



Ullrich Dittler/Michael Hoyer (Hrsg.): *Social Network – Die Revolution der Kommunikation. Kundenkommunikation, Facebook-Freundschaften, digitale Demokratie und virtuelle Shitstorms unter medienpsychologischer und mediensoziologischer Perspektive.* München 2014: kopaed. 340 Seiten, 18,80 Euro

Social Network

Vertraut man dem Titel der vorliegenden Publikation, so muss mit Blick auf den Revolutionsbegriff angenommen werden, der Band reflektiere eine schnelle und radikale Veränderung, die via Social Network die bis dato geltenden Kommunikationsstrukturen grundsätzlich infrage gestellt und umgewalzt hat. Nach der Lektüre der unter solch umstürzlerischem Titel versammelten Aufsätze, die auf entsprechende Vorträge anlässlich des 5. Medienkongresses Villingen-Schwenningen zurückgehen, scheinen wir es hier aber eher mit einem evolutionären Prozess hinsichtlich der Kommunikationsstrukturen zu tun zu haben, der durch einen Entwicklungsprozess der Anpassung gekennzeichnet ist. Den Tenor der Betrachtungen gibt Michael Hoyer vor, wenn er danach fragt, wie soziale Netzwerke die Kommunikation verändern. Hoyer arbeitet Merkmale der analogen und der digitalen Kommunikation heraus und hält resümierend fest, dass sich nicht die Frage stelle, welche Art der Kommunikation besser sei, sondern dass es darauf ankomme: „Wie gut beherrsche ich beide Arten der Kommunikation und welche Nachteile entstehen, wenn eine Variante defizitär ausgeprägt ist“ (S. 29). Wenn sich auch Frank Meik einer solch dualen Sichtweise nicht anschließen möchte, weil er meint: „Wir verblöden und zwar, weil wir verlernt haben, Informationen kritisch wahrzunehmen und zu bewerten“ (S. 51), so zeigt Katrin Busemanns Auswertung der *ARD/ZDF-Online-studie 2013* hinsichtlich der Nutzergruppen im Social Web, dass eine einseitige negative Stigmatisierung digitaler Kommunikation zwangsläufig in eine Sack-

gasse führen muss. Mit steigender Tendenz bewegen sich in Deutschland inzwischen fast 25 Mio. Menschen in sozialen Netzwerken. Vor allem junge Menschen reklamieren in diesen Kontexten für sich einen signifikanten Mehrwert. Sieht man einmal von Mode- und Neuigkeitseffekten ab, so wird dennoch deutlich, dass sich hier Kommunikationsformen stabilisieren, die nach Integration in bisherige Muster verlangen. Ganz pragmatisch unter eher kaufmännischen Gesichtspunkten sieht das Martina Zehner von der Nassauischen Sparkasse: „Wer Jugendliche für sich gewinnen will, muss dorthin gehen, wo sie sich aufhalten“ (S. 115). Oder, wie Martin Reti meint, diese Kommunikationsräume seien Ausdruck eines Lebensgefühls einer Generation und damit „eine Chance für Unternehmen, an dieser Lebenswelt teilzuhaben“ (S. 105). Die Mehrzahl der Autoren stellt ihre stark praxisbasierten Ausführungen demgegenüber mit eher kritisch hinterfragendem Duktus unter den Leitgedanken des „Sowohl-als-auch“. Christoph Neuberger fragt nach dem, was der Bürgerjournalismus angesichts prinzipiell unbegrenzter Veröffentlichungsmöglichkeiten mithilfe des Internets leisten kann. Er kommt zu dem Ergebnis: „Die journalistischen Erträge von Amateuren sind vermutlich dann höher, wenn sie von professionellen Journalisten angeleitet und betreut werden“ (S. 309). Uli Bernhard und Marco Dohle berichten von einer Untersuchung, die nach dem Einfluss verschiedener On- und Offlinemedien hinsichtlich der Meinungsbildung zum Umbau des Stuttgarter Hauptbahnhofs von Bedeutung waren. Die baden-württembergische Bevölkerung mit Internetanschluss gab

mehrheitlich an, dass Zeitungen und Fernsehen für sie den stärksten politischen Einfluss hatten. Felix Flemming und Frank Marcinkowski machen deutlich, dass die Internetpräsenz politischer Parteien nicht zwangsläufig zu höheren Zustimmungswerten führt. Hier kommt es immer auf das Gesamtgefüge der Rahmenbedingungen an.

Thymian Bussemer zeigt in prägnanter Form die Janusköpfigkeit des Netzes auf. Einerseits lädt die vermeintlich herrschaftsfreie Kommunikation im Netz „zu ungehemmter Triebabfuhr ein“, andererseits wird „die Kontrolle im Netz immer engmaschiger“ (S. 205). Solcherlei Herausforderungen verlangen nicht zuletzt nach pädagogischer Auseinandersetzung und Reaktion. Zwei Praxisbeispiele zu den Themen „Rollenbilder“ und „Identitätsarbeit“ machen deutlich, was notwendig und möglich ist.

In der Endkonsequenz finden alle angesprochenen Probleme ihre Ursache nicht in technischen Gegebenheiten – die sind nur die Mittel zum Zweck –, sondern in gesellschaftlichen Strukturen. Das zeigt Martin Voigt sehr anschaulich auf, wenn er sich kritisch mit netzbasierten Mädchenfreundschaften auseinandersetzt, „die in sozialen Medien wie narzisstische Liebesbeziehungen inszeniert werden“ (S. 155). Für Voigt sind das deutliche Reaktionen auf den Zerfall von Familienstrukturen in einer sich allein auf die Arbeitswelt konzentrierenden Gesellschaft.

Klaus-Dieter Felsmann