

Kompetent für mediatisierte Arbeitswelten: Strategien gegen Info-Flut und permanente Erreichbarkeit

Vortrag am 21. 5. 2014 von **Ass.prof.ⁱⁿ Mag.^a Dr.ⁱⁿ Caroline Roth-Ebner**: Studierte Publizistik und Kommunikationswissenschaften an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt, Assistenzprofessorin am dortigen Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaften mit u. a. folgenden Arbeitsschwerpunkten: Informations- und Kommunikationstechnologien, Informationsgesellschaft, Medienpädagogik, Medien und Geschlecht.

Zusammenfassung:

Digitale Medien verändern unsere Kommunikation, Kultur und Gesellschaft – somit auch die Arbeitswelt. Dies eröffnet Chancen, birgt aber auch Herausforderungen. Eine vorteilhafte Nutzung digitaler Medien erfordert das bewusste Management von Zeit und Raum, die Fähigkeit zum Medienmanagement und Medienkompetenz, sowie Grenzmanagement und Entschleunigung. Wesentlichste Querschnittskompetenz für all dies ist Reflexionskompetenz: Es geht darum, das eigene Medienverhalten bewusst zu hinterfragen und die eigene Verantwortung dafür wahrzunehmen.

Mehr zum Thema:

Die **Theorie der Mediatisierung** geht davon aus, dass sich durch die Etablierung neuer Medien die gesellschaftliche Kommunikation verändert – damit gehen Veränderungen unseres Alltag, von Kultur und Gesellschaft einher; die meisten Arbeitswelten sind davon betroffen. Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Mediatisierung konzentriert sich auf die sozialen Auswirkungen dieser Entwicklung, weniger auf die Technologien selbst.

Caroline Roth-Ebner hat eine **Studie zur Mediatisierung von Arbeit** (2013) mit dem Fokus auf Büroarbeit durchgeführt. Im Mittelpunkt der Untersuchung standen sogenannte Digicom-ArbeiterInnen: Personen unterschiedlicher Branchen, die alle intensiv mit digitaler Kommunikation befasst sind. Zentrale Forschungsfrage war, wie die Nutzung digitaler Medien das Zeit- und Raumverhalten und die Zeit- und Raumwahrnehmung verändert, wobei im Sinne der Untersuchungen auch Anwendungen (Software) als ‚Medien‘ verstanden wurden (Konvergenz der Medien).

Bei der Studie wurden sowohl qualitative und als auch quantitative Methoden eingesetzt:

- Im Rahmen von **Leitfadeninterviews** wurden 20 Digicom-ArbeiterInnen ausführlich befragt. Zuvor hatten die Befragten eine Woche lang ein Mediennutzungs-Tagebuch geführt, dieses diente sowohl der Interviewerin zur Vorbereitung auf das Gespräch, als auch der Sensibilisierung der Befragten selbst. Im Anschluss an die Interviews waren die Befragten aufgefordert, ihre Erfahrungen zu visualisieren.
- Zur quantitativen Verbreiterung der Studie wurden mittels einer **Online-Umfrage** weitere 445 Beschäftigte unterschiedlicher Branchen befragt, darunter sowohl Digicom-ArbeiterInnen, als auch Personen, die neue Medien weniger intensiv nutzen.

Die Studie zeigte folgende **Chancen mediatisierter Arbeit** auf:

1. **Zeit- und Ortsouveränität** des Arbeitens: Digicom-ArbeiterInnen erledigen ihre Aufgaben zu unterschiedlichen Zeiten an unterschiedlichen Orten, die Grenzen der Arbeitswelt werden sowohl in räumlicher als auch in zeitlicher Hinsicht brüchiger. Die freiere Zeiteinteilung ermöglicht eine Integration von Arbeit und Familie, wie das Beispiel einer Unternehmerin zeigt, die bei ihrer Familie in den USA lebt, von dort aus ein Unternehmen in Kärnten leitet und lediglich alle paar Wochen für wenige Tage persönlich anreist. (Dass persönliche Kontakte nicht zur Gänze verzichtbar sind, bestätigen die meisten Digicom-ArbeiterInnen.)
2. **Kommunikationsökonomie**: Digitale Kommunikation ermöglicht es, Entscheidungen rasch weiter zu leiten und somit Prozesse zu beschleunigen, z. B. wenn eine Führungskraft unterwegs Entscheidungen trifft und diese bereits während ihrer Abwesenheit vom Büro weiter bearbeitet werden können. Auch bei der Zusammenarbeit von Organisationen an unterschiedlichen Standorten kann digitale Kommunikation kostengünstiger sein als häufige Dienstreisen.
3. **Koordination und Ordnung**: Digitale Medien erleichtern die Zusammenarbeit, z. B. vereinfacht ein Online-Kalender die Terminvereinbarung und Arbeitsunterlagen, die online verfügbar sind, stehen allen Beteiligten jederzeit und an jedem Ort in gleicher Version zur Verfügung.
4. **Transparenz**: Digitale Hilfsmittel können für Klarheit sorgen, z. B. wenn kollektive Terminkalender erkennen lassen, welche MitarbeiterInnen zu einem bestimmten Zeitpunkt verfügbar sind, oder wenn die Statusanzeige von Instant Messengern Auskunft gibt, wer aktuell gerade erreichbar ist.

Diesen Chancen stehen aber auch **Herausforderungen mediatisierte Arbeit** gegenüber:

1. **Neue Kontrollen, neue Kosten**: Die als Chance genannte, verbesserte Transparenz ermöglicht auch neue Formen von Kontrolle; neue Medien erfordern laufende Investitionen, z. B. können aktuelle und attraktive Online-Konferenzräume durchaus mehr als 100.000 Euro kosten.
2. **Vereinnahmung durch Medien**: Die permanente Erreichbarkeit auf unterschiedlichen Kanälen kann Stress erzeugen; vorauseilender Gehorsam erschwert das Abschalten von Medien-Kanälen, das führt häufig zur Ausdehnung der Arbeitszeit.
3. **Quantität und Qualität der digitalen Kommunikation** werden nicht immer als befriedigend erlebt: Während die Zahl der Interaktionen laufend steigt – bis zum ‚Communication Overflow‘, wird die Kommunikation oberflächlicher, die Sprache fehlerhafter.
4. **Entgrenzung Privat – Beruf**: Ein befragter Digicom-Arbeiter meinte, dass kein Raum seines privaten Zuhauses mehr arbeitsfrei sei – die Arbeit kommt mittels digitaler Medien jederzeit überall mit. Gleichzeitig schwappt immer mehr Privates auch in den Beruf über, z. B. mit online Shopping oder der Pflege privater Social Network Sites (etwa Facebook) am Arbeitsplatz.
5. **Neue Abhängigkeiten**: Technische Fehler oder auch nur ein Stromausfall können den Arbeitsablauf lahmlegen, inkompetente Mediennutzung kann zu Fehlern und erheblichem Mehraufwand führen.

Zum Umgang mit den genannten Chancen und Herausforderungen mediatisierter Arbeit empfehlen sich folgende **Strategien und Kompetenzen**:

1. **Management von Zeit und Raum**: Es geht darum, Konzentrations- und Kommunikationsphasen optimal zu kombinieren, dazu verwenden geübte Digicom-ArbeiterInnen ausgeklügelte Arbeitspläne.
 2. **Medienmanagement und Medienkompetenz**: Neue Medien sollten nicht ‚irgendwie‘ genützt werden, sondern sehr gezielt und mit den Kenntnissen einer Expertin / eines Experten. Dazu kann es auch gehören, auf bestimmte Kanäle bewusst zu verzichten.
 3. **Grenzmanagement und Entschleunigung**: Regelmäßige Auszeiten ohne Medien sind für viele Digicom-ArbeiterInnen sehr wichtig; das Abschalten erfordert Selbstdisziplin, ‚erzieht‘ aber auch das Arbeitsumfeld.
- **Reflexionskompetenz** ist die wichtigste Querschnittskompetenz im Umgang mit digitalen Medien: regelmäßig die eigene Verantwortung und das eigene Verhalten der Mediennutzung zu hinterfragen. Reflexionskompetenz sollte von Kindheit an trainiert werden, sie kann zwar nicht einfach „erlernt“ werden, überdauert dafür aber jede technische Veränderung.

Aus der Diskussion:

Die neuen Herausforderungen der Arbeitswelt erfordern auch neue gesetzliche bzw. gewerkschaftliche Regelungen; das Ausarbeiten und Vereinbaren solcher Regeln wird allerdings durch das rasante Tempo der Veränderungen erschwert.

Die zunehmende Ökonomisierung der Gesellschaft sorgt dafür, dass unter dem ‚gewinnbringenden‘ Einsatz neuer Medien meist nur der kostensparende Effekt verstanden wird. Andere mögliche Vorteile und Chancen kommen vielfach zu kurz.

Die permanente Präsenz der Arbeitswelt im öffentlichen Raum – vom Kaffeehaus bis zum Verkehrsmittel – erzeugt Druck auf alle. Es gibt allerdings auch Versuche dagegen zu steuern, wie z. B. durch Handy-Zonen in öffentlichen Gebäuden. Auch manche Unternehmen versuchen, präventiv Druck abzubauen, z. B. durch E-Mail-freie Tage.

Protokoll: Barbara Smrzka