

Social Media Policy

Das Internet ist aus unserer Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Zurzeit gewinnen vor allem die Angebote in den Sozialen Netzwerken mehr und mehr an Bedeutung. Facebook, YouTube oder Twitter veränderten innerhalb weniger Jahre die Medienwelt. Aus dem publizistischen Monopol der »Alten« Medien wurde ein Medienmix, in dem ein Zusammenspiel aus Communities, Blogs und Online-Plattformen immer mehr Bedeutung erlangen. Die früheren Konsumentinnen und Konsumenten werden immer mehr zu Produzentinnen und Produzenten, die den Mediencontent mitbestimmen. Inhalte werden in Sekundenschnelle generiert und verbreitet. Das birgt sowohl Chancen als auch Risiken.

Diese Veränderung des Produktions- und Konsumverhaltens erfordert auch für uns Anhaltspunkte, die den Kontakt zu den verschiedenen Online-Angeboten begleiten. Einerseits, um den Mitgliedern, Genossinnen und Genossen, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern den Umgang mit den neuen Medien zu erleichtern, andererseits für die Planung innerhalb Partei und um diesen Medien auch eine angemessene Bedeutung verleihen.

Die folgenden Ausführungen sind im Zusammenhang mit dem Papier »Verhaltenskodex für Social Media« zu sehen.

Warum überhaupt Social Media?

Wir als DIE LINKE wollen den politischen Diskurs fördern und ein wichtiger Teil dessen sein. Wir verstehen uns als Mitmach- und Kümmererpartei. Der partizipative Charakter der Sozialen Medien erlaubt uns, mit verschiedenen Dialoggruppen in Kontakt zu treten, mit ihnen zu diskutieren und Feedback zu erhalten. Nutzerinnen und Nutzer sprechen im Internet über Parteien, Politik und Dinge, die sie bewegen. Wer diese Diskussionsplattformen ignoriert, der ignoriert auch einen äußerst wirksamen Kommunikationskanal. Social Media Engagement kann helfen, Trends frühzeitig zu erkennen, auf Kritik zu reagieren oder eigene Themen anzustoßen. Wir können mit kleinem finanziellem Budget viele Wählerinnen und Wähler, Genossinnen und Genossen, Sympathisantinnen und Sympathisanten erreichen und die Strukturen für die interne Kommunikation und die Parteientwicklung nutzen.

Deswegen:

- 1. Dialog:** Wenn wir Social Media nur für Einbahnstraßenkommunikation nutzen, reden wir bald gegen eine Wand. Nur wer aktiv das Gespräch sucht, sich in Diskussionen zu Wort meldet und auf Fragen antwortet, wird im Web ernst genommen. Das gilt sowohl für unsere eigenen Seiten als auch für andere, auf denen DIE LINKE Thema ist. Der Charme von Social Media besteht unter anderem darin, dass die Unterhaltung fast in Echtzeit stattfindet. Daher müssen wir auf Fragen und Diskussionen immer möglichst schnell reagieren.
- 2. Dienstlich vs. Privat:** Als Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der LINKEN agieren wir auf den Seiten der LINKEN im Namen der Partei. Unsere Inhalte basieren daher immer auf der Beschlusslage der Partei, auch wenn wir persönlich vielleicht andere Meinungen vertreten. Wir äußern uns positiv über die Partei und andere Parteimitglieder. Konstruktive Kritik und Feedback sind selbstverständlich erlaubt und erwünscht, müssen aber intern bleiben.

3. **Verantwortung:** Jede/Jeder ist für den Inhalt verantwortlich, den er/sie im Netz verbreitet. Diese digitalen Hinterlassenschaften bleiben noch für Jahre sichtbar und können oft den Autoren zugeordnet werden. Höflichkeit und Respekt sind daher im Eigeninteresse und im Interesse der Partei unverzichtbar. Vor dem Senden ist es gut, die zu verbreitenden Inhalte zu überprüfen. Ebenso ist jede Administratorin und jeder Administrator für die Moderation ihrer/seiner Beiträge verantwortlich.
4. **Respekt:** Zum korrekten Auftreten gehört auch der Respekt gegenüber unseren Mitmenschen, Genossinnen und Genossen. Trage parteiinterne Konflikte nicht in die Öffentlichkeit. Sei zurückhaltend, wenn es um personelle Fragen geht. Vermeide Provokationen und Beleidigungen und sperre Nutzerinnen und Nutzer, die uns oder andere angreifen. Wäge dabei aber gut ab, ob der Kommentar oder Beitrag wirklich beleidigend, rassistisch oder sexistisch ist oder nur eine andere Meinung vertritt. Zu starke Zensur widerspricht dem Verständnis der Sozialen Medien und kann der Partei schaden. Für alle gilt der »Verhaltenskodex für Social Media«.
5. **Transparenz:** Offenheit steigert die Glaubwürdigkeit. Die Nutzerinnen und Nutzer möchten wissen, mit wem sie sprechen. Aber durch die Nennung unseres Namens gegenüber den Followerinnen und Followern der Partei geben wir unser Privatleben Preis und machen uns angreifbar. Nach schlechten Erfahrungen einiger Mitarbeiterinnen in der Vergangenheit, muss diese Entscheidung jede und jeder für sich selber treffen.
6. **Vertraulichkeit:** Geheimes bleibt geheim. Vertrauliche Informationen aus der Partei, von anderen Mitgliedern oder Genossinnen und Genossen sollten respektiert werden. Vertraulich heißt in jedem Fall, dass diese Informationen nicht publiziert werden.
7. **Gelassenheit:** Zorn, Ärger oder Frust sind keine guten Motivationen, um Beiträge zu erstellen oder zu kommentieren bzw. moderieren. Ein wichtiges Ziel von Social Media ist es, in den direkten Dialog zu treten. Aber nicht jeder teilt stets unsere Meinung. Deshalb ist es wichtig, dass wir gelassen agieren, auch wenn wir auf gegenteilige Auffassungen stoßen. Erläutere die Fakten auf klare und logische Weise. Lass dich nicht auf Konflikte ein. Stelle Fehler richtig falls erforderlich.
8. **Corporate Identity:** Inhalte, die wir auf den Partiseiten teilen sollten sowohl inhaltlich als auch grafisch unseren Richtlinien entsprechen. Unser Logo, die Schrift, Farbe und Ausrichtung sind Teil unserer Marke und somit unsere Aushängeschild. Daher sollten Grafiken nur von geschulten Leuten erstellt werden.
9. **Urheberrecht:** Das Urheberrecht ist zu akzeptieren. Bei Zitaten sind die Quellen anzugeben und bei Bildmaterial ist vor der Veröffentlichung die Zustimmung des Urhebers einzuholen. Die Fotos auf dem flickr-Kanal der LINKEN können immer bedenkenlos verwendet werden.

Tipps für einen guten Beitrag:

1. Halte dich kurz: In den schnellen und kurzlebigen Sozialen Netzwerken, ist die Aufmerksamkeitsspanne und Verweildauer vieler Nutzerinnen und Nutzer nicht hoch. Zwei Sätze sollten reichen, um alle wichtigen Informationen zu transportieren und neugierig auf den weiterführenden Link zu machen. Sicherlich gibt es aber auch Ausnahmen.
2. Direkte Ansprache: Wir Duzen unsere Nutzerinnen und Nutzer und sprechen sie direkt an. Das kann auch mit einer Frage oder Aufforderung verbunden sein, die zu einer Reaktion anregt.

3. Formulierung: Nimm dir etwas Zeit, um einen Beitrag zu formulieren. Sie sollten immer für die Sozialen Medien verfasst und im Stil gleich bleiben. Textbausteine aus Presseerklärungen oder Beschlüssen können nicht einfach übernommen werden. Positiv bzw. zustimmend formulierte Beiträge erzeugen Likes und somit eine höhere Reichweite.
4. Visualisiere: Bilder, Videos, weiterführende Links. Alles erhöht die Aufmerksamkeit deines Beitrages. Dabei sollten Grafiken und Bilder natürlich verständlich sein, unseren Gestaltungsrichtlinien folgen und zu deinem Beitrag passen.
5. Vernetze: Nimm Bezug auf DIE LINKE, unsere Politikerinnen und Politiker oder parteinahe Seiten. Markiere und erwähne andere in deinem Beitrag, pflege den Dialog – sowohl bei uns als auch dort wo DIE LINKE Thema ist.
6. Sei relevant: Was interessiert, was ist gerade angesagt, was löst Diskussionen aus? Nicht alles ist für die Sozialen Netzwerke geeignet, auch wenn es dazu eine Presseerklärung oder interne Aufregung gibt. Eventuell hin und wieder kritische Reichweiterevaluation: Wieviel bringen meine Beiträge im Vergleich, sollte ich was daran ändern (Ansprache, Form, Content)?
7. Denk an dein Publikum: Was du schreibst, wird gelesen von Mitgliedern, bisherigen Wählerinnen und Wählern, potentiell interessierte Menschen, aber auch solchen, die mit der LINKEN nicht einverstanden oder von ihr enttäuscht sind. Überlege vorher, was für Reaktionen dein Beitrag auslösen könnte und sei darauf vorbereitet.
8. Sei ehrlich: Lügen haben im Internet besonders kurze Beine. Informationen sind im Netz sofort nachprüfbar. Falschaussagen oder auch nur Weglassungen werden umgehend aufgedeckt. Quellen immer überprüfen und anzeigen.
9. Zeit: Einen Beitrag zu verfassen geht schnell, aber achte darauf, dass die Moderation der Kommentare, das Beantworten oder auch Löschen von Fragen und Kommentaren zeitnah erfolgen muss und viel Zeit in Anspruch nimmt.

Kontakt:

Julia Marg

Bereich Bürgerdialog, Medien, Öffentlichkeitsarbeit

julia.marg@die-linke.de

Kleine Alexanderstraße 28

10178 Berlin