

# Inhalt

---

**Abbildungen** | 9

**Tabellen** | 11

**Danksagung** | 13

**Einleitung** | 15

**1. Begriffskonzeption Medien und Mediatisierung** | 25

1.1 Medien als Gestalter von Kommunikation | 25

1.2 Der Metaprozess Mediatisierung | 30

1.3 Zwischenresümee: Medien und Mediatisierung | 39

**2. Mediatisierung von Arbeit** | 41

2.1 Informatisierung und Virtualisierung | 42

2.2 Flexibilität, Mobilität, Globale Kommunikation  
und Vernetzung | 50

2.3 Subjektivierung, Standardisierung | 61

2.4 Entgrenzung von Lebensbereichen | 68

2.5 Eckpunkte zur Mediatisierung von Arbeit | 73

2.6 Exkurs: Arbeit und Geschlechtsrollenstereotype im Aufbruch? | 75

**3. Raum, Zeit und Medien** | 83

3.1 Theoretische Konzeptualisierung von Raum | 84

3.2 Theoretische Konzeptualisierung von Zeit | 100

3.3 Eckpunkte zum Verhältnis von Medien, Raum und Zeit | 116

- 4. Forschungsdesign und Forschungsmethoden | 119**
  - 4.1 Triangulation | 123
  - 4.2 Grounded Theory | 126
  - 4.3 Forschungsmethoden | 128
  
- 5. Raum- und Zeitphänomene mediatisierter Arbeitswelten | 163**
  - 5.1 Raum im Kontext von Digicom-Arbeit | 164
  - 5.2 Zeit im Kontext von Digicom-Arbeit | 186
  - 5.3 Fazit: Raum- und Zeitphänomene mediatisierter Arbeitswelten | 207
  
- 6. Chancen, Potenziale, Risiken und Gefahren | 211**
  - 6.1 Raum- und Zeitphänomene mediatisierter Arbeitswelten: Potenziale | 213
  - 6.2 Raum- und Zeitphänomene mediatisierter Arbeitswelten: Herausforderungen | 226
  - 6.3 Fazit: Potenziale und Herausforderungen mediatisierter Arbeitswelten | 243
  
- 7. Raum- und Zeitphänomene mediatisierter Arbeitswelten: Strategien und Kompetenzen | 247**
  - 7.1 Effiziente Mediennutzung | 249
  - 7.2 Management von Raum und Zeit | 256
  - 7.3 Grenzmanagement und Entschleunigung | 264
  - 7.4 Reflexionskompetenz als Querschnittskompetenz | 272
  - 7.5 Fazit: Strategien und Kompetenzen in mediatisierten Arbeitswelten | 275
  
- 8. Mediennutzungstypen | 279**
  - 8.1 Die Mediennutzungstypen im Überblick | 281
  - 8.2 Die Geplagten | 285
  - 8.3 Die Medienprofis | 289
  - 8.4 Die SkeptikerInnen | 293
  - 8.5 Die OptimistInnen | 296
  - 8.6 Fazit: Mediennutzungstypen | 299

## **9. Raum- und Zeitphänomene mediatisierter Arbeit:**

### **Ergebnisse und kritische Reflexion | 303**

9.1 Beantwortung der Forschungsfragen | 304

9.2 Der effiziente Mensch und die „Technologien des Selbst“ | 310

9.3 Schlussfolgerungen für die Medien-  
und Kommunikationswissenschaft | 314

### **Literatur | 329**

Zeitungsartikel, Radiobeiträge, Websites, Filme | 363

