merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Lisa Melzer: Social Media Handbuch

Beitrag aus Heft »2022/01 Gesundheit und Medien«

In den letzten Jahren sind Bücher, Podcasts und Dokus, aber auch Veranstaltungen, Seminare und Workshops zu Social Media wie Pilze aus dem Boden geschossen. In der Medienwelt selbst wurden nicht nur neue Geschäftsmodelle und Unternehmensstrategien entwickelt, sondern auch spannende Diskussionen und Debatten zu Themen wie Datenschutz, Informationshoheit, Künstliche Intelligenz, Algorithmen und Co. angestoßen.

Das ‚Social Media Handbuch' greift Entwicklungen aber auch langfristige Trends der sich stetig wandelnden Medienlandschaft seit der Erstausgabe im Jahr 2010 kontinuierlich auf. Auch in der mittlerweile vierten Auflage haben die Herausgebenden Daniel Michelis (Professor an der Hochschule Anhalt mit Schwerpunkt ‚Digitale Kommunikation'), Thomas Schildhauer (Inhaber der Universitätsprofessur ‚Electronic Business' mit Schwerpunkt Marketing an der Universität der Künste Berlin) und Stefan Stumpp (Professor für BWL an der Hochschule Anhalt) wieder diverse Beiträge unterschiedlicher Expert*innen aus medienwissenschaftlicher und wirtschaftlicher Praxis zusammengetragen. Gemäß dieser inhaltlichen Ausrichtung ist der Sammelband in drei Teile untergliedert, welche durch ein umfangreiches Stichwort- und Autor*innenverzeichnis abgerundet werden. Einführend klären Michelis und Stumpp im ersten Teil den Begriff Soziale Medien und schaffen damit eine Grundlage, um die Leser*innen an das Phänomen heranzuführen. Zur theoretischen Fundierung wird ein Drei-Ebenen-Modell vorgestellt, welches individuelle, technologische und sozioökonomische Auswirkungen Sozialer Medien in den Blick nimmt. Anschließend werden Konzepte und Ansätze zum Einsatz von Instagram, Facebook, Twitter, YouTube und Co. in einem strategischen Leitfaden zusammengefasst, der als Orientierungshilfe für die Nutzung und zielgerichtete Planung von Social-Media-Aktivitäten dienen soll.

Im zweiten Teil werden in 17 Kapiteln Gedankengänge, Theorien, Modelle und Methoden von hochrangigen Autor*innen, darunter Richard David Precht (‚Dystopie, Retropie und Utopie: Zukunftsvisionen für Soziale Medien'), James Surowiecki (‚Die Weisheit der Vielen'), Jeff Howe (‚Crowdsourcing'), Malcolm Gladwell (‚Tipping Point') oder Chris Anderson (‚The Long Tail'), in komprimierter Form vorgestellt. Die Aufsätze greifen dabei sowohl neue Technologien als auch Überlegungen zu aktuellen Trends und Entwicklungen der Medienlandschaft auf: die Rolle von Bots, das ‚Dark-Social', die zentrale Stellung von Algorithmen oder den Möglichkeiten von Künstlicher Intelligenz.

Abschließend werden im dritten Teil ausgewählte Anwendungsberichte aus der Praxis vorgestellt, die beweisen, wie die zuvor vorgestellten theoretischen Inhalte an konkreten Fällen angewendet werden können, um praktische Probleme zu lösen oder sich nachträglich mit diesen analytisch auseinanderzusetzen. Auch wenn dieses Kapitel im Vergleich zum Theorieteil etwas reduzierter ausfällt, können die dargestellten Anwendungsbeispiele zum Verständnis der Sozialen Medien und ihrer Konsequenzen für Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur beitragen.

Das Buch bietet einen umfassenden Überblick über Mechanismen und Funktionsweisen der Sozialen Medien und veranschaulicht diese anhand von spannenden Praxisbeispielen aus Wirtschaft und Wissenschaft. Die wohl größten Vorzüge dieses Sammelbands liegen im verständlichen Aufbau und der kompakten, aber präzisen Darstellung von Schlüsselwerken unterschiedlicher Autor*innen, welche den Leser*innen wesentliche

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de

Charakteristika und Besonderheiten des Internets aufzeigen. Auch wenn sich Anknüpfungspunkte für medienpädagogische Theorie und Praxis aufgrund der ökonomischen Ausrichtung einiger Beiträge erst beim zweiten Lesen offenbaren, bietet das Buch sowohl für Forschende, Dozierende als auch Studierende vielseitige Anregungen zur intensiven Beschäftigung mit einem der wichtigsten Phänomene des digitalen Zeitalters.

Stumpp, Stefan/Michelis, Daniel/Schildhauer, Thomas (Hrsg.) (2021). Social Media Handbuch. Theorien, Methoden, Modelle und Praxis. 4. aktualisierte und erweiterte Auflage. Baden-Baden: Nomos-Verlag. 402 S., 44,00€.