

Facebook

Ein Religionsersatz?

Experte: "Trotz Vernetzung mehr Vereinsamung".

Ähnlich wie bereits Apple, mutiert auch Facebook immer mehr zu einem Religionsersatz. Das behauptet der BBC-Journalist Alex Riley in seiner Dokumentation "Secrets of the Superbrands". Er suchte weltweit danach, was eine Marke braucht, um zur "Superbrand" zu werden. Sie müssen dem Menschen den Zugang zu Sex, Religion und Tratsch erleichtern, so die Schlussfolgerung - wofür die Sozialen Netzwerke ein Beispiel geben.

Vertrauen und Kommunikation

Freunde und Familie seien das Geheimnis des atemberaubenden Erfolgs von Facebook wie auch des Handys, so Riley. "Beide ermöglichen uns, unser Grundbedürfnis nach Kommunikation zu befriedigen. Erst dadurch gelingt es den neuen Hightech-Marken, die Welt mit Lichtgeschwindigkeit zu erobern", berichtet der Journalist mit Anspielung auf Facebook. Die Facebook-Religions-Diskussion ist auch im Deutschen Sprachraum bereits gestartet. Soziale Netzwerke stellen durch Kommunikation ein Weltvertrauen her, stellte der Berliner Kommunikationswissenschaftler Norbert Bolz unlängst in "The European" fest. Der Züricher Markenberater Stefan Vogler schließt sich dieser Meinung an. "Facebook ermöglicht Kommunikation unter den Menschen und schafft Gruppen. Dass dies weltumspannend geschieht, ist vorher keiner Technologie gelungen."

Menschheit nicht sozialer als zuvor

Ein Ersatz für Religion und Kirchen sei Facebook jedoch nur mit starken Abstrichen, betont Vogler. Religion strebe stets in Richtung eines tieferen Lebenssinns, soziale Netzwerke jedoch nicht. "Obwohl wir nun alle technischen Möglichkeiten dazu hätten, sind wir nicht sozialer geworden. Jugendliche werden zu Außenseiter, da sie nur mehr schriftlich statt mündlich kommunizieren. Gesellschaftlich nehmen die Vereinsamung und das Singletum trotz sozialer Netzwerke zu - das ist paradox."
(pte)