

# Professionelle Kommunikator:innen auf Instagram

Hannah: Durch den Podcast "Inside Instagram" und die Postings konnten wir bereits einiges über kommunikative Gewalt, bzw. Hate Speech auf der Social Media Plattform lernen. Wir haben uns darüber ausgetauscht und Informationen gesammelt, zu Shadowbanns, den Wirkungsweisen des Algorithmus und der Moderation. Ich, Hannah, durfte euch außerdem was dazu erzählen, was wir als private Nutzer:innen tun können, um verantwortungsbewusst auf Plattformen zu agieren. Eine Perspektive, die wir an dieser Stelle noch beleuchten wollen, ist eine besondere – die, der professionellen Kommunikator:innen. Dafür habe ich heute David zu Gast, der mit mir nochmal über die Besonderheiten – und die besonderen Abhängigkeiten – von professionellen Kommunikator:innen auf Instagram sprechen wird. Einfügen Expertise claim

Hi David, danke, dass du da bist!

David: Hi, danke Hannah! ☺

Hannah: Wir starten direkt rein. David, wer gehört für dich zu den professionellen Kommunikator:innen, und was sind denn überhaupt diese besonderen Abhängigkeiten, die sich auf den Plattformen aus diesen Rollen ergeben?

David: Professionelle Kommunikator:innen, das sind entweder selber Personen öffentlichen Lebens, die als Influencer:innen oder auch z.B. in ihrer Funktion als Politiker:innen ihre Accounts betreiben. Genauso gibt es aber auch Personen, die zum Beispiel die Kommunikation für eine Person aus der Politik, oder ein Unternehmen professionell und strategisch verantworten – also gar nicht selber hinter den Accounts stehen, die Accounts und die Postings aber eben managen. Je nach Größe des Accounts, oder Position der Person, für die das Profil erstellt wird, können hinter Profilen aber auch ganze Teams stecken. Aber egal, ob alleine oder im Team – fakt ist, diese Profile sind gebunden, sich öffentlich zu präsentieren – und können deswegen eben nicht "einfach offline gehen". Stattdessen geht es ja gerade darum ein Zielpublikum, bzw. eine bestimmte Reichweite zu erlangen. Und das bedeutet natürlich auch, dass man versucht den Algorithmus zu bedienen. Z.B. Shadowbans, welche ja wie wir schon gelernt haben zu Reichweiteneinbußen führen können, sind für solche Accounts super problematisch. Und mit einer gewissen Sichtbarkeit, gerade für Personen, die als Mitglieder von Minderheiten gelesen werden, gehen auch oft kommunikative Angriffe einher. Und solche Angriffe unter eigenen Beiträgen haben ja auch wieder einen negativen Einfluss darauf, wie man selbst, oder das Unternehmen, oder die Information, die man eigentlich vermitteln möchte, wahrgenommen werden. Das heißt, man kann das Gefühl bekommen, moderieren zu müssen – und sich wiederum vermehrt mit gewalttamen Angriffen auseinanderzusetzen, ist oft schlecht für die mentale Gesundheit. Auch professionelle Kommunikator:innen sind ja Menschen – ob es bei den Kommentaren um einen selbst geht, oder um eine Person, für die man arbeitet.

Hannah: Da hast du Recht, solch kommunikative Angriffe betreffen ja oftmals gar nicht ausschließlich Personen, die direkt angegriffen werden – wenn auch die natürlich oftmals besonders. Wenn wir uns jetzt aber, in welcher der beiden Rollen auch immer, in einem Berufsalltag befinden, indem Soziale Medien nicht weggedacht werden können. Wie kann ich mich denn dann aktiv schützen, vor solchen Angriffen?

David: Also, wir sehen in der Forschung, dass auch professionelle Kommunikator:innen für sich selbst abwägen, welche Themen sie z.B. bedienen, oder

wie sie sich online präsentieren. Natürlich ist auch hier nochmal zu betonen, dass das Anpassen des eigenen Verhaltens nicht das eigentliche Ziel ist – solch kommunikative Angriffe sind nicht gerechtfertigt. Trotzdem kann eine solche Anpassung im Rahmen der Tätigkeit natürlich teilweise passieren, oder schützen. Zum Beispiel wägen Personen ab: Möchte ich meine Reichweite maximieren, bzw. Zielgruppen erreichen, oder mich ggf. vor einer vermehrten Ausspielung schützen? Politiker:innen zum Beispiel, stehen unter extremen Druck. Die Lage ist ernst und aufgeladen und das ist eine Ausgangslage, in der viele Personen auch überlegen, wie sie möglichst wenig Angriffsfläche bieten können. Ziel von den professionellen online Auftritten ist es oft, glaubwürdig und vertrauenswürdig zu wirken, um Legitimation für das eigenen Handeln online und offline zu erhalten. Gleichzeitig spielen in den sozialen Medien gerade parasoziale Beziehungen ja oft eine Rolle in der Bewertung der Beiträge, also die Gefühle, die Personen, die die Beiträge sehen, zu den Personen oder Unternehmen, die in den Beiträgen sichtbar sind, aufbauen. Viele Kommunikator:innen betonen deswegen, wie wichtig es sein kann, eine Community aus der Zielgruppe aufzubauen – also eine Verbindung zu schaffen, auch zu Follower:innen, die einen ggf. auch positiv zusprechen oder unterstützen, wenn solche Angriffe passieren.

Außerdem gilt auch hier, dass gerade professionelle Kommunikator:innen sich ihrer Rolle und den damit eihergehenden Risiken für Angriffe bewusst sein müssen – nicht, wie gesagt, weil es dazu gehören sollte oder gerechtfertigt ist, aber weil es eben aktuell status quo ist, solche Angriffe zu erfahren, als öffentliche Person. Und gerade dann sollte man sich bewusst machen können, was für Mechanismen dahinter stecken, um die Auswirkungen wohlmöglich auch vom eigenen Selbst und Selbstwert verhalten zu können. Und, wenn man für eine andere Person kommuniziert, könnten z.B. im Team Aufgaben gewechselt werden – z.B. sollte nicht immer die gleiche Person die Moderation übernehmen – das laugt aus. Und auch im Team sollte drüber gesprochen werden können. Soziales Miteinander, gerade als Gegenwert zu einer unsozialen Erfahrung im Netz, ist super wertvoll.

Hannah: Danke, für deine Einschätzung an der Stelle! Wenn wir jetzt also bei dem Szenario mal bleiben, man hat etwas gepostet/ veröffentlicht, und jetzt passieren

eben solche Angriffe, und ich muss nicht nur mit meinen Emotionen umgehen, sondern ja auch öffentlich reagieren. Wie gehe ich das an?

David: In einem solchen Fall sprechen wir von einer Krise, also wir brauchen Krisenkommunikation. Das bedeutet, wir müssen jetzt nicht emotional reagieren, sondern auf einer sachlichen Ebene in unserer Auseinandersetzung bleiben: Was ist hier passiert? Gibt es einen Auslöser? Welche Verantwortung wird mir in der Situation zugeschrieben? Zum Beispiel kann es passieren, dass meine Community eigentlich Mitleid mit mir hat und mich als Opfer der Situation, also des Shitstorms wahrnimmt – also ob jetzt Unternehmen, oder öffentliche Person. Dann kann ich versuchen, diese Perspektive auch in meiner Kommunikation hervorzuheben, und Verantwortung abzusprechen, bzw mich von der Krise distanzieren. Wenn ich einen Fehler gemacht habe oder durch einen Unfall etwas verursacht habe, sollte ich in meiner Kommunikation mehr Verantwortung übernehmen – mich ggf. entschuldigen, um zu versuchen, Emotionen meines Publikums wieder positiver zu beeinflussen. Wenn konkretes, vorsätzliches und vermeidbares Verhalten die Krise ausgelöst hat, sollte ich mich klar zu meiner Verantwortung bekennen und kann z.B. meinen Post, wenn es einen als Auslöser gab, mit einem Statement löschen. Ich kann auch versuchen, meinen Schaden wieder gut zu machen, oder mögliche zukünftige Verhaltensänderungen beschreiben. Es gilt hier aber wirklich immer genau zu schauen, was passiert ist, also je nach Krisentyp zu agieren – und auch zu schauen, dass nicht direkt alles gelöscht wird, was Angriffe auslöst. Wie gesagt, Präsenz rechtfertigt keine Angriffe – und einige Personen werden eben auch nur auf Grund ihrer Präsenz und Sichtbarkeit angegriffen. Oftmals ist es ja gerade diese Repräsentation, die wir im öffentlichen Raum noch brauchen. Hier gilt es nochmal auch auf die anderen Teile des Curriculums zu verweisen: Wer Hasskriminalität online erfährt, kann diese nachverfolgen lassen – auch offline. Dazu gibt es mehr Infos im Curriculumsteil zum Thema Strafverfolgung. Und, wenn ich meine eigenen Emotionen reflektieren und einordnen möchte – dazu findet man Infos im Teil zu Coping. Letzten Endes ist ein Umgang mit Angriffen, wenn "das Kind in den Brunnen gefallen ist", immer ein Wechselspiel aus verschiedenen Strategien. Auch, für professionelle Kommunikator:innen.

Hannah: Ich finde es sehr wichtig, was du sagst zu dem Wechselspiel der Strategien! Auch vorhin meintest du ja schon, auch professionelle Kommunikator:innen sind Menschen – aber sie haben eben auch eine Rolle, die Sichtbarkeit erfordert. Also gilt es immer, über mehrere Aspekte nachzudenken: Öffentliche Wahrnehmung, und eigene mentale Gesundheit.

Auch vorhin angesprochen hattest du, dass z.B. Shadowbans professionelle Kommunikator:innen besonders betreffen können. Wir haben ja in den andern Inhalten auch schon etwas zu den Wirkweisen des Algorithmus gelernt. Aus deiner Perspektive, hast du Tipps, was man daraus auch für professionelle Kommunikator:innen ableiten kann?

David: Ja, wenn wir davon ausgehen, dass dem Algorithmus Likes, Kommentare und gespeicherte Beiträge gefallen, dann kann man überlegen: Wie möchten und können wir das bedienen? Manchmal kann es auch helfen, verschiedene Inhalte zu veröffentlichen. Also bei Instagram zum Beispiel Carousels, Reels, Stories ... Wir versuchen also Inhalte zu vermitteln, die unseren Follower:innen, oder unserer Zielgruppe einen Mehrwert bieten – und, die zu eben solche Interaktionen einladen. Indem wir positive Interaktionen mit unseren Beiträgen fördern, können wir wie schon beschrieben, versuchen eine Community aufzubauen. Wir können also zum Beispiel versuchen, auf positive Interaktionen ebenfalls zu reagieren – auf Fragen in unseren Kommentarspalten zu antworten, positive Kommentare zu liken, Interaktionsfunktionen in Stories nutzen. Auch hier merkt man wieder, wie wichtig positive Interaktionen im Netz weiterhin sind und bleiben.

Hannah: Das stimmt! Also, lass mich zusammenfassen: Professionelle Kommunikator:innen sind von Sichtbarkeit auf den Plattformen abhängig und somit auf mehreren Ebenen von kommunikativen Angriffen betroffen – menschlich und professionell. Es gilt also, Strategien herauszubilden, die einen sowohl emotional als auch kommunikativ auf den Plattformen im Umgang mit Angriffen helfen können. Und einen großen Teil hierbei können Communities spielen – auch, um positive

Sichtbarkeit längerfristig fördern zu können. Vielen Dank dir für deine Einschätzungen! 😊

David: Vielen Dank auch an dich!