

Hans-Dieter Kübler

Jan-Hinrik Schmidt, Monika Taddicken (Hg.): Handbuch Soziale Medien

2018

<https://doi.org/10.17192/ep2018.1.7771>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kübler, Hans-Dieter: Jan-Hinrik Schmidt, Monika Taddicken (Hg.): Handbuch Soziale Medien. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 35 (2018), Nr. 1. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2018.1.7771>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Jan-Hinrik Schmidt, Monika Taddicken (Hg.): Handbuch Soziale Medien

Wiesbaden: Springer VS 2017, 407 S., ISBN 9783658037642, EUR 49,99

Längst sind soziale Medien zum am häufigsten genutzten und am intensivsten beachteten Mittelpunkt der Internet- oder Online-Kommunikation geworden. Dabei ist ihre Definition laut der Herausgebenden Jan-Hinrik Schmidt und Monika Taddicken vom *Handbuch Soziale Medien* unscharf oder zumindest weit. Außerdem verändert sich diese auch durch die ständigen technischen Neuerungen und medialen Innovationen (wie inzw. bspw. mit Twitter und Snapchat), so dass nur ein „Sammelbegriff für Angebote auf Grundlage digital vernetzter Technologien“ (S.8) möglich ist. Mittlerweile florieren einschlägige Forschungen – wenn auch nicht zu allen Themen (vgl. bspw. Weller, Kathrin/Bruns, Axel/Burgess, Jean/Mahrt, Merja/Puschmann, Cornelius [Hg.]: *Twitter and Society*. Bern: Peter Lang, 2013) –, so dass es

naheliegt, sie in Sammelbänden kategorial zu bündeln und aufzuarbeiten. Nach dem breit angelegten *Handbuch Online-Kommunikation* (Wiesbaden: Springer VS, 2010) von Wolfgang Schweiger und Klaus Beck folgte das stärker an Technik, Praxis und ökonomischer Verwertung ausgerichtete *Social Media Handbuch* (Baden-Baden: Nomos, 2010) von Daniel Michelis und Thomas Schildhauer, 2015 schon in der dritten Auflage, und nunmehr das hier zu betrachtende Handbuch aus vornehmlich kommunikations- und sozialwissenschaftlicher Perspektive. Seine Aktualität reicht allenfalls bis 2016 heran, sie droht ebenfalls zu veralten.

Nach zwei einleitenden Artikeln der Herausgebenden zu den technischen, historischen und medien- und formatspezifischen „Grundlagen der sozialen Medien“ erfolgt die Aufarbeitung

des „aktuellen Forschungs- und Diskussionsstandes“ (S.VI) unter zwei zentralen Perspektiven: nämlich zum einen für die „wesentlichen Einsatzbereiche und Anwendungsfelder sozialer Medien“ und zum anderen für „übergreifende Fragestellungen und Entwicklungen, die sich durch diese verschiedenen Nutzungskontexte ziehen“ (ebd.). Damit trifft der linear Lesende (was die wenigsten wohl sein werden) zunächst auf eher subjektiv-individuelle Dimensionen (wie die der Selbstpräsentation und des Beziehungsmanagements sowie der Identitätsbildung), worauf breitere und professionellere Nutzungen und Anwendungen der sozialen Medien in der politischen Kommunikation, im Journalismus, in der internen und externen Organisationskommunikation und in der Wissenschaft folgen. Diese Einordnung ist nicht ganz einleuchtend und wird auch von den Artikeln nicht immer gestützt, denn gerade die Beziehungen von Journalismus und sozialen Medien sind sicherlich grundsätzlicher Art und nicht nur Anwendungsbeispiel. Erwartungsgemäß fallen die Tonlagen in den diversen Artikeln unterschiedlich aus: Während beispielsweise Martin Emmer für die politische Kommunikation vielfältige Normalisierungen zwischen überkommenen, analogen und digitalen Formen identifiziert und die anfänglichen euphorischen Erwartungen an Partizipation, wachsender Politisierung und Bürgerjournalismus relativiert, attestiert Christoph Neuberger den sozialen Medien immer noch Wandlungspotenziale zu einer „partizipativen, interaktiven, netzartigen und dezentralen Kommunikation“ (S.102), die die traditionelle (Massen-)Medienstruktur, den Journa-

lismus und die Öffentlichkeit grundlegend umwälzen. Insgesamt sind jedoch übergreifende, kritische Einschätzungen, etwa über unweigerliche Verkümmern sozialer Beziehungen und Überforderung durch permanente Erreichbarkeit und Kontrolle, wie sie öffentlich vehement diskutiert werden, wenig vertreten (S.145).

Der zweite, struktureller ausgerichtete Abschnitt befasst sich mit Partizipation, Informationsverbreitung, Überwachung und Kontrolle, Medienpädagogik (Kompetenzen), gesellschaftlicher Wissenskultur, Ökonomie. Software, Recht, Raum und Zeit sowie zuletzt mit der empirischen Forschung und den jeweiligen Bedingungen, Einflüssen und Anwendungen sozialer Medien. Auch hier erschließt sich die Systematik nicht unmittelbar, weshalb jeder Artikel weitgehend für sich steht. Querverweisende Stichwörter, die ein wenig hätten abhelfen können, fehlen.

Ohne Frage sind soziale Medien ein komplexes, ungeheuer dynamisches und in nahezu alle Themen hineinreichendes Sach- und Handlungsfeld, für das die Disziplinen erst noch analytische Zugänge entwickeln und erproben, manche neu konzipiert werden müssen. Insofern ist dieses *Handbuch* ein kompetenter und gründlicher Wegweiser, trotz der strukturellen Defizite, und zwar sowohl für das kompakte Nachschlagen wie für die anschließende Forschung. Ein Fundament ist damit gelegt, weiteren Erkenntnisse und Befunde werden sich die Herausgebenden jeweils stellen müssen.

Hans-Dieter Kübler (Werther)