

DIE PROGNOSEN FÜR 2030



WAS IST DER THINK TANK?

Seit 2011 entwickeln Studierende der Stuttgarter Hochschule der Medien (HdM) im Think Tank des Master-Studiengangs Electronic Media unter der Leitung von Prof. Dr. Petra Grimm und Prof. Dr. Michael Müller von Semester zu Semester neue Zukunftsszenarien zu gesellschaftsrelevanten medientheoretischen Themen.

WAS SIND SZENARIEN?

Szenarien sind komplexe Geschichten, die in sich konsistente Bilder der Zukunft entwerfen. Sie ermöglichen es, sich mit aktuell erkennbaren Entwicklungstendenzen, den wichtigsten Einflussfaktoren und der Dynamik des Wandels auseinanderzusetzen. Narrative Szenariotechniken erhalten hierbei sowohl analytische wie auch kreative Elemente.

UND MIT WELCHER STRATEGIE?

Auf der Grundlage von empirischen Studien, medientheoretischen Diskursen, Selbsttests, klassischen Einflussfaktoren sowie von Literaturrecherchen wurden Prognosen über die Relevanz von Selbstoptimierung und entsprechenden Gadgets und Apps für das Jahr 2030 getroffen und ihr Zusammenhang mit Glück diskutiert.

VORGEHEN



WELCHE RELEVANZ HABEN SELBSTOPTIMIERUNG, QUANTIFIED SELF UND ENTSPRECHENDE TECHNOLOGISCHE INNOVATIONEN FÜR DIE 'GLÜCKSSUCHE' DER GESELLSCHAFT IM JAHR 2030?



UM DIE GEGENWART ZU VERSTEHEN
UND DIE ZUKUNFT VORHERZUSEHEN,
*muss zunächst ein Blick
in die Vergangenheit
geworfen werden.*



Die Studierenden entwickelten ein Szenario für das Jahr 2030 und haben dieses in einem Film dargestellt: <http://bit.ly/1QX3e2P>

DER THINK TANK ...

- schafft** Innovationen im Hochschul-Umfeld
- diskutiert** aktuelle Entwicklungen
- kooperiert** mit dem Institut für Digitale Ethik
- prognostiziert** Zukunftsszenarien



TEAM | Zaira Bartoff, Alexandra Bernauer, Moritz Haist, Nadine Hammele, Dominik Harsch, Franziska Hartung, Olga Henich, Lena Härter, Kai Järnher, Isabella Lang, Marcel Schlegel, Marta Solnica & Miriam Trometer.

LEITUNG | Prof. Dr. Petra Grimm & Prof. Dr. Michael Müller (vorne, Zweite von rechts - hinten, Dritter von rechts).



GLÜCK & SELF QUANTIFIED IM JAHR 2030

KERNTHEMEN DES SZENARIOS



MENSCH & KÖRPER

Rückgang von Selbstoptimierung?
Neues Körperideal
Neue Innerlichkeit
Glück ist technologisch herstellbar
WIR statt ICH



GLÜCKSSUCHE IM PRIVATEN

Super-Singles
Polyamoröse
Alternative Beziehungen
Traditionelle Familienkonstellationen



GLÜCKSINDUSTRIE

Transparenz durch neue Technik
Filter-Anwendungen
Gadgets im Körper
Gadgets steuern Glücksempfinden
Einsamkeit durch techn. Fortschritt



MENSCH | TECHNIK MASCHINE

Neue Selbstwahrnehmung
Effizienz steigt in Wirtschaft und Alltag
Konvergenz bei Devices
Inter- oder Multikulturalität?

VOM STÄNDIGEN BESSER-WERDEN

SEHNSUCHT NACH GLÜCK

Obwohl es uns in unserer westlichen Gesellschaft so gut wie nie zuvor geht, ist die Nachfrage nach Glück so groß wie selten zuvor. Eine wahre Flut von Glücksratgebern überschwemmt den Markt. Die Medien thematisieren sodann regelmäßig das Glück und die Suche danach. Das Streben nach Glück und Selbstverwirklichung ist ein totaler Trend. Oftmals scheint die höchste Bedürfnisstufe des Menschen jene nach Selbstverwirklichung zu sein. An dieser Hürde scheinen jedoch viele Menschen zu scheitern. Sie vergleichen sich. Sie werden unglücklich darüber.

TREND ZUR INDIVIDUALISIERUNG

Die Folge ist oft eine Fokussierung auf sich selbst, die Ich-Orientierung ist auf dem Vormarsch. Der Drang nach Selbstverwirklichung und nach Autonomie verschlingt den Blick für das Umfeld. „Besser-Werden“ lautet die Devise; Selbstoptimierung durch Selbstvermessung stellt das dem zugrunde liegende Kalkül dar. Doch es scheint immer noch ein „besseres Besser“ zu geben. Selbstoptimierung ist oft ein endloser Regress. Und Stress. Die Frage stellt sich: Führt dieser Weg tatsächlich zum Glück?

FRAGENDE GLÜCKSSUCHE

Die Fragen nach dem Lebenssinn und die Suche nach dem Glück nehmen in der Postmoderne ebenso zu wie die Anzahl der Möglichkeiten, in denen Sinn und Glück auffindbar zu sein scheinen. Wem feste tradierte Wertesysteme und übergreifende Narrative nicht mehr als Orientierungspfeiler dienen, bleibt als fragender und haltloser „Glückssuchender“ zurück. Soziale Netzwerke suggerieren, dass Glück mit dem ständigen Drang (oder sogar Zwang?), sich zu verbessern gleichzusetzen ist. Mediale Trends bestärken diese Entwicklung, die eine Ökonomisierung der Werte zur Folge hat.

VIELFALT AN OPTIONEN

Die Freiheit des Individuums scheint in unserer Zeit so groß zu sein wie selten. Die Möglichkeiten, sich selbst zu verwirklichen und „sein Glück zu machen“ sind schier unendlich. Das hinterlässt den Einzelnen in einem Zustand, in dem ihm die alleinige Verantwortung für sein Glück zugeschrieben wird. Dennoch sehnt sich das Individuum nach Lebensregeln, die ein erfülltes Leben versprechen. Er sieht vermeintlich „glückliche Menschen“ in Sozialen Netzwerken und sucht sehnsüchtig den eigenen Weg zum Glück – etwa in Glücksratgebern.

FLUT AN GLÜCKSRATGEBERN

Glücksratgeber überschwemmen den Markt. Sie versprechen die eine und einzige Wahrheit gepachtet zu haben. Sie erläutern „Schritte zum Glück“ – anhand simpler Nach-Mach-Regeln; „Glücklich-Werden“ folge einem mechanisch-kausalen Verständnis. Diese Denkweise eröffnet einer Menge von „Glücks-Autoren“ kommerzielle Chancen. Die Selbstoptimierung findet auf einem riesigen Markt von Apps, Devices und Wearbles statt. Die Sache mit dem Glück sei keine „Glückssache“, sagt die „Glücks-Industrie“.



FRAGEN & LÖSUNGEN DES THINK TANKS



DAS INC. SYSTEM

108 000 Glücksratgeber auf Amazon.
Sinn des Lebens? 1.1 Mio Treffer auf Google.
Nachfrage nach Glück ist so groß wie nie zuvor.

HYPOTHESEN ZU DEN VIER LEBENSWELTEN