

Editorial



Katharina Kaiser



Gerald Kral

**Liebe Leserinnen und Leser,
liebe Kolleginnen und Kollegen!**

„Social-Media-Programme lassen Pfunde purzeln“ titelt computerwelt.at am 10.09.2014 in der Überschrift eines Online-Beitrags. Social Media – verantwortlich für purzelnde Pfunde und trotzdem ständig in aller Munde. Bevorzugt Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn, Xing und Tumblr werden täglich medial oder (auch) in persönlichen Gesprächen serviert. Garniert mit verletzten bis nicht existenten Datenschutzbestimmungen. Dem Geständnis an den besten Freund oder die beste Freundin, viel zu viel Zeit auf Facebook zu verbringen anstatt persönlichen Kontakten nachzugehen. Doch nein – es sind nicht nur negativ konnotierte Garnituren auf der Social Media-„Speisekarte“ zu finden. Das Thema „Social Media“ wird auch auf positive Aspekte und Vielversprechendes gebettet: Der Mensch als soziales Wesen könne nun immer und überall „social“ sein. Junge Menschen könnten über soziale Netzwerke (wieder) einen Zugang zur Politik finden, die eigentlich „nicht mehr ihre Sprache spricht“. Die BürgerInnen dieser Welt könnten sich nun von (fast) überall aus untereinander vernetzen. Was ist nun vom Phänomen „Social Media“ zu halten, welche Aspekte sind daran interessant und warum? Wie sieht die Zukunft von Social Media aus und wo werden Social Media in Verbindung mit der Wissenschaftsdisziplin der Psychologie spannend? Das vorliegende Heft widmet sich mit verschiedenen Beiträgen genau diesen Fragen.

Was tun Sie als PsychologIn, wenn Sie die ersten Schritte Ihres Kindes auf Instagram posten möchten oder Ihren Facebook-Freunden ein Urlaubsfoto, mit dem Cocktailglas in der Hand und dem Sonnenuntergang im Hintergrund, zukommen lassen wollen? Klicken Sie ohne Bedenken die „Enter“-Taste? Was als PsychologIn sowohl in der professionellen Berufsrolle als auch im privaten Kontext bei der Nutzung von Social Media – mit Blick auf PatientInnen, KlientInnen und KollegInnen sowie auf die Wahrung eines professionelles Rollenbildes – genau beachtet werden sollte, lesen Sie im Beitrag von Mario Lehenbauer. Er befasst sich ausführlich damit, wie bekannte (ethische) Regeln des (professionellen) Umgangs mit Vertraulichkeit und Datenschutz ins Social Media-Zeitalter übertragen werden können und wo für PsychologInnen bei ihrem beruflichen bzw. privaten Social Media-Auftritt und dem Einsatz von Blogs vermeidbare „Kommunikationsrisiken“ zu finden sind.

Im Anschluss daran geht es im Interview, das Katharina Kaiser mit Gerit Götzenbrucker führte, um eine Welt, in der sich heutzutage der Großteil an Jugendlichen aufhält: die Welt des Smartphones. In diesem Interview

werden unterschiedliche Aspekte der „Smartphone-Welt(en)“ von Jugendlichen beleuchtet: die Bedeutung dieser Welt(en), dadurch bedingte Einflüsse auf die alltägliche Lebensführung, Smartphone-Nutzungsmuster, aktuelle Bildpraktiken in mobilen Settings, der Wert von Bildern und Echtzeitkommunikation, der Umgang mit hochsensiblen Daten, die Relevanz von Medienpädagogik und die Zukunft besagter Welt(en).

Bernadette Zemann beschreibt dann ein Phänomen, das in einem speziellen Kontext bekannte Probleme hinsichtlich der Themen „Datenschutz und Privatsphäre“ aufwirft: „Digital Storytelling“ – die Selbstdarstellung von Menschen, zumeist anhand von auf Social Media-Plattformen hochgeladenen Videos. Sie beleuchtet die Entstehung und Entwicklung des Digital Storytellings, berichtet über „Digital Natives“ und darüber, welche Rolle die Video-Plattform YouTube in diesem Zusammenhang spielt.

Desirée Schmuck und Jörg Matthes werfen einen Blick auf die Schnittstelle zwischen Jugendlichen, Politik und Sozialen Medien. Sie beschäftigen sich mit der Frage, ob Social Media-Netzwerke das Potential haben, junge Menschen für politische Anliegen erreichen und mobilisieren zu können.

Schließlich spricht Roman Braun im Interview mit Katharina Kaiser über die Bedeutung, die Social Media für NutzerInnen hat: Warum ist ihnen der „Like“-Button so wichtig und warum posten sie im Internet Fotos von ihrem Essen? Gibt es „Social Media-Persönlichkeitstypen“? Welche Aspekte sind an Social Media ganz und gar nicht „social“? Und welche Social Media-Trends sind zu beobachten?

Der Kreis an AutorInnen und InterviewpartnerInnen dieses Heftes gestaltet sich etwas anders als in so mancher bereits erschienenen Ausgabe der PiÖ: „Social Media“ sind zwar ein Themenbereich mit weitreichenden Implikationen, mit weitreichenden Ursachen und Folgen für das Erleben und Verhalten von Menschen – also ein zutiefst psychologisches Themenfeld. Social Media beschäftigen aber auch einige andere wissenschaftliche Sparten. Daher kommen im vorliegenden Themenheft neben PsychologInnen auch ein Kommunikationscoach und Autor sowie Publizistik- und KommunikationswissenschaftlerInnen, zum Teil in Personalunion, zu Wort.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre!

Katharina Kaiser
Gerald Kral