

Schmidt, Jan-Hinrik (2013). Social Media. Wiesbaden: Springer VS. 108 Seiten, 9,99 €.

Beitrag aus Heft »2014/01: Machtmittel Medien – Pädagogik ohne Macht«

Sie sind, so scheint es, ein Fass ohne Boden. Eine Revolution für unsere Kommunikation, eine Herausforderung für den Journalismus, ein Schatzkästchen für die Wissenschaft, Fluch und Segen für unsere Beziehungen. Soziale Medien haben das tägliche Leben in allen Bereichen umgekrempelt, wie wenig zuvor. Wie schaffen sie das? Was haben soziale Medien, was andere nicht haben? Was machen sie mit uns, was wir mit ihnen? Wie ist das alles zu bewerten? Das sind die Fragen, die durch Köpfe, Foren, Artikel, Gespräche, Studien und Bücher geistern und auf die es an verschiedenen Stellen verschiedenste Antworten gibt. Die neuesten stehen im Buch Social Media, das Jan-Hinrik Schmidt vom Hans-Bredow-Institut für Medienforschung in Hamburg verfasst hat. Nur 108 Seiten ist das handliche Werk dick, bei nur 12,5 auf 19 cm Größe und macht seinen Reihentitel Medienwissen kompakt damit durchaus glaubwürdig: Ein kompaktes Hosentaschen-Format für ein großes Thema. Dass das Buch keine langen Abhandlungen und komplizierten Betrachtungen enthält, hat aber System: In knapper, verständlicher Form möchte es wissenschaftliche Erkenntnisse präsentieren, verkündet der Verlag. Für Studienanfänger oder Quereinsteiger gebe es Orientierung und für ‚Kenner der Materie‘ neue Perspektiven. Dabei ist die inhaltliche Spannweite ganz und gar nicht ‚knapp‘. Angefangen mit der Frage „Was sind soziale Medien?“ in Kapitel 1 hangelt sich Schmidt über „Selbstdarstellung und Privatsphäre“ und „Medienöffentlichkeit und Journalismus“ hin zur Frage nach „Teilhabe in Wissenswelten“ und dem „Partizipationsparadox“.

Auf je circa 20 Seiten nähert sich Schmidt seinem Thema und schafft es tatsächlich, knapp und verständlich die wichtigsten Informationen auf wenige, kleine Seiten zu packen. Er macht in seiner Einleitung einen Ausflug in die Untiefen der Angebote im Social Web, betrachtet Blogs, Wikis und Netzwerke und entlässt seine Leserschaft mit den klassischen Fragen der Kommunikationswissenschaft in die nächsten Kapitel: Was machen die(se) Medien mit uns? Was machen wir mit ihnen? Anschließend lenkt er den Blick auf die Frage nach Öffentlichkeiten, diskutiert die Eigenschaften privater und journalistischer Öffentlichkeiten, stellt ihre Vermengung in sozialen Medien ebenso wie ihr dadurch entstandenes Konkurrenzverhältnis dar und diskutiert, inwieweit technische Lösungen und/oder soziale Normen diese verwischte Grenzziehung ersetzen oder vereinfachen können. Vom Journalismus schließlich gelangt er zu Wissenswelten ganz allgemein, beschäftigt sich ein Kapitel lang mit Algorithmen, Wikis und Partizipation und diskutiert sozusagen als Finale das ‚Partizipations-Paradox‘, also die Zwickmühle, in der man steckt, wenn man ‚echte‘ Teilhabe in kommerziell betriebenen Plattformen umsetzen möchte. Zum guten Schluss bringt Schmidt als Fazit auf den Punkt: Soziale Medien machen Informationen zugänglich und unterstützen zwischenmenschliche Beziehungen.

Sie treiben Individualisierung, das ‚Projekt Ich‘ voran und sind so für manche ein lang ersehnter Befreiungsschlag, für andere wiederum eine echte Bürde. Anschließend gibt es ein paar Literaturempfehlungen, ein kurzes Glossar und schon ist das Buch wieder zu Ende. Zu sagen bleibt: Seinem Ziel, kurz, knapp und verständlich zu sein, wird der kleine Band durchaus gerecht. Schmidt nutzt seinen Platz für nachvollziehbare und praktische Erklärungen, es gibt keine Abbildungen, es werden kaum Studien zitiert oder Meinungen ausführlich diskutiert. Stattdessen werden Fragen und Themen aufgeworfen, Ansätze knapp dargestellt und zusammengefasst. So schafft Schmidt es, einen klaren und übersichtlichen Einstieg in ein komplexes Thema zu bieten, Leserinnen und Lesern zur versprochenen ‚Orientierung‘ zu verhelfen und mit den wichtigsten Fakten, Ansätzen und Themen eine solide

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

Wissensbasis für die weitere Beschäftigung mit dem Thema zu schaffen – die dann gleich in den vorgestellten Literaturverweisen passieren kann. Schade ist lediglich, dass erst im Buch klar wird, dass es sich hauptsächlich auf Fragen der Öffentlichkeiten und deren Ausprägungen, Erscheinungsformen und Bewertungen konzentriert.

Andere, interessante Aspekte des Themenkomplexes ‚Social Media‘, etwa veränderte Kommunikations- und Beziehungsmuster, Aneignung durch Jugendliche, Einsatz für Bildungszwecke, ethische Herangehensweisen et cetera werden nur gestreift oder ganz verschwiegen. Das ist natürlich nicht verwerflich, sondern kann einer differenzierten Behandlung nur zu Gute kommen – allein der Titel „Social Media“, der auf keinerlei Schwerpunktsetzung verweist, könnte in dem Fall klarer sein.