

Warum uns Likes so wichtig sind und warum wir posten, was wir essen

Interview mit Roman Braun

Themenschwerpunkt Social Media

Ein Beitrag mit vor Freude übersprudelnden Worten, gepaart mit einem „Beweisfoto“, wird in ein Social Media Network, z.B. Facebook, hochgeladen: vom Urlaub am türkis-blauem Meer, vom ersten Platz beim Laufmarathon oder vom innigen Kuss mit der neuen Liebe. Dann heißt es warten. Warten, bis der oder die Erste den online gestellten Beitrag liked, also online sein Gefallen daran bekundet, und möglichst viele andere Likes folgen, die „das Herz zum Hüpfen bringen“. Warum kommt es zu diesem Hüpfen? Was genau geben uns Likes, was machen sie für uns in der Welt der Social Media so wichtig? Um Bildmaterial, und zwar um ganz Spezielles, geht es auch bei sogenannten „Foodies“ – online gestellten Fotos von fremd- oder selbstgekochem Essen. Was steckt hinter dem Posten solcher nach Aufmerksamkeit rufenden Food-Fotos, worum geht es beim virtuell geteilten Essen im Kern? Psychologie in Österreich hat mit dem Kommunikationscoach und Autor Roman Braun gesprochen, um Antworten auf diese und auch andere mit diesem Thema im Zusammenhang stehende Fragen zu finden.

Sehr geehrter Herr Braun, wir wollen heute über zwei Themen sprechen. Erstens über die Bedeutung des „Like“-Buttons und zweitens darüber, warum wir unser Essen virtuell teilen. Der Themenschwerpunkt dieser PiÖ-Ausgabe lautet ja „Social Media“. Beginnen wir mit einer spontanen Assoziation: Vier Worte, die für Sie persönlich den Begriff „Social Media“ treffend beschreiben?

Familie, Freunde, Status, Ego.

Was macht Social Media eigentlich social?

Es geht dabei um das Sehen und Gesehen Werden. Vor 100 Jahren hatte man die Promenade zum Flanieren, um sich zu zeigen, oder den Marktplatz. Jetzt nutzen wir Social Media, um Werte abzugleichen, Teil einer In-Group zu sein und unsere Position zu definieren. So hat auch

Martin Buber schon gesagt: „Der Mensch wird am Du zum Ich.“ Wir brauchen andere Menschen, um uns selbst zu definieren. Ein deutliches Beispiel dafür sind Gefängnisse: Die größten Probleme bei Menschen in Einzelhaft sind Realitäts- und Selbstverlust. Beides ist ein sozialer Akt, wie brauchen andere um uns selbst und unsere Realität zu definieren.

Gibt es Aspekte, die Sie an Social Media für ganz und gar nicht social halten? Wenn ja, welche sind das und warum?

Die negativen Aspekte dabei haben weniger mit Social Media selbst zu tun. Stattdessen werden negative Ausprägungen der Menschen durch Social Media verstärkt. So bekommt „jeder Blödsinn“ sein Publikum. Ganz im Gegensatz zu früher: um in die Medien zu kommen – zum Beispiel im Rahmen eines Zeitungsartikels oder einer Buch-Veröffentlichung –, musste man eine Arbeit von hoher Qualität abliefern, die Filterung war sehr streng. Doch genau an dieser Qualität hat sich die Gesellschaft orientiert, danach hat sie gestrebt. Sie hatte eine inspirierende Wirkung. Heute bekommt schon das Banalste Aufmerksamkeit und die Gesellschaft orientiert sich am Beliebtesten. Die Filterung fällt weg, die inspirierende Wirkung fehlt und das sehe ich als problematisch.

Wie erklären Sie den enormen Impact, den Social Media auf die Medien- bzw. Nutzerwelt hat?

Die Antwort ist: Social Media ist ein dialogfähiges Massenmedium. Frühere Medien wie Fernsehen oder Radio waren zum Großteil durch Ein-Weg-Kommunikation geprägt. Man konnte etwas sehen bzw. hören, aber selbst nichts beitragen. Doch wir werden selbst gerne gesehen, wollen uns präsentieren und das ermöglicht Social Media. Dazu kommt die Hebelwirkung, dass wir durch