

2. Aufbau des Bandes

Zugespißt formuliert, lässt sich die Kommunikationswissenschaft auf zwei einfache, aber grundsätzliche Fragen reduzieren: Was machen die Menschen mit den Medien? Und was machen die Medien mit den Menschen?

Erst in der Zusammenschau beider Fragen ergibt sich ein vollständiges Bild davon, wie tief Medien – und damit auch die sozialen Medien des Internets – in unseren Kommunikationsalltag eingreifen. Der Blick allein auf die Medienangebote und ihre technische Gestaltung wäre verkürzt, denn Medien haben, wie alle anderen Technologien auch, nicht von allein und automatisch bestimmte Wirkungen. Man kann also, anders gesagt, nicht einfach aus den technischen Funktionen und Merkmalen einer Plattform wie Facebook ableiten, welche Konsequenzen sie für den Einzelnen und die Gesellschaft haben wird. Denn Menschen verwenden Medien immer in konkreten Situationen, in denen auch noch andere Einflüsse wirken. Dazu gehören zum Beispiel die Kommunikationsabsichten, das Wissen und die Fertigkeiten des Nutzers oder auch soziale Werte und Normen der beteiligten Personen. Mediennutzung ist also immer »gerahmt« von wei-

ter reichenden persönlichen Eigenschaften und gesellschaftlichen Bedingungen.

Umgekehrt wäre es aber auch verkürzt, den Medien gar keine prägende Kraft zuzubilligen. Medien erweitern die Handlungsspielräume von Menschen, weil sie Kommunikation über räumliche und/oder über zeitliche Entfernungen hinweg möglich machen. Digitale Medien haben die zusätzliche Besonderheit, dass sie »programmiert« sind, also auf vorher festgelegten Anweisungen für die Verarbeitung von Daten beruhen. Diese Anweisungen bzw. die Software-Programme können mehr oder weniger komplex und mehr oder weniger offen für Anpassungen sein. Es beeinflusst das Handeln der Nutzer maßgeblich, wie eine bestimmte Plattform gestaltet ist, welche Funktionen sie anbietet und welche nicht, nicht zuletzt auch welche Voreinstellungen und Filterkriterien quasi »unsichtbar« in die zugrunde liegende Software einprogrammiert sind. Wir werden im Laufe des Buches immer wieder auf entsprechende Prinzipien und ihre Folgen zurückkommen.

Eine letzte Vorbemerkung: In Diskussionen über das Internet und seine gesellschaftlichen Auswirkungen herrscht bisweilen noch die Vorstellung, es entstehe eine separate »virtuelle Realität«, die vom »echten Leben« – also dem, was außerhalb des Internets passiert – getrennt sei. Dies knüpft an Science-Fiction-Literatur, Filme und Kunstwerke an, die bereits in den 1980er und 1990er Jahren die Idee eines »Cyberspace« entworfen haben: eine eigene Welt, die vollständig durch Computer simuliert und präsentiert wird und in die Menschen buchstäblich eintauchen, wo sie sich aber auch ganz anders präsentieren als in Wirklichkeit. Diese Vorstellung hält sich hartnäckig, und das Internet bietet auch Möglichkeiten, die dem recht nahe kommen; man denke zum Beispiel an die fiktiven Welten von Online-Computerspielen wie »World of Warcraft«.

Doch das Internet ist ganz und gar nicht virtuell, sondern völlig real: Was Menschen im Internet tun, hat echte Kon-

sequenzen, und sei es nur Ärger, Freude oder Stolz, den die Person vor dem Bildschirm fühlt und nicht irgendeine computergenerierte Verkörperung. Und gerade die sozialen Medien sind, wie die folgenden Kapitel zeigen, längst normaler Bestandteil des Alltags vieler Menschen: Sie handeln dort unter ihrem echten Namen, sie pflegen Kontakte zu echten Freunden und echten Kollegen, und sie informieren sich über echte Anliegen, Hobbys und Ereignisse. Sprachlich hat sich im Deutschen eingebürgert, dass wir das Internet und seine Angebote mit räumlichen Begriffen beschreiben und zum Beispiel sagen, dass wir *im* Netz sind oder einen *Chatroom betreten*. Doch diese Formulierungen und Metaphern sollten uns nicht dazu verleiten, das Internet als separate Realität anzusehen.

Wenn also in diesem Buch von den sozialen Medien die Rede ist, sollten wir immer gewisse Annahmen und Grundlagen im Hinterkopf behalten: Soziale Medien entfalten erst im Zusammenspiel mit Menschen, die sie für ihre Zwecke einsetzen, ihre Wirkung. Und diese Wirkung ist Teil unseres alltäglichen Lebens, nicht auf eine virtuelle Realität beschränkt. Vor diesem Hintergrund sind die folgenden Seiten zu lesen, die sich jeweils einer eigenen Leitfrage widmen. Es beginnt in Kapitel 3 mit der gesellschaftlich intensiv diskutierten Frage, ob soziale Medien wie Facebook oder Twitter die Privatsphäre verschwinden lassen. Dazu werden Besonderheiten der Selbstdarstellung und Beziehungspflege im Internet erläutert und beschrieben, wie die sozialen Medien einen eigenen Typ von Öffentlichkeit schaffen. Dies leitet über zu Kapitel 4, das sich der Frage widmet, ob durch soziale Medien nun jeder zum Journalisten wird. Das Internet hat einen großen Einfluss für die bislang dominierenden Massenmedien, doch bei näherem Hinsehen erkennt man, dass die sozialen Medien den Journalismus nicht verdrängen, sondern vielmehr ergänzen und erweitern.

Aus diesen Entwicklungen resultieren aber auch neue Pro-

bleme, die die Ordnung von Informationen und Wissen betreffen. In Kapitel 5 wird beleuchtet, welchen Einfluss soziale Medien auf die Meinungsbildung bei gesellschaftlich relevanten Themen haben und wie in diesem Zusammenhang Sorgen vor »Filterblasen«, »Echokammern« oder »Social Bots« zu beurteilen sind. Kapitel 6 fragt anschließend, ob soziale Medien Wissen von allen für alle bringen können. Diese Frage berührt nicht zuletzt eines der großen Versprechen sozialer Medien, nämlich Partizipation und Teilhabe zu fördern. Kapitel 7 stellt die optimistischen und die pessimistischen Positionen gegenüber und fragt: Fördern die sozialen Medien Partizipation und Teilhabe – oder Überwachung und Kontrolle? Das abschließende Kapitel 8 zieht ein Fazit und erinnert daran, dass wir es als Einzelne und als Gesellschaft in der Hand haben, wie sich soziale Medien weiter entwickeln werden.



<http://www.springer.com/978-3-658-19454-3>

Social Media

Schmidt, J.-H.

2018, V, 119 S. 3 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-19454-3