

Nachhaltige Mediennutzung: Eine Frage der Zeit.

Abstract: Dieser Beitrag zeigt das Verhältnis von Zeit, Nachhaltigkeit und Mediennutzung auf. Es wird verdeutlicht, dass die Begriffe im wissenschaftlichen Diskurs meist unabhängig voneinander benutzt werden, jedoch in Zeiten konvergierender Medienumgebungen komplexe Zusammenhänge zwischen Zeit und Nachhaltigkeit in der Mediennutzung existieren – vor allem, wenn Nachhaltigkeit in einem breiten Begriffsverständnis auch soziale Aspekte einbezieht, die über die ökologische Dimension hinausgehen. Der theoretisch argumentierende Beitrag bringt theoretische Konzepte und wissenschaftliche Diskurse über Zeit und Nachhaltigkeit in der Medienforschung zusammen und diskutiert anhand einiger Beispiele Phänomene eines nachhaltigen Zeitumgangs in der Mediennutzung.

Nachhaltigkeit und *Zeit* (vor allem in Bezug gesamtgesellschaftlicher Zeitwahrnehmung / Beschleunigung) waren zwei der zentralen Themen des sozialwissenschaftlichen Diskurses des letzten Jahrzehnts, sind gleichzeitig aber noch immer Randbegriffe in der sozialwissenschaftlichen Medienforschung.

Der geplante Beitrag beleuchtet das Verhältnis von *Nachhaltigkeit* und der heute als beschleunigt empfundenen Zeitkultur innerhalb der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Forschung. Dazu werden Diskurse um *Nachhaltigkeit* und *Zeit* in der sozialwissenschaftlichen Medienforschung kurz skizziert und darauf aufbauend argumentiert, dass das *Zeiterleben* und insbesondere der Zeitumgang mit Medien wichtige Aspekte von Nachhaltigkeit implizieren, die es gilt, genauer in den Blick zu nehmen. Dies soll anhand einiger exemplarischer Phänomene verdeutlicht werden.

In der Nachhaltigkeitsforschung sind verschiedene Modelle entwickelt worden, um die Bedeutung des Nachhaltigkeitsbegriffs zu differenzieren, z.B. das Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit, das zwischen der ökologischen, ökonomischen und sozialen Dimension der Nachhaltigkeit unterscheidet (z.B. Hauff und Claus 2012, S. 59) oder in jüngerer Zeit das Donut-Modell (Raworth 2017, S. 39-41), welches diese Dimensionen noch einmal genauer differenziert. Was diese neueren Modelle gemeinsam haben und welchem Verständnis auch unser Beitrag folgt, ist, dass sie argumentieren, dass Nachhaltigkeit nicht nur ökologische, sondern immer auch soziale, wirtschaftliche und kulturelle Fragen impliziert (di Fabio, 2017).

In der sozialwissenschaftlichen Medienforschung ist Nachhaltigkeit bisher ein Thema, das vor allem im Bereich der Umwelt- und Klimakommunikation behandelt wird. Hoppe und Wolling (2016, S. 339) schlagen vor, Nachhaltigkeitskommunikation als analytisches Konzept für das Studium der Umweltkommunikation zu verwenden. Ein solcher Ansatz würde jedoch das Verständnis von Nachhaltigkeit auf seine ökologische Dimension reduzieren. Dabei sollte Nachhaltigkeit, gerade aus einer interdisziplinären Sichtweise, in ihrer oben erläuterten breiteren Definition verstanden werden.

Innerhalb dieser breiteren Definitionen stehen allerdings Fragen nach Zeit und Zeitumgang, nach einer möglichen Be- und Entschleunigung des individuellen Zeiterlebens, nicht im Fokus. Wenn allerdings annähernd 81% der Aussage „mein Leben hat sich in den letzten Jahren wesentlich beschleunigt“ zustimmen (Schöneck, 2004, S. 32) und Medien die Rolle als eine der zentralen Antriebskräfte dieses Verhältnisses zugesprochen wird (Bittman et al. 2009), dann müssen Fragen des individuellen Zeiterlebens und Zeitumgangs von Medien als Teil der sozialen Dimension von Nachhaltigkeit diskutiert werden, in welcher der Mensch und die Qualität seiner Lebensführung im Fokus steht.

In diese Forschungslücke der fehlenden Thematisierung von „Zeit“ in Nachhaltigkeitsdiskursen setzt der vorgeschlagene Vortrag an. Es wird argumentiert, dass zeitliche Prozesse eigentlich schon immer Bestandteil der Medienaneignung waren. Derzeit rücken aber Fragen zu Nachhaltigkeit und dem Zeitumgang mit Medien und der innenliegenden Kommunikationsprozesse in den Vordergrund: So wird der „richtige,“ ressourcenschonende Zeitumgang mit Medien in Zeiten einer „Always On“- Kultur als wichtiges Merkmal des menschlichen Wohlbefindens gesehen, welches meist aber nur unfreiwillig eintritt (Görland, 2020).

Dieses alltägliche Spannungsverhältnis von Nachhaltigkeit, Zeiterleben bzw. Zeitumgang und Medien steht im Mittelpunkt dieses Vortrags, wird theoretisch aufgearbeitet und anhand aus dem Alltag hergeleiteter Beispiele illustriert.

Diese Beispiele sind sowohl auf gesellschaftlicher Ebene zu finden, wie z.B. in der Etablierung „neuer“ (und vielfach kritisierte) Erreichbarkeitsnormen des „Always On“ (Turkle, 2008), welche zur Gefahr des Stehens auf „rutschenden Abhängen“ (Rosa, 2005) führen. Aber auch auf der Meso-Ebene, wo z.B. bei sogenannten „Digital Detox-Agenturen“ mittlerweile zur Produktvermarktung mit der Gegenüberdarstellung eines „authentischen“, nachhaltigen Chronos gegenüber einer „falschen“ Medienzeit gearbeitet wird (Syvertsen & Enli, 2020). Bis hin zur Individualebene, auf der sich zeigen lässt, dass Menschen sowohl aktiv versuchen ihre Medienzeit durch Apps „nachhaltig“ zu verringern - gleichzeitig aber herrschende Bedingungen der reziproken Kommunikationen

konsolidieren - wie z.B. durch die Verwendung von „Blauen Häkchen“ bei WhatsApp, was nichts anderes als eine Transparentmachung, sprich eine Sichtbarmachung von Zeitnormativitäten (gelesen vs. ungelesen) ist. Anhand dieser und anderer Beispiele zeigen wir, wie das Zusammenspiel von Nachhaltigkeit und Zeiterleben in Medienangeboten konstruiert wird und wagen einen Ausblick, wo Möglichkeiten eines nachhaltigen Zeitumgangs in Prozessen der Medienaneignung jenseits eines *Digital Detox* liegen.

Literatur:

Bittman, M., Brown, J. E., & Wajcman, J. (2009). The mobile phone, perpetual contact and time pressure. *Work, Employment and Society*, 4(23), 673–691. <https://doi.org/10.1177/0950017009344910>

Di Fabio, A. (2017). The Psychology of Sustainability and Sustainable Development for Well-Being in Organizations. *Frontiers in Psychology*, 8, 1534. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01534>

Hauff, M. & Claus, K. (2012). Fair Trade. Ein Konzept nachhaltigen Handels. Stuttgart: UTB.

Görland, S. O. (2020). *Medien, Zeit und Beschleunigung: Mobile Mediennutzung in Interimszeiten*. Springer Fachmedieb. Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-29216-4>

Hoppe, I. & Wolling, J. (2016). Nachhaltigkeitskommunikation. In H. Bonfadelli, B. Fähnrich, C. Lüthje, J. Milde, M. Rhomberg & M.S. Schäfer (Hrsg.), *Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation. Ein Handbuch*. Wiesbaden: Springer VS, S. 339–354.

Raworth, K. (2017). *Doughnut Economics. 7 Ways to think like a 21st century economist*. Vermont: Chelsea Green Publishing.

Rosa, H. (2005). *Beschleunigung. Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne*. Suhrkamp.

Schöneck, N. M. (2004). “Stets ein bisschen getrieben” Die Zeitwahrnehmung meiner Mitmenschen im Fokus. In H. Rosa (Ed.), *Fast forward—Essays zu Zeit und Beschleunigung: Standpunkte junger Forschung* (pp. 29–46). Ed. Körber-Stiftung.

Syvertsen, T., & Enli, G. (2020). Digital detox: Media resistance and the promise of authenticity. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 26(5–6), 1269–1283. <https://doi.org/10.1177/1354856519847325>

Turkle, S. (2008). Always-on/Always-on-you: The Tethered Self. In J. E. Katz, *Handbook of mobile communication studies*. MIT Press, S. 227–241.