



pia – pro familia in action

Digitaler Aktivismus als Chance für pro familia

Die Corona-Pandemie hat Deutschland endgültig aus seinem digitalen Dornröschenschlaf erwachen und innerhalb weniger Wochen neue Strukturen entstehen lassen, von denen im pandemiefreien Jahr 2019 niemand geträumt hätte.

Digitaler Aktivismus ist keine dieser neuesten Entwicklungen, rückt allerdings immer weiter in den Vordergrund. Bereits die Metoo-Debatte und die aktuellen Entwicklungen der BlackLivesMatter-Bewegung zeigen eindrücklich die Möglichkeiten von digitalem Aktivismus.

Viele Aktivist*innen nutzen die genannten Hashtags um Informationen auszutauschen, Proteste zu organisieren, auf Missstände hinzuweisen und andere zu sensibilisieren. Als Reaktion auf die Proteste gegen rassistische Polizeigewalt weltweit wurde der Blackout Tuesday initiiert. Aus Protest sollte ein rein schwarzes Bild gepostet werden; diesem Aufruf folgten Millionen Menschen. Viele nutzten hierfür allerdings auch den #blacklivesmatter. Innerhalb weniger Stunden war der Hashtag mit seiner millionenfachen Reichweite überflutet von schwarzen Kacheln.

Eine in ihren Grundsätzen gut gemeinte Aktion hat den eigentlichen Sinn von digitalem Aktivismus stark eingeschränkt. Denn die schwarzen

Kacheln erfüllen kaum das Ziel gesamtgesellschaftliche Themen auch in sozialen Medien präsent zu machen, Aktivismus ‚auf der Straße‘ zu stärken und zu organisieren und andere zu interessieren und/oder zu politisieren. Sie haben lediglich Symbolcharakter und informieren nicht.

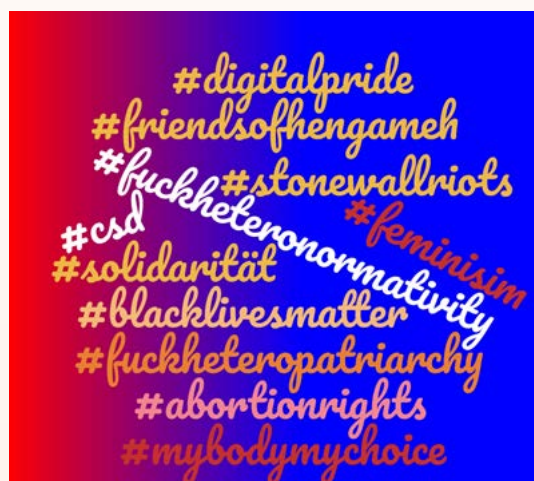
Social-Media-Strategien sollten meiner Meinung nach nachhaltiger gedacht werden und nicht nur auf eine große Reichweite und Symbolik abzielen. Die Balance zwischen dem Anspruch, möglichst viel Aufmerksamkeit und Zugang für unsere Anliegen zu schaffen, und dennoch gut recherchierten und durchdachten Inhalten zu halten, sehe ich als eine der größten Herausforderungen an.

Das Jugendpartizipationsprojekt pia bewegt sich bereits seit dem Start im digitalen politischen Raum. pia entwickelte eigene Aktionen wie die #aktionmens zur Enttabuisierung der Menstruation oder die #piathemenwoche. Ohne Werbung und bekannte Influencer*innen und mit einer kleinen Gruppe von Freiwilligen wächst die Reichweite langsam, aber stetig.

Damit digitaler Aktivismus gelingen kann, ist die Vernetzung mit anderen

politischen Akteur*innen von zentraler Bedeutung. Aus diesem Grund beteiligt sich pia auch an großen Onlineaktionen von anderen Bündnissen oder Organisationen, um pro familia als politische Akteurin für sexuelle und reproduktive Rechte mehr in den Vordergrund zu bringen. Die Debatte um den §219a StGB wurde auch in den Sozialen Medien Facebook, Instagram und Twitter aktivistisch begleitet. Auch zum Frauen*kampftag am 8. März war pia analog und digital unterwegs.

Neben einer umfassenden Vernetzung und einer regelmäßigen Präsenz in sozialen Medien sind auch die Beobachtung von ‚Trends‘ und eine langfristige Strategie zur Digitalisierung für eine Organisation wie pro familia unabdingbar. Es ist wichtig und höchste Zeit, dass sich der Bundesverband diesem Thema vermehrt widmet und pro familia endlich



©: pro familia Bundesverband

mehr die Social-Media-Bühne betritt und sie nicht anderen Organisationen, schlimmstenfalls Gegner*innen der selbstbestimmten Reproduktion, überlässt. Dafür braucht es Zeit, Ressourcen und Know-how, damit Aktionen nicht sofort wieder im digitalen Äther verschwinden und pro familia besonders bei den jüngeren Nutzer*innen von sozialen Medien als politische Akteur*in im Bewusstsein bleibt. Auch ausgefeilte Kampagnen um Crowdfunding oder Petitionen müssen gut vorbereitet sein und brauchen bei einer bundesweit agierenden, föderativ strukturierten Organisation Orientierungshilfen und Standards sowie einen guten Wissenstransfer. <<

Dina Kwoil, B.A. Sozialarbeiterin, ist bei pia national und arbeitet seit 2014 als Sexualpädagogin bei pro familia Kassel.

Social-Media-Aktion: Frauen*kampftag am 8. März 2020

TikTok ist gerade stark angesagt – aber politischer Aktivismus scheint dort unerwünscht

Von TikTok versprechen sich viele, ein jüngeres Publikum zu erreichen. Die App ist mehr auf Interaktion ausgelegt als Instagram oder Facebook. Das heißt, Inhalte können nicht nur geliked oder geteilt, sondern durch einen eigens erstellten Clip neu interpretiert werden.

Im Laufe des Jahres wurden immer wieder kritische Stimmen zum Um-

gang von TikTok mit politischen Inhalten laut. So wurden zum Beispiel Videos von den Protesten in Hongkong unterdrückt. Das ging aus internen Dokumenten der TikTok-Moderationsregeln hervor.

Wir müssen uns klar darüber sein, was TikTok letztendlich ist: Ein Unternehmen, das zum bedeutendsten chinesischen Tech-Konzern ByteDance gehört. Es ist sehr wahrscheinlich, dass der Staat China mit den Daten der Nutzer*innen viel anfangen kann (zum Beispiel via Gesichtserkennung). TikTok geht sehr intransparent damit um, was mit unerwünschten Inhalten passiert. ByteDance betont zwar immer wieder, nicht unter der Kontrolle Chinas zu stehen. Dennoch muss sich TikTok an den Zensurvorgaben der chinesischen Regierung orientieren. In anderen Ländern werden hingegen aufgrund der dort herrschenden Gesetze LGBTQ*-Inhalte auf TikTok zurückgehalten. Im März 2020 wurde darüber hinaus bekannt, dass Posts von Menschen mit Körpermerkmalen, die nicht der Norm entsprechen, weniger angezeigt werden. Der Grund dafür: Nutzer*innen sollen nicht abgeschreckt werden. Somit reproduziert das Unternehmen aktiv Ableismus, Sexismus, Klassismus und Rassismus. Auch Inhalte, auf denen beispielsweise Armutsviertel zu sehen sind, werden von Moderator*innen als weniger relevant eingestuft.

„Wollen wir eine Öffentlichkeit, in der wir als Gesellschaft (...) davon abhängig sind, ob das dahinterstehende Unternehmen eine gesellschaftliche Debatte für wünschenswert hält – oder einfach unterdrückt?“, fragt



Markus Beckedahl zu diesem Anlass auf netzpolitik.org

Mein Fazit: Sichtbarkeit schaffen!

In Deutschland hält sich der Betreiber in Bezug auf das Unterdrücken von Inhalten an deutsche Gesetze. Es gibt auch Formate, die bisweilen gut auf TikTok funktionieren, zum Beispiel #60sekundendeutschland von Hawaiitoast. Das Format gibt jungen Menschen aus Deutschland eine Stimme, sei sie die einer Umweltaktivistin oder die einer Jüdin oder die einer Muslima.

pia steht selbstverständlich für Diversität und politischen Wandel. Werden wir bei der Nutzung von TikTok ein Auge zudrücken, um schließlich die Augen für sexuelle und reproduktive Rechte bei vielen anderen zu öffnen? TikTok scheint zumindest auf die hervorgebrachte Kritik zu reagieren und auch nachzubessern. Auf Aktivismus aus der Angst vor Widerstand zu verzichten, klingt für mich wenig überzeugend. Letztendlich geht es doch darum, gerade dort laut zu sein, wo Missstände herrschen. <<

Julia Mann, 27 Jahre, M. A. in Medien-, Kommunikations- und Kulturwissenschaften, ist seit September 2019 aktiv bei pia Berlin.