

Dittler, Ullrich/Hoyer, Michael (Hrsg.) (2014). Social Network – Die Revolution der Kommunikation. Kundenkommunikation, Facebook-Freundschaften, digitale Demokratie und virtuelle Shitstorms unter medienpsychologischer und mediensoziologischer Perspektive.

Beitrag aus Heft »2014/03: Apps«

Soziale Netzwerke haben in den letzten Jahren großen Einfluss auf die Kommunikation genommen. Um verschiedene Perspektiven aus unterschiedlichen Disziplinen zu vereinen, wurde der Sammelband Social Network – Die Revolution der Kommunikation herausgegeben, anlässlich des 5. Medienkongress Villingen-Schwenningen. Die Beiträge lassen sich in vier Bereiche einteilen. Im ersten Themenkomplex geht es um die Nutzung sozialer Netzwerke. Neben den aktuellen Ergebnissen der ARD-ZDFOnlinestudie 2013 werden die Veränderungen von Kommunikation durch soziale Netzwerke und die Auswirkungen der Internetnutzung auf die Demokratie thematisiert.

Der Themenbereich Soziale Medien und Firmenkommunikation beinhaltet unter anderem Beiträge, zu sozialen Netzwerken bezüglich firmeninterner Kommunikation wie auch Chancen und Möglichkeiten für die Kundenkommunikation mithilfe von sozialen Netzwerken. Der Schwerpunkt rund um soziale Medien innerhalb der privaten Kommunikation beschäftigt sich mit diversen Beiträgen rund um Rollen, Identität und Freundschaft. Dabei wurden Rollenbilder von Jugendlichen im Internet anhand des symbolischen Interaktionismus betrachtet, sozialraumbezogenes Medienhandeln und Identitätsarbeit in sozialen Netzwerkdiensten untersucht sowie Mädchenfreundschaften innerhalb sozialer Medien näher beleuchtet.

Der vierte Themenkomplex umfasst den politischen Kommunikationsaspekt. Aspekte wie Bürgerbeteiligung im Web 2.0, die Rolle des Internets bei Wahlkämpfen wie auch der Einfluss medialer Berichterstattung am Beispiel Stuttgart 21 werden thematisiert. Der Sammelband richtet sich an Kommunikationswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler, Medienpädagoginnen und -pädagogen wie auch an fachähnliche Fachkräfte, die sich im Speziellen mit sozialen Medien und Netzwerken auseinandersetzen.