

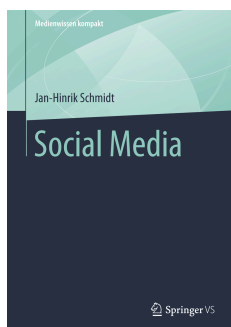
MedienPädagogik

Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung

www.medienpaed.com

ISSN 1424-3636

Rezensionen



Jan-Hinrik Schmidt

Social Media

Wiesbaden: Springer VS, 2013. 108 Seiten

ISBN: 978-3-658-02096-5

12.99 €; CHF 16.50

Social Media kompakt betrachtet

Unter dem Begriff «Social Media» werden Online-Plattformen subsumiert, die ihren Nutzern und Nutzerinnen verschiedenartige Möglichkeiten bieten, sich untereinander auszutauschen und zu vernetzen. Sie sind idealtypisch für das Web 2.0, da die Anbieter lediglich die Infrastruktur bereitstellen und die Nutzer/innen für die Inhalte (Content) sorgen. Ohne aktive Nutzer/innen wären diese Webangebote also inhaltsleer. Weitere Merkmale, die für alle Angebote zutreffen, lassen sich nur schwer benennen. So kann es sich um kostenfreie oder kostenpflichtige Plattformen handeln, es kann umfassende Möglichkeiten der Selbstdarstellung geben oder es werden nur rudimentäre Informationen zur eigenen Person veröffentlicht und der Austausch untereinander kann einen gemeinsamen thematischen Fokus (z.B. konkrete Hobbys; beruflicher Kontext) aufweisen oder themenungebunden sein.

Gegenwärtig ist eine grosse Bandbreite feststellbar und Social-Media-Anwendungen haben in vielen gesellschaftlichen Bereichen für Veränderungen gesorgt bzw. Veränderungsprozesse beschleunigt. Verschiedene wissenschaftliche und gesellschaftliche Diskurse haben sich inzwischen mit diesen Phänomenen auseinandergesetzt.

Kontext

Mit seinem Buch macht es sich Jan-Hinrik Schmidt zur Aufgabe, Social Media aus einer kommunikationswissenschaftlichen Perspektive zu beleuchten, um in Form eines Überblicks herauszuarbeiten, welche Möglichkeiten die gegenwärtigen Medientechnologien bieten und «welche Auswirkungen diese Praktiken auf den Einzelnen und auf die Gesellschaft haben» (18). Das Buch ist in der Reihe «Medienwissen kompakt» des VS Verlags erschienen. Es weicht vom üblichen Standardformat ab und ist kleiner, also handlicher. Zudem ist es mit knapp 100 Seiten weniger umfassend als vergleichbare

Rezensionen

Werke (z.B. Sammelbände). In insgesamt sieben Kapiteln werden dementsprechend ausgewählte Aspekte beleuchtet.

Einstieg und Aufbau

Das Buch überzeugt durch einen klaren roten Faden und gelungene Übergänge zwischen den Abschnitten. Jedes Kapitel beginnt mit einer pointierten Skizzierung, was als zielführende Einleitung und kurze Zusammenfassung dient. Gleichsam sind die Kapitel eigenständig, sodass beispielsweise Leserinnen und Leser, die sich schon näher mit dem Phänomen Social Media auseinandergesetzt haben, das erste Kapitel auslassen können.

Interessanterweise präsentiert Schmidt im ersten Kapitel («Was sind soziale Medien?») als Einstieg keine Definition von sozialen Medien, sondern er belegt anhand konkreter Beispiele aus der jüngeren Vergangenheit (Massenproteste in der arabischen Welt; Plagiats-Skandal von Guttenberg; Verbreitung des Harlem Shake), dass es sich um ein gesellschaftlich relevantes Phänomen handelt. Erst danach erläutert Schmidt, was unter dem Begriff «soziale Medien» zu verstehen ist und führt die Leser/innen in die Begrifflichkeiten ein.

Schmidt wendet sich – den Zielen der Buchreihe entsprechend – explizit auch an Leser/innen, die noch nicht mit dem Thema vertraut sind, und erklärt Elemente wie Tweets und Hashtags. Ergänzende Beschreibungen sind im angehängten Glossar zu finden. Zur besseren Orientierung wird im zweiten Kapitel auch kurz der Aufbau des Bandes beschrieben und Schmidt verdeutlicht seinen eigenen Standpunkt zur Thematik.

Inhalt

Bei seiner Auseinandersetzung mit dem Spannungsfeld von Selbstdarstellung und Privatsphäre in sozialen Medien (Kapitel 3) postuliert Schmidt die Entstehung von neuen persönlichen Öffentlichkeiten. Man kann seiner Argumentation leicht folgen, dass bei der Verbreitung von (vermeintlich privaten oder relevanten) Informationen mittels Social Media meistens nicht der Austausch mit einer unbekanntem Massen-Öffentlichkeit angestrebt werde. Vielmehr erhofften sich die meisten Nutzer/innen eine Reaktion des eigenen sozialen Netzwerks (v.a. Freunde, Bekannte, Kollegen/-innen sowie deren Freundschaftskontakte). «Wer auf Facebook oder Twitter Persönliches mitteilt, handelt daher nicht – Ausnahmen bestätigen hier sicherlich die Regel – aus exhibitionistischer Neigung, sondern um soziale Beziehungen zu pflegen» (28). Dementsprechend sind nach Schmidt ergänzend soziale Normen

Rezensionen

hinzugekommen, die den Nutzern/-innen eine Orientierung bieten, welche Informationen in welchen Kontexten preisgegeben werden. Er schliesst sein Kapitel zum Thema «Privatsphäre» mit der Feststellung, dass diese zwar keineswegs verschwunden sei, aber dass die Grenze zur (persönlichen) Öffentlichkeit neu definiert werden müsse (41). Im anschliessenden vierten Kapitel zum Thema «Medienöffentlichkeit und Journalismus» setzt sich Schmidt inhaltlich anknüpfend mit der Frage auseinander, welchen Einfluss die (private) Verbreitung von (persönlichen) Informationen in sozialen Medien auf den professionellen Journalismus hat und inwieweit die Monopolstellung der Massenmedien aufgebrochen wird.

In den Kapiteln 5 und 6 stehen die Partizipationsmöglichkeiten und die Teilhabe an Wissenswelten im Mittelpunkt. Die Leitfrage lautet hierbei: «Bieten soziale Medien Wissen von allen für alle?» Beschrieben werden die unterschiedlichen Ordnungsmuster der digitalen Welt, die auf Nutzeraktivitäten (z.B. durch Tagging) und den Algorithmen von Anbietern (z.B. Kaufempfehlungen bei Amazon) basieren oder aus der Auswertung von Nutzerdaten im Kontext der sozialen Verortung (z.B. Freundschaftsvorschläge bei Facebook) resultieren. Vor diesem Hintergrund erläutert Schmidt einen besonders relevanten Punkt: die Differenzierung zwischen den (sehr) aktiven und den eher passiven Nutzerinnen und Nutzern. Er argumentiert plausibel dafür, dass (noch) nicht von einer veränderten Partizipationskultur gesprochen werden kann, die allen in gleichem Masse neue Möglichkeiten eröffnet.

Das sog. «Partizipationsparadox» betrifft die Differenzierung zwischen der Teilhabe *mit Hilfe* der sozialen Medien, der Teilhabe *in den* sozialen Medien sowie der Teilhabe *an den* sozialen Medien. Für die ersten beiden Teilhabeformen kann Schmidt konkrete Beispiele für erfolgreiches Engagement benennen. Hinsichtlich der Teilhabemöglichkeiten an den sozialen Medien (z.B. an der technischen Infrastruktur) sieht er jedoch ein Missverhältnis. Einerseits würden die kommerziellen Anbieter der Plattformen die Partizipationsmöglichkeiten ihrer Nutzer/innen «fördern» und sich sogar hinsichtlich der Kontrolle der unüberschaubaren Inhalte (sie melden dem Betreiber unangemessene Inhalte) unentgeltlich zunutze machen. Andererseits gebe es keinerlei Bestrebungen, die Nutzer/innen tatsächlich an der Gestaltung der Struktur mitwirken zu lassen (Ausnahme: die nicht-gewinnorientierte Wikipedia) oder deren gewinnbringende Daten zu schützen.

Angesichts ihrer Passgenauigkeit prophezeit Schmidt im abschliessenden Kapitel, dass soziale Medien auch in zehn Jahren noch existieren werden, selbst wenn einzelne Anwendungen durch neue Trends (als Marktführer)

Rezensionen

abgelöst werden könnten. Er ist sicher, dass die «Prinzipien von Netzwerk- oder Videoplattformen, Wikis oder Blogs nicht wieder verschwinden werden, egal wie die Anbieter heißen» (99). Es bleibe jedoch eine offene Frage, welche Regeln zukünftig herrschen und welchen Einfluss kommerzielle Bestrebungen und staatliche Überwachungsmechanismen ausüben.

Fazit

Insgesamt gelingt es Schmidt sehr gut, die unterschiedlichen Phänomene der gegenwärtigen Vernetzungskultur, die wir aktiv mitgestalten oder passiv wahrnehmen, in klare Begriffe zu fassen und kommunikationswissenschaftlich zu erläutern. Das Buch eignet sich vor allem für Einsteiger in die Materie, bietet aber auch jenen, die sich diesem Diskurs schon länger zuwenden, interessante Einblicke.

Es ist positiv hervorzuheben, dass an mehreren Stellen persönliche Bezüge hergestellt werden, ohne einen plauderhaften Ton anzuschlagen. Vielmehr veranschaulichen die Beispiele aus der eigenen Nutzungspraxis (z.B. die Beschreibung der *news feeds* auf der eigenen Facebook-Seite) die neuen Formen von Öffentlichkeit.

Als Pädagoge vermisst man einzelne Aspekte, bspw. den familiären Umgang mit Social-Media-Anwendungen (Stichwort: Medienerziehung). Aber kann man dies dem Autor vorwerfen? Die Reihe «Medienwissen kompakt» des VS Verlags fokussiert auf Phänomene aus den Bereichen Medien, Kommunikation, Journalismus und Öffentlichkeit, die *medienwissenschaftliche Fragestellungen* beinhalten. Als Zielgruppe werden neben interessierten Laien (ohne spezielle Fachkenntnisse) Studierende der Medienwissenschaft sowie Studierende anderer Sozial- und Geisteswissenschaften genannt. Medienpädagogen/-innen stehen also nicht im Mittelpunkt und insofern ist es nur eine logische Folge, dass Schmidt eine entsprechende Schwerpunktsetzung vorgenommen hat. In anderen Veröffentlichungen hat er sich ja ausführlich den vermissten Themenbereichen zugewandt.

Sein Band liefert dessen ungeachtet spannende Impulse zu der Frage, was zukünftig unter Öffentlichkeit oder privaten Informationen zu verstehen ist. Und diese Themen sind ja ebenfalls für den medienpädagogischen Diskurs relevant.

Thorsten Junge