Notizen von Linh (Unternehmensleiter „Karls Fuchs“)

These: Individualisierung durch Digitalisierung ermöglicht der modernen Gesellschaft mehr Freiheit und bietet bessere Chancen im Leben.

Literatur

Buchpublikationen

[1] **Beck**, Ulrich (1986). *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Kapitel V: Individualisierung, Institutionalisierung und Standardisierung von Lebenslagen und Biographiemustern.* S. 205-219. Frankfurt am Main: Suhrkamp

[2] **Ewinger**, Dunja et al (2016). *Arbeitswelt im Zeitalter der Individualisierung. Kapitel 2: Individualisierung in der Gesellschaft.* Wiesbaden: Springer Fachmedien

Internetquellen

[1] **Celko,** Max: *Medien und Identität : im Zeitalter der Individualisierung wird die Frage "Wer bin ich?" zum Lebensprojekt* unter http://doi.org/10.5169/seals-303080 (Stand: 20.08.2018)

[2] **Böhnke ,** Dr. Petra: *Die Individualisierungsthese* unter https://www.wzb.eu/www2000/bal/skl/seminar_pb/Sitzung%2006/Handout%20Referat%20Individualisierung.pdf (Stand: 20.08.2018)

[3] **o.V.**: *Individualisierung* unter http://soziologie.soz.uni-linz.ac.at/sozthe/freitour/FreiTour-Wiki/Individualisierung.htm (Stand: 20.08.2018)

[4] **o.V.**: *Shell Jugendstudie 2015* unter https://www.shell.de/ueber-uns/die-shell-jugendstudie/werte-der-jugend.html (Stand: 20.08.2018)

[5] **Siegen,** Dagmar Hoffmann: *Mediatisierte Lebenswelten* unter https://www.hs-magdeburg.de/fileadmin/user_upload/Fachbereiche/AHW/files/ringvorlesungen/ringvorlesung-5-hoffmann-2011-01-18.pdf (Stand: 20.08.2018)

[6] **Sievert**, Korinna et al: *Zukunft? Jugend fragen!* unterwww.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Pools/Broschueren/jugendstudie_bf.pdf (Stand: 20.08.2018)

[7] **Wiegerling**, Dr. habil. Klaus: *Identitätsbildung in neuen medialen Umgebungen: Individualisierung versus Typologisierung* unter https://edoc.ub.uni-muenchen.de/15309/1/Monagas_Alexander.pdf (Stand: 20.08.2018)

o.V.: Individualisierung unter http://soziologie.soz.uni-linz.ac.at/sozthe/freitour/FreiTour-Wiki/Individualisierung.htm (Stand: 12.03.2018)

Definition

→ „Unter Individualisierung wird der Prozess der Ablösung der typischen industrie-gesellschaftlichen Lebensformen durch postindustrielle Werte der Selbstbestimmung und Selbstverwirklichung in Folge eines verbesserten Lebensstandards, weitgehender sozialer Sicherheit und neuartigen Lebenschancen verstanden. Anstelle von „Normalbiographien“ im Sinne von klassenkulturellen Identitäten und ständisch-konventionellen Lebenswegen treten individuell ausdifferenzierte Lebensentwürfe, so genannte „Wahlbiographien“.

Geprägt und erstmals verwendet wurde dieser Begriff in dem 1986 erschienenen Buch „Risikogesellschaft“ von Ulrich Beck.“

Beck, Ulrich (1986). *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Kapitel V: Individualisierung, Institutionalisierung und Standardisierung von Lebenslagen und Biographiemustern.* S. 205-219. Frankfurt am Main: Suhrkamp

=> Individualisierung als „neuen Modus der Vergesellschaftung“ bzw. als eine „Art »Gestaltwandel« oder »kategorialer Wandel« im Verhältnis von Individuum und Gesellschaft.“ (S.205)

- Modernisierung führt zu **dreifachen Individualisierung** (außerdem Herausbildung zentralisierter Staatsgewalt, zu Kapitalkonzentrationen, Geflecht von Arbeitsteilungen und Marktbeziehungen & zu Mobilität, Massenkonsum)

=> ahistorisches Modell der Individualisierung:

1. Herauslösung aus historisch vorgegebenen Sozialformen und -bindungen (**Freisetzungsdimension**)

2. Verlust von traditionellen Sicherheiten im Hinblick auf Handlungswissen, Glauben und leitenden Normen
(**Entzaubersungsdimension**)

3. Neue Art der sozialen Einbindung
(**Kontroll- bzw. Reintegrationsdimension**) (S. 206)

- soziale Klasse bestimmt nicht mehr Handeln und Lebensführung des Einzelnen (vgl. S.208)

=> Mensch wird zum Gestalter seiner eigenen Biographie

- Fahrstuhleffekt (S. 122)
  seit 60er - Jahre anhaltende Wohlstandssteigerung → alle konnten sich kontinuierlich ein bisschen mehr leisten (Mehr an Einkommen, Bildung, Mobilität, Recht, Wissenschaft, Massenkonsum)

Siegen, Dagmar Hoffmann: Mediatisierte Lebenswelten unter https://www.hs-magdeburg.de/fileadmin/user_upload/Fachbereiche/AHW/files/ringvorlesungen/ringvorlesung-5-hoffmann-2011-01-18.pdf (Stand: 20.08.2018)

Moderne Welt (vgl. Eickelpasch & Rademacher 2004)

- funktionale Differenzierung u. versachlichte, anonyme Rollenbeziehungen
- unterschiedliche, z.T. widersprüchliche Sinnwelten der einzelnen Teilsysteme
- Der Einzelne ist nur als Träger von Rollen von Interesse.
- Persönliche Identität basiert auf Eigenleistung.
- Der Mensch erfährt sich als Individuum.

Einige Charakteristika einer sich modernisierenden Gesellschaft (vgl. z.B. Beck 1986)

- Pluralisierung der Lebensstile → viele Studiengänge, neue "Berufe"
- (Sozio-)Kulturelle Diversifizierung
- Selbstverwirklichungsansprüche durch Bildungsexpansion und Zunahme der disponiblen Zeit
- Zuwachs an Handlungsspielräumen und stärkere Handlungsautonomie
- Vielfältige Kommunikationsformen

Konsequenzen

- „Der Einzelne wird zunehmend zum Zentrum seiner eigenen Lebensplanung."(Eickelpasch/Rademacher 2004, S. 17)
- Der Mensch wird zum Regisseur seiner eigenen Biografie, zum Architekt, der sein eigenes Haus plant.
- Bricolage (Levi-Strauss) – Bastelexistenz (Hitzler) – Patchworkidentität (Keupp)• Selbstverantwortung
- "Meine Zukunft bin ich!" (W. Vogelgesang 2001)

Mediatisierung meint

> „den Wandel gesamtgesellschaftlicher wie individueller Kommunikationspraktiken auf unterschiedlichen Ebenen, die sich neuer und veränderter medialer Potenziale bedienen, und die damit zusammenhängenden Folgen für Alltag und Lebensbereiche, Wissensbestände, Identität und Beziehungen der Menschen sowie Kultur und Gesellschaft." (Thomas & Krotz 2008, S. 29)

Ewinger, Dunja et al (2016). *Arbeitswelt im Zeitalter der Individualisierung. Kapitel 2: Individualisierung in der Gesellschaft.* Wiesbaden: Springer Fachmedien

- Was individuell ist Leben? => Dazu Frage nachgehen, wie ist das Leben strukturiert?

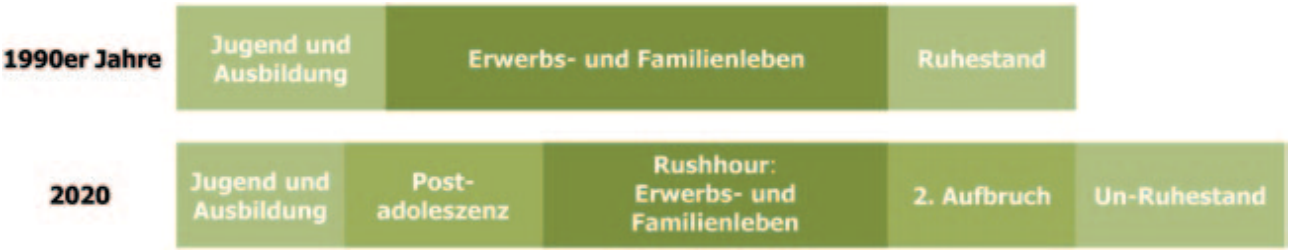


Abb.2.4 NeueBiografiemuster.(Quelle: Zukunftsinstitut 2011, S.68)

- „Normalbiografie“, bestehend aus Ausbildung, Arbeit und schließlich Rente, hat ausgedient => geradliniger Verlauf einer Biografie wird zur **Multigrafie** (vgl. S. 11)
- „Zwischen Jugend und Erwachsenenalter schiebt sich nun eine post-adoleszente „Multi-Optionsphase“, in der sich die junge Generation ausprobiert, scheitert, weitersucht, erste berufliche Erfahrungen macht und um die Welt reist.“ (S. 11)

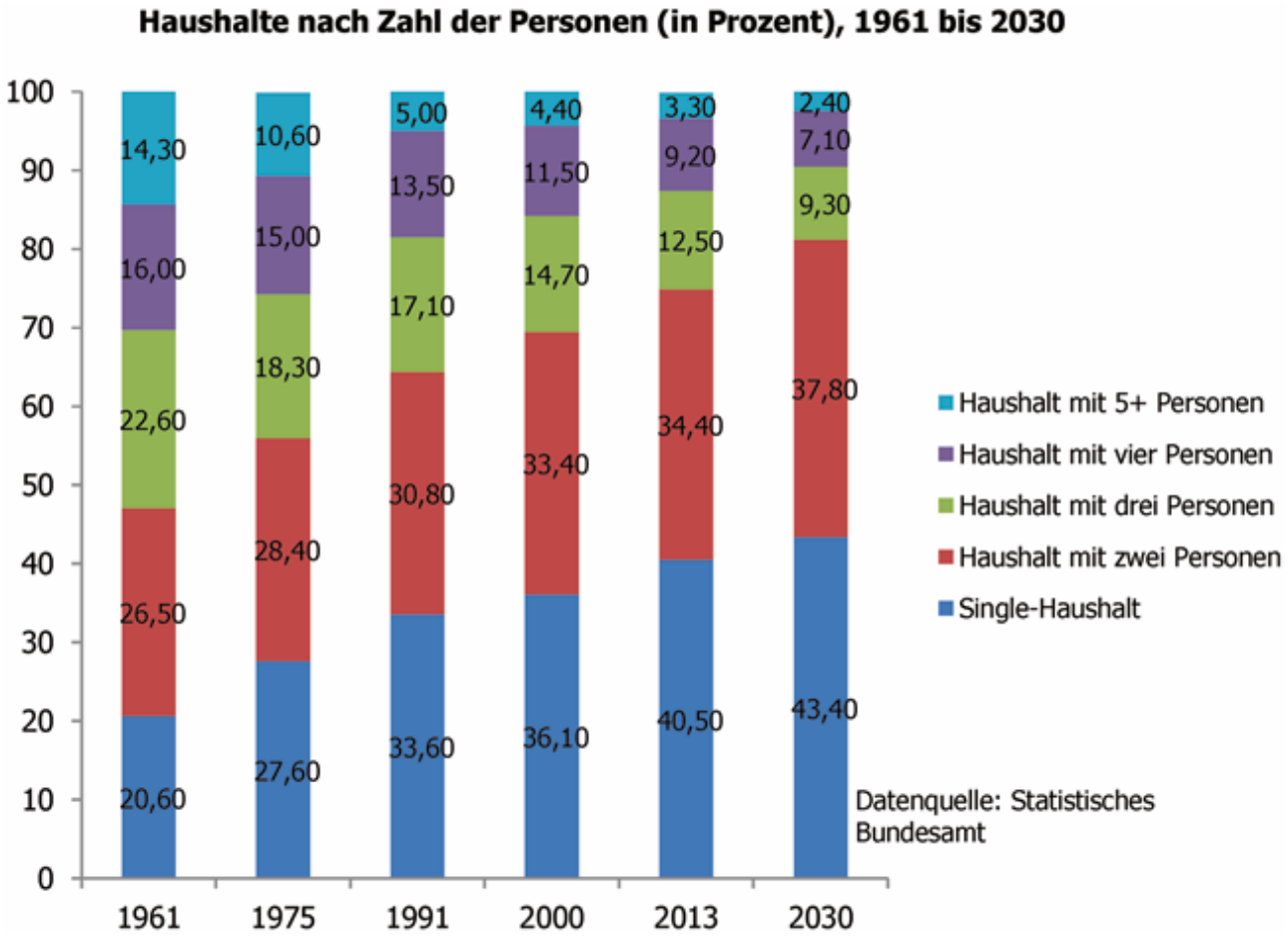


Abb.2.1 Haushalte nach Haushaltsgrößen in Deutschland (Quelle: Daten von Statistisches Bundesamt 2015)

- Anteil Single-Haushalte wächst stetig, während Haushalte mit Kindern immer weniger werden
- Teilschuld demografische Wandel (steigende Lebenserwartung und niedrige Geburtenraten)
- veränderten Biografien beeinflussen die Haushaltsgröße => Menschen müssen nicht mehr heiraten, Kinder bekommen und sich auf ewig an jemanden binden
- Was glücklich macht und gut für einen ist, zählt (S. 8)

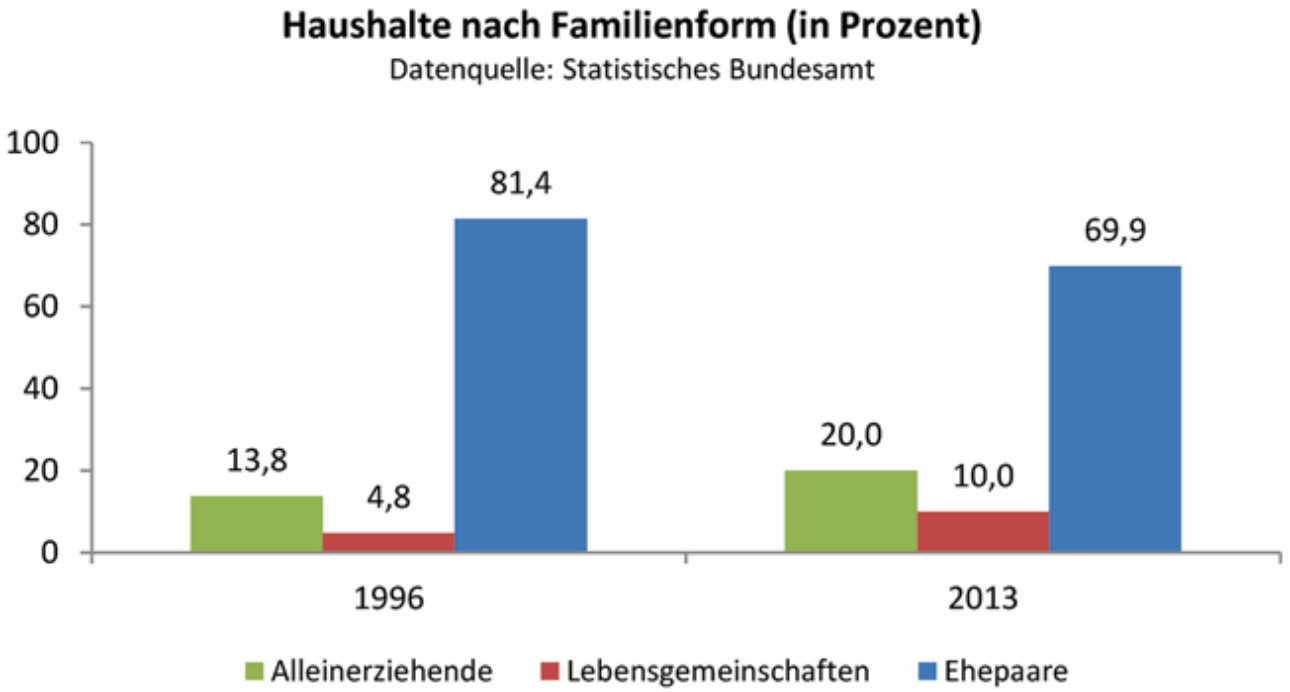


Abb.2.2 Haushalte nach Familienform (Quelle: Daten von Statistisches Bundesamt 2015)

- heutigen individualisierten Gesellschaft kann jeder frei von gesellschaftlichen Zwängen seinen Lebensstil wählen und gestalten => vielfältige Haushaltsformen
- Single-Haushalten, aber auch Haushalte mit kinderlosen Paaren, homosexuellen Paaren, WGs, Paaren mit einem Kind oder mit mehreren Kindern, Alleinerziehenden, alleinstehenden Senioren, Patchworkfamilien, Mehrgenerationenhaushalte und Familien mit mehreren Lebensmittelpunkten
- Insgesamt gilt: Je mehr verschiedene Lebensformen in einer Gesellschaft verbreitet und akzeptiert sind, desto individualisierter ist sie (S. 10)

Celko, Max: Medien und Identität : im Zeitalter der Individualisierung wird die Frage "Wer bin ich?" zum Lebensprojekt unter http://doi.org/10.5169/seals-303080 (Stand: 20.08.2018)

- Ob Müsli, Waschmittel, Beruf oder Lebensstil — Überangebot an Alternativen (S. 39)

- „Die Zahl von möglichen Lebensformen wächst exponentiell — und damit die Vorstellungen von Normalität und Identität.Von schwulen Wanderclubs über Senioren-Bodybuilding-Studios bis zu Sadomaso-Netzwerken für Manager gibt es heute für jedeserdenkliche Spezialinteresse die entsprechende «Community»“ (S. 39)

- Arbeitsmarkt: weniger schablonenartige Qualifikationen => dafür nimmt Spezialisierung zu
  - Arbeitsverhältnisse flexibler, wechselhafter + häufig befristet;
  - Motto «lebenslanges Lernen»
  - Folge Auffächerung der Berufsidentitäten (S. 39)

- **aber:** Firmen nutzen Individualisierung aus
- aktuelle Werbekampagne von Coca-Cola light. Mit dem Slogan «Nur DU bist DU» werden junge Menschen aufgefordert, Fotos von sich einzuschicken, auf denen sie ihren individuellen Stil präsentieren.
- => Fotos werden in Web-Galerie ausgestellt und können von Nutzern bewertet werden; dem Gewinner winkt ein Fashion-Workshop mit einem Stardesigner in New York,
- **absurd:** massenkompatible Individualität ist das Idealbild, auf das Coca-Cola abzielt

- Nescafe wirbt mit Slogan «Es dreht sich alles nur um dich»
- englische Bekleidungskette Topshop ermöglicht es Kunden, sich in Filialen als Fashion-Model selbst in Szene zu setzen und per Selbstauslöser zu fotografieren.
- => besten Bilder werden auf Topshop-Website veröffentlicht
- Nike auf Website => Schuhe individuell zusammenzustellen

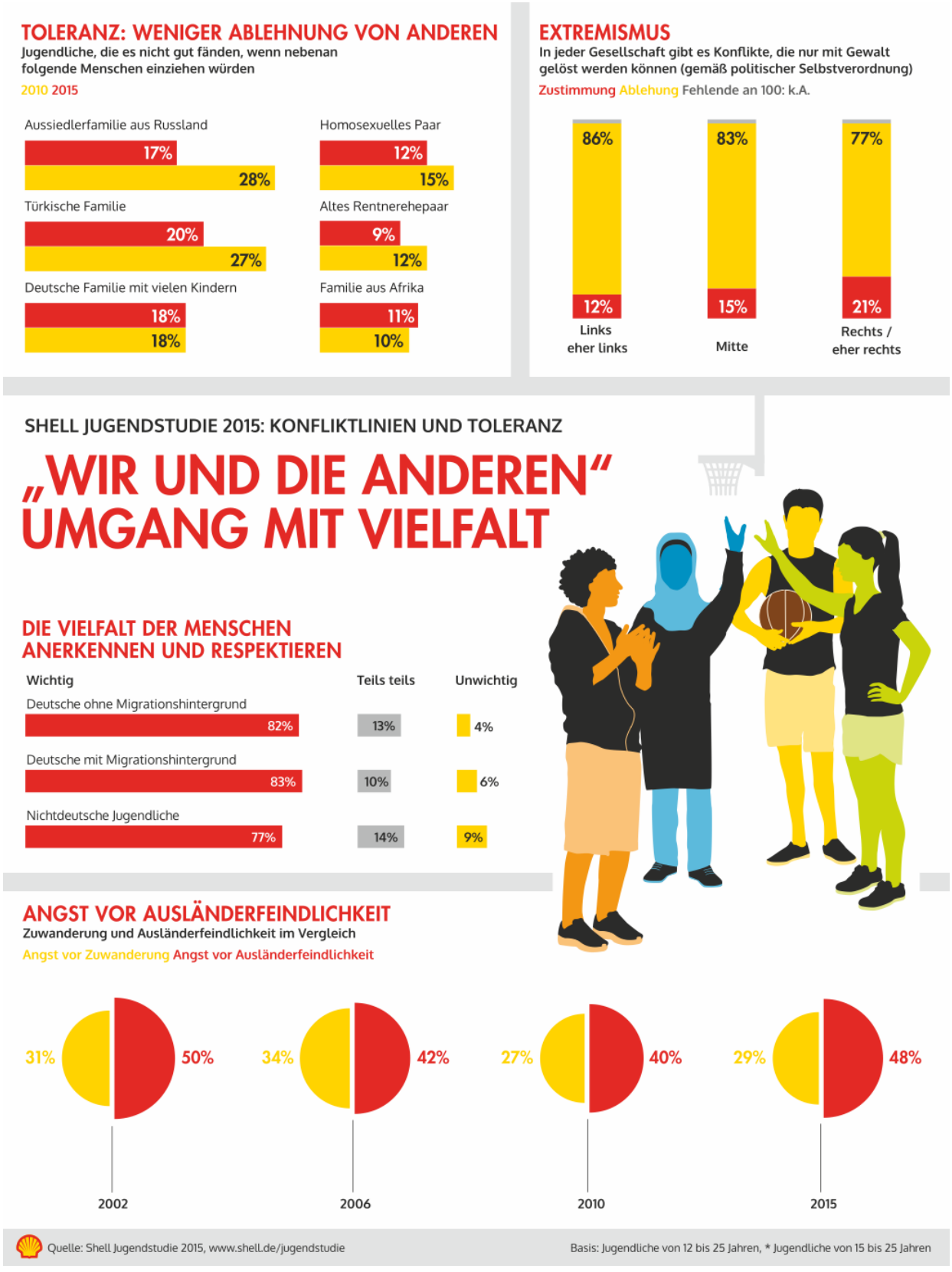
- => Marketing- Gimmicks, die einzig den Narzissmus und Individualismus der Konsumenten ansprechen (S. 43)

Wiegerling, Dr. habil. Klaus: *Identitätsbildung in neuen medialen Umgebungen: Individualisierung versus Typologisierung* unter https://edoc.ub.uni-muenchen.de/15309/1/Monagas_Alexander.pdf (Stand: 20.08.2018)

- Mediennutzung individueller => Wahl des genutzten Mediums als auch Hinblick auf die genutzten Informations- bzw. Unterhaltungsquellen
- neue Technologien: Podcasts, Wikis und Weblogs
- die Möglichkeit, dass jedermann über das Netz mit eigenen Informationsangeboten an die Öffentlichkeit treten kann
- ist zwar noch keine Massenkommunikation => aber: Grenzen zwischen Massenkommunikation über Massenmedien und öffentlicher Kommunikation werden diffuser
- Bsp.: Bloggerangebote, die es mit massenmedialen Angeboten aufnehmen können
- Auch wenn wirklich professionelles Angebot eher die Ausnahme bleibt
- => Konkurrenz an Massenmedien, die sie allerdings schon für eigene Zwecke nutzen, etwa wenn Bloggern Foren geboten werden, die dann auch massenmediale Effekte zeitigen können (S. 1)

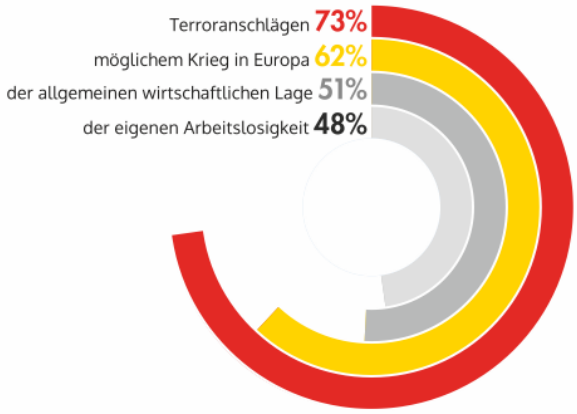
- Der individualistische Gebrauch: Abkapselung von Ausstrahlungszeiten und bestimmten Sendeabläufen
- Außerdem darin, dass ich unterschiedliche mediale Systemapparaturen bzw. mediale Technologien nutze, dass ich mir, wo immer ich mich aufhalte und wann immer ich will, meine eigene mediale Umgebung schaffe (S. 2)

o.V.: *Shell Jugendstudie 2015* unter https://www.shell.de/ueber-uns/die-shell-jugendstudie/werte-der-jugend.html (Stand: 20.08.2018)



NEUE ÄNGSTE

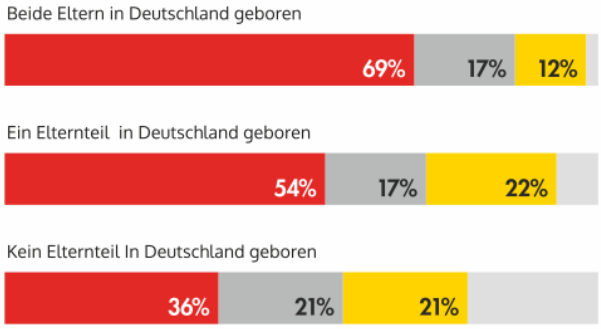
Jugendliche haben Angst vor ..



STOLZ AUF DEUTSCHLAND

Antworten auf die Frage „Du lebst ja in Deutschland: Bist du stolz, ein Deutscher / eine Deutsche zu sein?“

stolz teils-teils nicht stolz k.A.

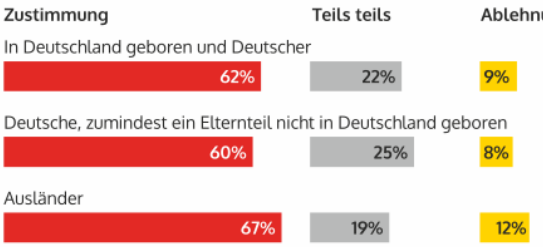


SHELL JUGENDSTUDIE 2015: DIE WELT UND DEUTSCHLAND

BEZUG ZUM WELTGESCHEHEN

DEUTSCHLAND ALS VORBILD

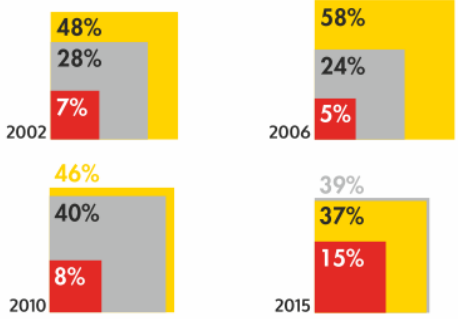
„Deutschland ist ein Land, das Vorbild für andere Länder ist.“



MEHR AKZEPTANZ FÜR ZUWANDERUNG

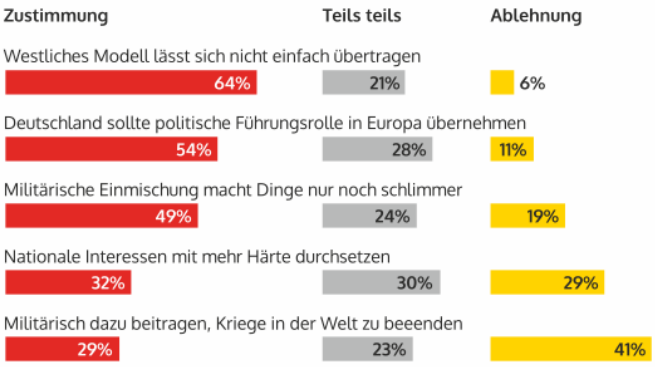
Einstellungen zur Aufnahme von Zuwanderern nach Deutschland

Weniger als bisher Wie bisher Mehr als bisher



FÜHRUNGSROLLE JA, EINMISCHEN UND EINGREIFEN NEIN

Aussagen zur Rolle Deutschlands in der Welt*



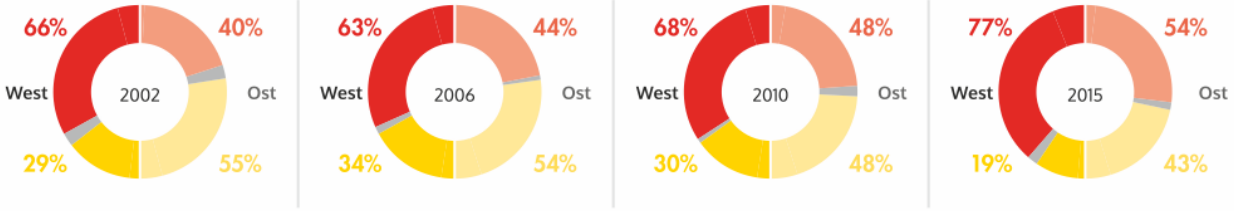
Quelle: Shell Jugendstudie 2015, www.shell.de/jugendstudie

Basis: Jugendliche von 12 bis 25 Jahren, * Jugendliche von 15 bis 25 Jahren

JUGENDLICHE SIND ZUFRIEDENER MIT DEM POLITISCHEN SYSTEM

Zufriedenheit mit der Demokratie in Deutschland

Sehr oder eher zufrieden Sehr oder eher unzufrieden Fehlende an 100: k.A.



HOHER POLITIK- UND WAHLBEZUG

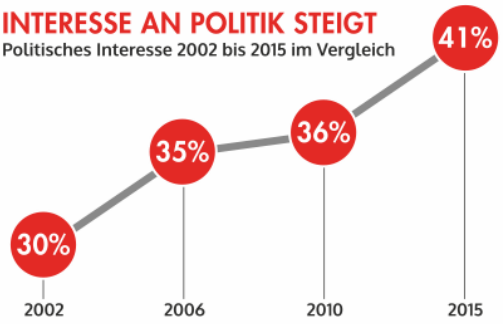
72% der Jugendlichen stimmen zu, dass „eine Beteiligung an Wahlen Bürgerpflicht ist".*

SHELL JUGENDSTUDIE 2015: JUGEND UND POLITIK

INTERESSE AN POLITIK IM AUFWIND

INTERESSE AN POLITIK STEIGT

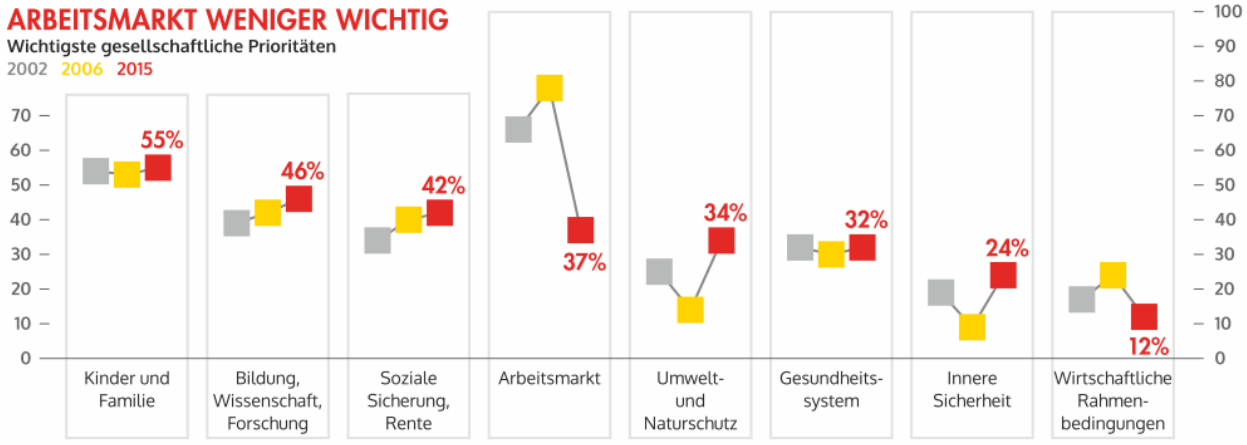
Politisches Interesse 2002 bis 2015 im Vergleich



ARBEITSMARKT WENIGER WICHTIG

Wichtigste gesellschaftliche Prioritäten

2002 2006 2015



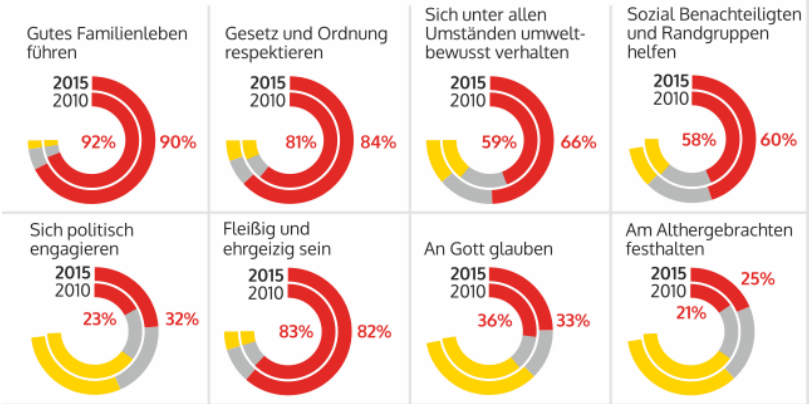
Quelle: Shell Jugendstudie 2015, www.shell.de/jugendstudie

Basis: Jugendliche von 12 bis 25 Jahren, * Jugendliche von 15 bis 25 Jahren

WERTEKATALOG

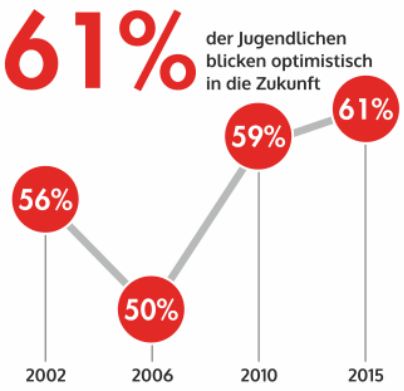
Wertorientierung 2010 und 2015 im Vergleich

wichtig teils-teils unwichtig Fehlende an 100: k.A.



OPTIMISTISCHER BLICK IN DIE ZUKUNFT

Zuversichtlich hinsichtlich persönlicher Zukunft

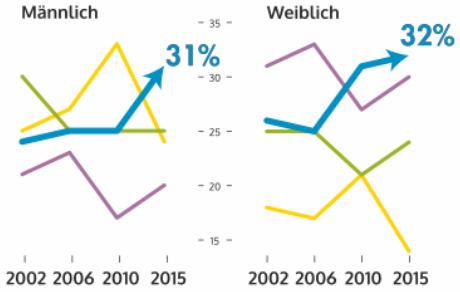


SHELL JUGENDSTUDIE 2015: JUGENDLICHE WERTORIENTIERUNGEN

PRAGMATISMUS, ZUVERSICHT UND SINN FÜR TUGENDEN

MEHR MACHER UNTER DEN JUGENDLICHEN

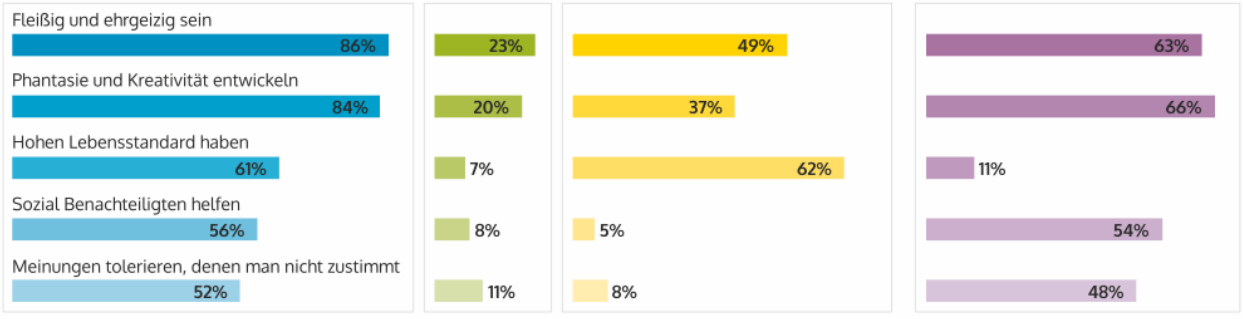
Wertetypen im Zeitvergleich 2002 bis 2015



WAS JUGENDLICHEN BESONDERS WICHTIG IST

Themenprofil der vier Typen der Wertorientierung

Werte 6 und 7 auf einer Skala von 1 bis 7

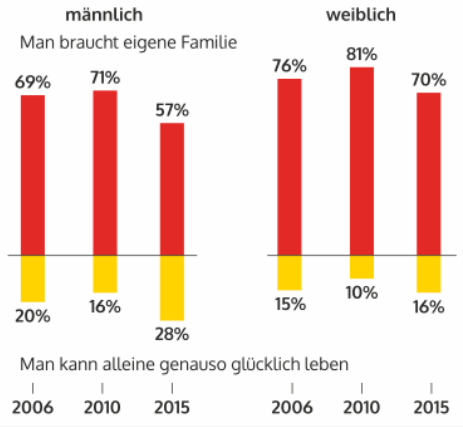


Quelle: Shell Jugendstudie 2015, www.shell.de/jugendstudie

Basis: Jugendliche von 12 bis 25 Jahren, *Westdeutsche Jugendliche von 14 bis 25 Jahren

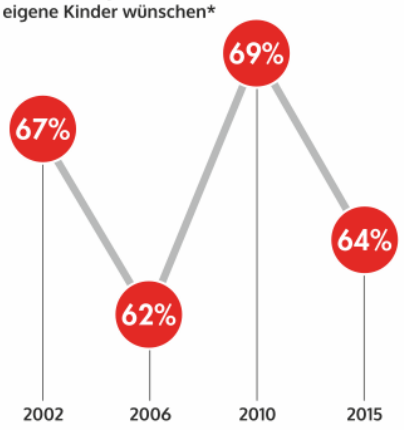
EIGENE FAMILIE WENIGER WICHTIG

Beitrag von eigener Familie zum persönlichen Glück



KINDERWUNSCH GEHT ZURÜCK

Anteil der Jugendlichen, die sich eigene Kinder wünschen*



ELTERN ALS VORBILD

Das Verhältnis zu den eigenen Eltern ist ...

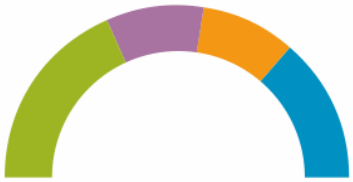
Die Erziehung durch die Eltern ist ein Vorbild für die Erziehung der eigenen Kinder

SHELL JUGENDSTUDIE 2015: FAMILIE UND BERUF

PRAGMATISCHE GENERATION

DURCHSTARTER IN DER MEHRHEIT

Jugendliche im Alter von 15 bis 25 Jahren

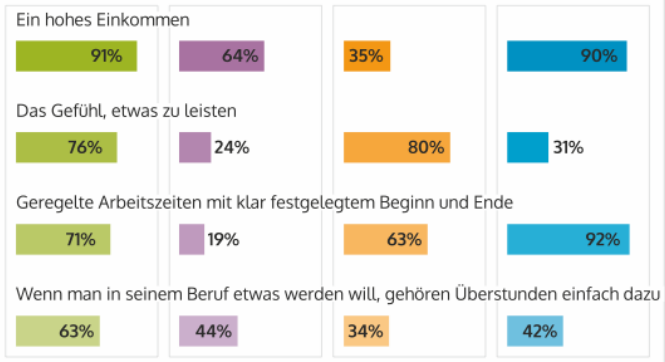


DURCHSTARTER 37% DISTANZIERTE 18% IDEALISTEN 18% BODENSTÄNDIGE 27%

UNTERSCHIEDLICHE ANFORDERUNGEN

Themenprofil der vier Typen zur Berufsorientierung

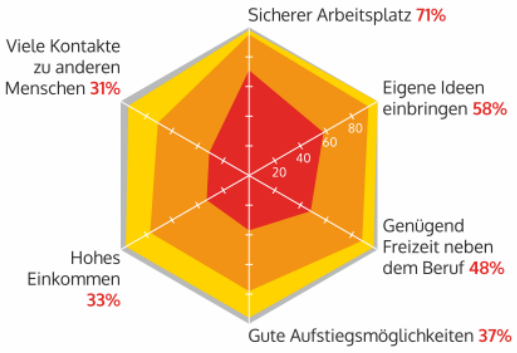
Werte auf einer Skala von 1 bis 5



SICHERER ARBEITSPLATZ AM WICHTIGSTEN

Erwartungen an die Berufstätigkeit

sehr wichtig wichtig weniger wichtig unwichtig



Quelle: Shell Jugendstudie 2015, www.shell.de/jugendstudie

Basis: Jugendliche von 12 bis 25 Jahren, *ohne eigene Kinder