



Arbeitsmarktservice
Wien
BerufsInfoZentrum

Vision-Rundschau

Innovationen-Trends-Prognosen

Cluster 2016: Neues aus der Kreativwirtschaft

IMPRESSUM: *** Gegründet Juni 1996 *** unregelmäßig erscheinendes Informationsmedium der BerufsInfoZentren Wien, BIZ 6, Gumpendorfer Gürtel 2b, 1060 Wien Tel.: 0043/1/878 71-30299, Katharina.Welan@ams.at Die Vision-Rundschau im Internet: <http://www.ams-forschungsnetzwerk.at> (auf „Publikationen“ klicken und dann links auf „AMS Vision-Rundschau“ – mit ABO-Möglichkeit)

Slow Media

Prinzipiell lassen sich zwei Nutzungsstile im Medienkonsum unterscheiden: Entweder ein Medium wird ganz bewusst oder aber zur Zerstreung genutzt (Zukunftsinstitut 2013). Im Falle sogenannter Fokusmedien richtet sich darauf die volle Aufmerksamkeit des Nutzers, sie sorgen beispielsweise beim Lesen eines Buches fürs Versinken in der Zeit. Diffusionsmedien hingegen laufen nebenher, etwa in Form der „Berieselung“ durch eine beliebige Fernsehsendung. Slow Media kann in beiden Kategorien stattfinden. So kann es sein, dass ein bewusster Verzicht oder eine Reduzierung angestrebt wird, weil die heutige Informationsflut und medienverstärkte Aufgeregtheit unserer Gesellschaft als überfordernd erlebt wird. Slow Media entspricht dann dem Wunsch nach Abschalten. Zugleich ist aber auch die Suche nach Qualität in den Medien ein wichtiger Treiber von Slow Media. Es geht Slow-Media-Usern viel mehr um ein Abtauchen im Lesen, Hören, Sehen und Kommunizieren.

Die Langsamkeit des Umblätterns

Einer der Dinosaurier der langsamen Medien sind Print-Produkte. Sie erfordern (zumindest meist) eine ausschließlich für das Medium reservierte Zeit, lassen sich nur schwer nebenher konsumieren, wie etwa viele Ton-, Bild- oder Online-Medien. Gedruckte Bücher stehen für Qualität, sind hochmobil, lassen sich repräsentativ ins Regal stellen, sind weder auf Akkuleistung noch Internetzugang angewiesen und haben einen Genussaspekt. Ob Buch oder Magazin, Zeitung oder Brief – alle besitzen sie einen emotionalen Wert. Sie sind an ein haptisches und damit sinnliches Erlebnis gekoppelt. „Paper is flesh, screen is metal“, beschreibt der Medienkritiker und Publizist Alessandro Ludovico die emotionale Kraft des Papiers. Allein in Deutschland macht die Buchbranche einen weitgehend stabilen Umsatz von jährlich über 9 Milliarden Euro. Fasst man Erst- und Neuauflagen zusammen, sind in Deutschland 2014 insgesamt 87.134 Bücher erschienen. Den größten Anteil an den Neuerscheinungen hat unverändert die Belletristik.

(<http://www.zukunftsinstitut.de/artikel/slow-business/slow-media/>, Julie 2016)