Michael Jäckel: „Die Zukunft hat einen Namen: Vielleicht!“

Tennessee Williams' Bonmot „Die Zukunft hat einen Namen: Vielleicht!“ dient als Ausgangspunkt für Überlegungen zur Medienentwicklung, zur Beteiligung an ‚Vorhersage-Spielen', Prognosen und dergleichen. Dabei soll gezeigt werden, dass beim Griff in die ‚Lostrommel der Zukunft' immer auch einmal Volltreffer dabei waren, aber auch viele Überraschungen beobachtet wurden, die, weil vorhandene Strukturen gestört wurden, so gar nicht antizipiert werden konnten.

Dr. Michael Jäckel ist Präsident und Professor für Soziologie an der Universität Trier. Er ist Inhaber der Professur für Konsum- und Kommunikationsforschung. Neben der Allgemeinen Soziologie gehören zu seinen Forschungsschwerpunkten die Bereiche der Medien- und Konsumsoziologie, Neue Kommunikationstechnologien, Arbeitsorganisation und die Soziologie der Zeit.

Literatur:

Adorján, Johanna (2011). „Wir sind noch nicht am Ziel“. Interview mit Jill Abramson. In: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Nr. 45, S. 31.

Baecker, Dirk (2007). Studien zur nächsten Gesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Beck, Ulrich (1996). „Wissen oder Nicht-Wissen? Zwei Perspektiven „reflexiver Modernisierung““. In: Ulrich Beck/Anthony Giddens/Scott Lash (Hrsg.), Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 289-315.

Bell, Daniel (1976). Die nachindustrielle Gesellschaft, 2. Auflage, [Aus d. Amerik.]. Frankfurt am Main: Campus.

Benz, Lore (2010). Medienwandel als Wandel von Interaktionsformen in frühen europäischen Medienkulturen. In: Sutter, Tilmann/Mehler, Alexander (Hrsg.): Medienwandel als Wandel von Interaktionsformen. Wiesbaden: VS Verlag, S. 17-26.

Bolz, Norbert (2010). „Niklas Luhmann und Jürgen Habermas. Eine Phantomdebatte“. In: Burckhardt, Wolfgang (Hrsg.), Luhmann Lektüren, Berlin: Kadmos, S. 34-52.

Ellrich, Lutz (2006). „Die „Digitale Elite“ als Impulsgeber für sozialen Wandel“. In: Andreas Ziemann (Hrsg.), Medien der Gesellschaft – Gesellschaft der Medien, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, S. 141-160.

Habermas, Jürgen (1984). „Wahrheitstheorien“. In: Ders: Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des Kommunikativen Handelns, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Hachmeister, Lutz (1999). Was ist modernes Fernsehen? In: Die Woche, 10. September, S. 44.

Hartley, John (1999). Uses of Television. London, New York: Routledge.

Hirsch, Fred (1980). Die sozialen Grenzen des Wachstums. Eine ökonomische Analyse der Wachstumskrise. [Aus d. Engl.]. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Hirschman, Albert (1974). Abwanderung und Widerspruch. Reaktionen auf Leistungsabfall bei Unternehmungen, Organisationen und Staaten. [Aus d. Amerik.]. Tübingen: Mohr Siebeck.

Honneth, Axel (1992). Kampf um Anerkennung. Zur moralischen Grammatik sozialer Konflikte. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Jäckel, Michael (2008). Macht und Ohnmacht des Publikums. In: Jäckel, Michael/Mai, Manfred (Hrsg.): Medienmacht und Gesellschaft. Zum Wandel öffentlicher Kommunikation. Frankfurt, New York: Campus, S. 171-195.

Jäckel, Michael (2011). Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. 5., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer.J

ohnson, Steven (2006). Neue Intelligenz. Warum wir durch Computerspiele und TV klüger werden. [Aus d. Amerik.]. Köln: Kiepenheuer & Witsch.Krotz, Friedrich/Hepp, Andreas (Hrsg.). Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze. Wiesbaden: Springer.

Linder, Staffan B. (1970). Das Linder-Axiom oder Warum wir keine Zeit mehr haben. [Aus d. Engl.]. New York, London: Columbia University Press.

Link, Jürgen (1999). Versuch über den Normalismus. Wie Normalität produziert wird. 2., aktualisierte und erweiterte Auflage. Opladen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Luhmann, Niklas (1996). Die Realität der Massenmedien. 2., erweiterte Auflage. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Popper, Karl (1965). Prognose und Prophetie in den Sozialwissenschaften. In: Topitsch, Ernst (Hrsg.): Logik der Sozialwissenschaften. Köln: Kiepenheuer & Witsch, S. 113-125.

Rehfeld, Nina (2006). Rettet Google die „New York Times"? In: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 45, S. 33.

Rosen, Jay (2006): The People Formerly Known as the Audience. archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html [Zugriff:02.10.2012].

Rötzer, Florian (1996). „Wir stehen am Anfang einer Epoche, vor der mir graut." Stanislaw Lem über den Ausstieg aus der Science Fiction, das Internet und die Technologie. www .heise.de/tp/artikel/2/2048/1.html. [Zugriff: 07.08.2012].

Ruppelt, Georg (2010). Zukunft von gestern. In: Brehmer, Arthur (Hrsg.), Die Welt in 100 Jahren. Hildesheim: Olms, S. I-XX.

Schulze, Gerhard (1995). Das Medienspiel. In: Müller-Doohm, Stefan/Neumann-Braun, Klaus (Hrsg.), Kulturinszenierungen. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 363-378.

Schwartz, Barry (2004). Anleitung zur Unzufriedenheit. Warum weniger glücklicher macht. Berlin: Econ.

Sloss, Robert (2010 [1910]). „Das drahtlose Jahrhundert". In: Brehmer, Arthur (Hrsg.), Die Welt in 100 Jahren, Hildesheim: Olms, S. 27-48.

Watts, Duncan J. (2011). Everything is obvious. Once you know the answer. How common sense fails us. New York: Crown Business.

Weinberger, David (2007). Everything is miscellaneous. The Power of the new digital Disorder. New York: Times Books.