So haben Horrigan und Rainie vom PEW Internet Project (2002) bereits früh nach dem Aufkommen von Breitband-Internet eine «Broadband Elite» mit mehreren Nutzungsmustern ausmachen können und setzen das in Zusammenhang mit der Veränderung von Lifestyles (vgl. ebenda).

Bei den aktuellen Internetzugängen mit mobilen Geräten ist der Trend ähnlich und es findet eine Verschiebung hin zu Daten-Flatrates bzw. bezahlbaren Datenpaketen statt. Ein wesentlicher Entwicklungsschritt im Bereich der mobilen Geräte waren aber die Smartphones, mit denen man nicht mehr nur Telefonieren und SMS schreiben kann, sondern praktisch alle Internetdienste in der verdichteten Form der Apps auf einem kleinen Gerät nutzen kann. Zu diesen Diensten gehören vor allem die Social Networking Communities und die Möglichkeit, mediale Artefakte zu teilen und anderen im Internet verfügbar zu machen. Die Social Networking Dienste laufen auf den Smartphones in der Regel im Hintergrund weiter und zeigen damit den User in den Netzwerken als «verfügbar» oder «online» an. Dadurch entsteht nach dem «Always On» ein «Always Present» (Horrigan 2009) in online Netzwerken. Das Always Present bedeutet dann auch einen nahtlosen Übergang von den mobilen Smartphones unterwegs bis zum statischen Computer zuhause, da man als Nutzer in den Sozialen Netzwerken für Dritte immer auf die gleiche Weise sichtbar ist. Es macht keinen Unterschied, ob man mit dem Smartphone verbunden ist oder zuhause am Computer sitzt.

5 Umgang mit ständiger Erreichbarkeit und Präsenz

Im Zeitalter der Smartphones und mit der Verfügbarkeit des Internet per mobilem Gerät, rückt der Aspekt der ständigen Präsenz in ein neues Licht. Sobald das Gerät eingeschaltet ist, ist man online, präsent, sichtbar und damit erreichbar. Das bringt zunächst viele positive Effekte, bis zu jenem, wonach 2011 13% der befragten US-Amerikaner angaben, zu telefonieren, um eine Interaktion mit anderen Leuten in der Nähe zu vermeiden (Smith 2011). Aber abseits dieser Vermeidung direkter Face-to-Face Kommunikation, ist wohl das Abschalten des Gerätes die unmittelbarste Möglichkeit, sich der ständigen Erreichbarkeit zu entziehen. In diesem Sinne gaben 29% der befragten Handynutzer an, ihr Gerät von Zeit zu Zeit abzuschalten, um eine Pause von der Handynutzung zu machen (ebenda).

Die noch radikalere Strategie könnte man als «Always off» beschreiben: Entweder das vollständige Abschalten des Handy oder Smartphone oder wenigstens ein temporärer Selbstversuch. Dieses «Abschalten und sich wieder Zurechtfinden müssen in einer analogen Welt» empfindet beispielsweise der Journalist Alex Rühle (2010) als anfangs irritierend doch dann als recht angenehm. Eine Kritik an dieser Strategie ist laut Vorderer / Kohring (2013) die Frage, warum die Menschen wieder ins Online zurückkehren, wenn doch die Zeit des Offline so bereichernd war (ebenda, 190).

Ein ähnlich radikales Vorgehen in Bezug auf Soziale Netzwerke schlägt Geert Lovink vor, der sein gesamtes Konto bei einer grossen online-Community löschen liess (vgl. 2012, 45). Eine Kritik daran könnte die Frage sein, warum man gleich alles löschen muss. Es wäre doch auch denkbar, sich einfach inaktiv zu setzen, mit der Option wieder aktiv zu werden.

Für den Bereich der Freizeit und für Schüler/innen ausserhalb der Schule ist es leichter abzuschalten und sich der aktiven Mediennutzung zu entziehen, aber im Beruf können diejenigen, die mit Medien arbeiten, sich diesen nicht ohne Weiteres entziehen. Dies wird deutlich, wenn man das Thema «Always On» mit dem Begriff Burnout-Erkrankung verbindet. Dabei sind digitale Medien in den Arbeitsalltag fest integriert und für viele Berufsgruppen nicht wegzudenken. Digitale Medien sind aber nur ein Teil der Gesamtproblematik und auch hier kein alleiniger Auslöser von Krankheiten. Es betrifft letztlich individuelle und die betriebliche Organisation des Arbeitsalltags und den Umgang mit komplexen Arbeitsaufgaben in individueller Weise. Hinweise darauf geben beispielsweise die Ratgeber gegen Burnout im Produktivitätsblog «imgriff.com», entlang von Miriam Meckels eigener Erfahrungen mit dieser Krankheit.

Für Arbeitnehmer/innen ist «Always On» oft mit dem Begriff Burnout-Erkrankung verbunden.

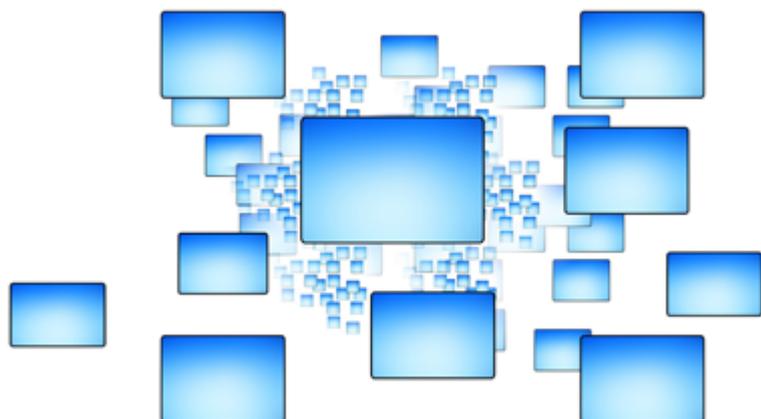
Dort wird dann empfohlen, Sport zu treiben, der «Aufschieberitis» keine Chance zu geben, Nein zu sagen und zu delegieren, Arbeitsberge kleiner zu machen, kleine Pausen zwischendurch zu machen, Aufgaben zu priorisieren und Arbeit deutlich als solche zu markieren (Janson 2012).

Doch dies sind Strategien, die sich auf die individuelle Bewältigung von Stress und Komplexität beziehen. Geert Lovink prangert an, dass eine solche Individualisierung der Problematik die politische Ebene ausblendet und fordert implizit Gewerkschaften und Verbände auf den Plan:

Literaturtipp:

Lovink, Geert. 2012. Das halbwegs Soziale. Eine Kritik der Vernetzungskultur. X-Texte. Bielefeld: Transcript.

«Da die Unzufriedenheit aber nicht auf einer politischen Ebene zum Ausdruck gebracht wird, übersetzen wir das Problem in einen medizinischen Diskurs. Der zum Patienten gewordene User muss die sensuelle Überlastung durch Offline-Qualitätszeit kompensieren.» (Lovink 2012, 38)



6 Dosierungsstrategien als Teil von Medienkompetenz

Der Internetkritiker Geert Lovink stellt die Problematik der ständigen Erreichbarkeit und des «Always On» auch in den Zusammenhang mit der Bewältigung von Informationsfluten und stellt dabei die Frage, ob es hier einen Generationenunterschied gibt (Lovink 2012, 40). Denn seiner Meinung nach dürfte «die Reparatur dessen, was Clay Shirky <Filterversa-gen> nennt, [...] nicht reichen.» (ebenda, 43). Mit Blick auf Kinder und Jugendliche kommt dann auch die Frage nach Medienkompetenz und ihrer Förderung auf, die Geert Lovink wie folgt einordnet:

«Was wir benötigen, ist eine ernsthafte Neubewertung dessen, was Medienkompetenz bedeutet, nicht allein in Bezug auf Informationsethik, Beherrschung der Gadgets oder <Medien-Weisheit> (wie sich die Regeln zur Medienkompetenz in den Niederlanden nennen, wo inzwischen die gesamte Bevölkerung online ist), sondern in Hinblick auf Selbstbestimmung. Ein wichtiger Aspekt dieser Kompetenz liegt in der Fähigkeit, den Bildschirm zu verlassen. Man wird die Werkzeuge erst beherrschen, wenn man nicht nur weiß, wie man sie benutzt, sondern auch, wann man sie beiseitelegt. Man muss lernen einzuschätzen, wie viel E-Mail, Twitter und SMS wirklich wichtig ist, welche Arbeiten später gemacht werden können, was noch Unterhaltung ist und was bloße Zerstreuung.» (ebenda, 42)

Blickt man auf aktuelle Mediennutzungsmuster von Kindern und Jugendlichen, kann man durchaus feststellen, dass sie Strategien entwickeln, nicht immer online zu sein bzw. ihre ständige Präsenz situativ dosieren. Diese Strategien der Dosierung stehen im Gegensatz zur eher generalisierenden Beobachtung von Vorderer und Kohring, wonach man zwar zu einem Fussballspiel gehen kann, aber diesem nicht exklusiv folgen könne, da man ja nebenbei noch das Smartphone oder Handy benutzt um Informationen zu bearbeiten oder um mit anderen zu kommunizieren, die gerade nicht anwesend sind (vgl. 2013, 190).

Jugendliche haben Strategien als Teil ihrer Medienkompetenz um ihre Online-Präsenz zu dosieren.

Im Rahmen des «Pew Internet & American Life Project» haben die Autoren bereits 2010 berichtet, dass Jugendliche selten ihre Handys völlig abstellen (Lenhart u. a. 2010). Lediglich wenn der Akku des Handys schwach wird oder wenn sie «vollgespammt werden» schalten sie das Gerät komplett ab. Wenn sie eine Pause vom Handy wollen, oder wenn sie in sozialen Kontexten sind in denen ein lärmendes Handy störend wäre, dann bevorzugen die meisten Jugendlichen, das Handy lautlos und in den Vibrationsmodus zu stellen, anstatt es komplett abzustellen. So berichtet ein Sekundarschüler, dass er sein Handy in den Vibrationsmodus versetzt, wenn er vor dem Fernseher sitzt oder mit dem Vater Sportübertragungen im Fernsehen ansieht. Da empfindet es der Junge als störend, wenn das Handy bei jeder SMS, die er empfängt «do-da-do-da-doo-doo» (Lenhart u. a. 2010, 72) macht.



7 Empfehlungen zu Cyberhealth

Es ist davon auszugehen, dass die Gesundheit und das Wohlbefinden durch den Druck des «Always On» leiden kann. Dies geht sowohl aus der Stapferhaus-Studie wie aus der Swisscom Lifebalance-Studie hervor. Vor allem in den Ferien, an Feiertagen und den Wochenenden sind Störungen unerwünscht (Swisscom 2012, 26). Dabei macht die totale Erreichbarkeit auch nicht kommunikativer und sozialer und 24% der Stapferhaus-Studie sehen dies so. Allerdings gibt es auch Stimmen, die in einer Flexibilisierung der Arbeitszeit auch Vorteile sehen. Dies gilt aber nur, wenn damit nicht die Überforderung des «Always On» mitgesetzt ist (vgl. Kerber 2003).

Vor diesem Hintergrund ergeben sich aus unserer Studie und dem weiteren Literaturüberblick folgende Empfehlungen:

1. Vor allem Arbeitnehmer/innen müssten die Herrschaft über die Information und die eigene Zeit zurück gewinnen, temporäre Absenzen von bestimmten Plattformen und Diensten selbst bestimmen.

Die Multioptionalität der Smartphones lässt es zu, sich gezielt von einzelnen Diensten zurückzuziehen. So berichten 61% der Facebook-Nutzer in den USA, dass sie schon einmal eine Facebook-Pause für mehrere Wochen eingelegt haben (Rainie, Smith und Duggan 2013, 2). In Twitter ist es nicht unüblich eine temporäre Absenz des aktiven Schreibens mit dem Begriff «#twitoff» zu markieren. Das Jugendsprachliche Wort «Chillen» als ein Sich-Ausklinken und Entspannung-Suchen (Cloos u. a. 2009, 142ff) markiert ebenfalls eine kommunikative Strategie des Rückzugs und der Rekreation. In eine ähnliche Richtung argumentiert Geert Lovink mit Stichworten wie «Askese», «bedachte Informations-Aufmerksamkeit», «Slow Media» oder «Monotasking» (2012, 44f).

2. In einer Kampagne zu «Cyberhealth» müsste das Bewusstsein zu den Risiken des «Always On» breit diskutiert werden.

Während der Jugendschutz mit darauf bezogenen Gefahren des Internets und der Sozialen Dienste breit gefördert wird, fehlen entsprechende Aktivitäten im Bereich der Erwachsenen. Der Stress und Belastungen durch das Verhalten des «Always On» können jedoch ebenfalls gravierende negative Folgen haben. In eine solche Kampagne müssten Gewerkschaften, Verbände, Berufsgenossenschaften und Arbeitgeber einbezogen werden.

3. Technische Möglichkeiten, wie Sie z.B. in Outlook mit der Abwesenheitsmeldung implementiert sind, sollten konsequent genutzt werden.

Eine seit Jahren oft genutzte Möglichkeit, um die Abwesenheit mitzuteilen, ist die Möglichkeit, dies den Mailenden automatisch zurückzumelden. Es ist zu überlegen, wie diese Funktion noch konsequenter genutzt werden kann. Vor allem muss verhindert werden, dass damit nur der Stau der zu beantwortenden Mails noch grösser wird.

4. Wichtig wäre es, entsprechende Apps für die mobile Erreichbarkeit zu entwickeln, welche den temporären Ausstieg aus der jederzeitigen Erreichbarkeit regeln.

Wenn man über mobile Kanäle zu erreichen versucht wird, sollte dazu ein automatisches Feedback erfolgen, das die Auszeit des Teilnehmers bzw. der Teilnehmerin festhält, aber auch für Notfälle eingerichtet ist. Implementiert müsste eine Möglichkeit sein, lediglich für ausgewählte Teilnehmende erreichbar zu bleiben.

5. Die Unsicherheit im Umgang mit «Always On» müsste durch Empfehlungen zum individuellen Umgang verkleinert werden können.

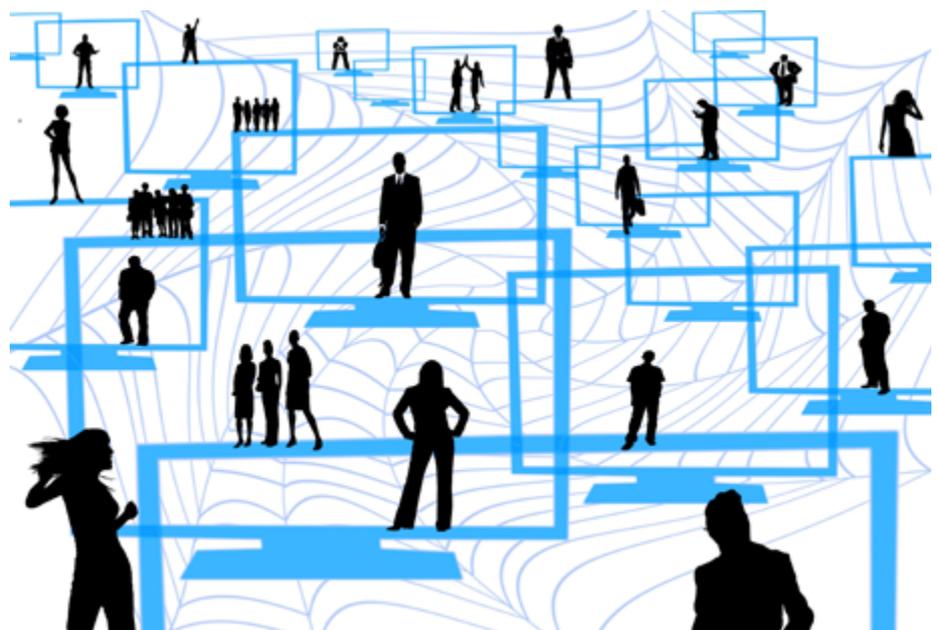
Die festgestellte Hilflosigkeit im Umgang mit der totalen Erreichbarkeit müsste über Vorschläge reduziert werden können, wie man individuell damit umgehen kann – wann man die Erreichbarkeit gewährleisten muss und wann man sich eine Auszeit nehmen kann. Insbesondere müssten hier Fragen zu den Grenzen der Erreichbarkeit geklärt werden. Mögliche Orientierungen wären hier beispielsweise Regelungen zu Öffnungszeiten des Detailhandels.

6. Wie weit eine Flexibilisierung der Erreichbarkeit über Online-Medien mit den Regelungen des Arbeitsrechts vereinbar ist, muss geklärt werden.

Die klaren Regelungen der Arbeitszeit sind durch die mit der Online-Arbeit verbundenen Flexibilisierung in Frage gestellt worden. Hat man zu antworten, wenn dies der Chef in einem spätabendlichen Mail verlangt, war eine Frage der Stapferhaus-Umfrage. Auch wenn man die Flexibilisierung von Arbeitszeiten an sich als positiv sieht, müssen solche Fragen juristisch eindeutig entschieden sein.

7. Ein systematisches Monitoring (analog zu den Jugendstudien vom JIM oder JAMES) soll abklären, wie sich die Befindlichkeit der Bevölkerung zu den Fragen des «Always-On» weiter entwickelt.

Umfragen wie die Stapferhaus-Untersuchung oder die Swisscom Life balance-Studie belegen, dass in der Frage des «Always-On» Handlungsbedarf besteht. Es ist wichtig, dass die weitere Entwicklung durch ein Monitoring begleitet wird. Um einen optimalen Effekt zu erzielen sollten dazu weitere Risiken eines digitalen Lifestyles einbezogen werden – dies im Sinne eines Frühwarnungssystems für ungeplante Nebeneffekte bei der zunehmenden Digitalisierung unserer Gesellschaft.



Literatur

- Cloos, Peter, Stefan Köngeter, Burkhard Müller und Werner Thole. 2009. Praktiken der Alltagskommunikation. In: Die Pädagogik der Kinder- und Jugendarbeit, 141–160. 2., durchgesehene Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Feldhaus, Michael. 2003. Die Folgen von Mobilkommunikation Für die Privatheit. Empirische Ergebnisse Zur Beurteilung Ubiquitärer Erreichbarkeit in der Familie. Hg von. Hans Bredow Institut. Medien und Kommunikationswissenschaft 1, Nr. 51: 24–37.
- Gergen, Kenneth. 2000. Die Gegenwart des Abwesenden. Ist das Handy ein Medium für menschliche Nähe? Psychologie Heute 8: 36–40.
- Glötz, Peter, Stefan Bertschi und Chris Locke, Hrsg. 2006. Daumenkultur. Das Mobiltelefon in der Gesellschaft. Bielefeld: Transcript.
- Höflich, Joachim R. 2001. Das Handy als «persönliches Medium». Zur Aneignung des Short Message Service (SMS) durch Jugendliche. kommunikation@gesellschaft 2, Nr. 1. http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B1_2001_hoeflich.pdf.
- Horrigan, John. 2009. The Mobile Difference. Pew Internet & American Life Project, 25. März. <http://www.pewinternet.org/Reports/2009/5-The-Mobile-Difference--Typology/1-Summary-of-Findings/2-Digital-Collaborators-summary.aspx>.
- Horrigan, John und Lee Rainie. 2002. The Broadband Difference: How online behavior changes with high-speed Internet connections. Pew Internet & American Life Project, 23. Juni. <http://www.pewinternet.org/Reports/2002/The-Broadband-Difference-How-online-behavior-changes-with-highspeed-Internet-connections/Summary-of-Findings.aspx?view=all>.
- Janson, Simone. 2012. Miriam Meckel und ihr Glück der Unerreichbarkeit II/III: Was tun gegen Burnout? imgriff.com. 14. September. <http://imgriff.com/2012/09/14/miriam-meckel-und-ihr-glueck-der-unerreichbarkeit-was-tun-gegen-burnout/> (Zugegriffen: 29. April 2013).
- Kerber, Bärbel. 2003. Die «Arbeitsfalle» – und wie man sein Leben zurückgewinnt! 2. Aufl. Regensburg: Walhalla Fachverlag.
- Lenhart, Amanda, Rich Ling, Scott Campbell und Kristen Purcell. 2010. Teens and Mobile Phones. Pew Internet & American Life Project, 20. April. <http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2010/PIP-Teens-and-Mobile-2010-with-topline.pdf>.
- Lovink, Geert. 2012. Das halbwegs Soziale. Eine Kritik der Vernetzungskultur. X-Texte. Bielefeld: Transcript.
- Madden, Mary und Sydney Jones. 2008. Networked Workers. Pew Internet & American Life Project, 24. September. <http://www.pewinternet.org/Reports/2008/Networked-Workers/1-Summary-of-Findings.aspx?view=all>.
- Meckel, Miriam. 2008. Das Glück der Unerreichbarkeit: Wege aus der Kommunikationsfalle. München: Goldmann Verlag.

- Pte pte. 2007. Always on: Blackberrys können die Beziehung ruinieren. Computerwoche. 29. Oktober. <http://www.computerwoche.de/a/always-on-blackberrys-koennen-die-beziehung-ruinieren,599552> (Zugegriffen: 29. April 2013).
- Rainie, Lee, Aaron Smith und Maeve Duggan. 2013. Coming and Going on Facebook. Pew Internet & American Life Project, 5. Februar. http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2013/PIP_Coming_and_going_on_facebook.pdf.
- Rühle, Alex. 2010. Ohne Netz: Mein halbes Jahr offline. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Smith, Aaron. 2011. Americans and Their Cell Phones. 15. August. <http://www.pewinternet.org/Reports/2011/Cell-Phones/Key-Findings.aspx?view=all>.
- Swisscom. 2012. Swisscom Lifebalance – Studie. Juni. <http://documents.swisscom.com/product/1000174-Internet/Documents/Landingpage-Lifebalance/swisscom-lifebalance-studie-de.pdf>.
- Turkle, Sherry. 2012. Verloren unter 100 Freunden: wie wir in der digitalen Welt seelisch verkümmern. München: Riemann.
- Vorderer, Peter und Matthias Kohring. 2013. Permanently Online: A Challenge for Media and Communication Research. International Journal of Communication 7: 188 – 196. <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/viewFile/1963/848>.

Diese Studie wurde unterstützt durch Swisscom

