

Zum Abschluss: Jenseits des Indernets

In diesem abschließenden Kapitel biete ich erst eine Zusammenfassung der drei Mosaiksteine und richte anschließend den Blick über das Indernet hinaus. Ich diskutiere, welche Erkenntnisse die drei gelegten Mosaiksteine jenseits des Indernets ermöglichen. Dabei geht es um die drei zentralen Erkenntnisinteressen des Forschungsprojektes: Fragen der natio-ethno-kulturellen (Mehrfach-)Zugehörigkeit, die Analyse von Interneträumen sowie methodische Fragen zum ethnografischen Forschen im, zum und durch das Internet.

Zusammenfassung: Das Indernet in Mosaiken

Über einen Zeitraum von fast 20 Jahren habe ich Mosaiksteine zum Indernet gesammelt. Für dieses Buch habe ich sie durchgesehen, sortiert, poliert und in verschiedenen Kombinationen zusammengelegt. Herausgekommen sind dabei drei Mosaiksteine. Jedes hat einen anderen Fokus, nimmt eine andere analytische Perspektive ein und produziert einen anderen Blick auf das Indernet. So kann jedes Mosaik spezifische Aspekte des Indernets herausarbeiten und in ihrer Komplexität darstellen. Gleichzeitig haben die drei Mosaiksteine Unschärfen und produzieren spezifische Auslassungen.

Die Auswahl der Mosaiksteine für das erste Mosaik und ihr Arrangement war durch eine rassismuskritische Perspektive motiviert. Das Bild stellt dar, wie sich das Indernet zu einem Raum der Zugehörigkeit für natio-ethno-kulturell (Mehrfach-)Zugehörige entwickeln konnte und welche Funktionen es damit erfüllte. Die Mosaiksteine fügten sich dabei leicht zusammen, da sie dem dominanten Verständnis der Indernet-Redaktion und -Nutzenden folgten. Die Imagination der natio-ethno-kulturellen Gleichheit wurde durch die spezifischen Kanalbeschränkungen gefördert, die die Technologie von Internetportalen in der ersten Hälfte der 2000er Jahre mit sich brachte. Der Raum der zweiten Generation konnte so nur im Internet entstehen, offline wären Ungleichheiten zwischen den als gleich Imaginierten offensichtlich gewesen. Gleichzeitig bedarf auch der virtuelle Raum der Zugehörigkeit einer Unterscheidung zwischen dem Wir und den Anderen. Auch online wurden im- und explizit Grenzen der Zugehörigkeit gezogen. Diese erfolg-

ten dabei nicht nur auf Basis natio-ethno-kultureller Kategorien, sondern auch innerhalb klassistischer und heteronormativer Machtstrukturen.

Das Mosaik des Raums der Zugehörigkeit fügte sich allerdings nur deshalb so reibungslos zusammen, weil viele Mosaiksteine aussortiert und einige passend gemacht wurden. An Stellen war zu sehen, dass das Bild nicht fehlerfrei war, dass es noch andere Lesarten geben musste. Insbesondere das Leitmotiv der (imaginierten) natio-ethno-kulturellen Gleichheit drängte andere Deutungen an den Rand. Mosaiksteine, die Ungleichheit darstellten, mussten aussortiert werden. Hieraus ergab sich der Fokus des zweiten Mosaiks: die Vielfalt des Indernets. Für dieses wurden Mosaiksteine ausgesucht, die die unterschiedlichen Angebote und Nutzungsarten des virtuellen Raums in den Mittelpunkt rückten. Der Raum der Zugehörigkeit wurde in ein Gemeinschaftszentrum mit vielen verschiedenen Räumen und unterschiedlichsten Nutzenden eingeordnet. Der Aspekt der natio-ethno-kulturellen (Un-)Gleichheit stand dabei weniger im Vordergrund. Andere Faktoren der Differenzierung gewannen an Bedeutung. Es ging nun darum, zu verstehen, wie durch das Internetportal soziale Räume entstanden sind und wie diese mit Bedeutung versehen wurden. Auch hierbei zeigte sich, wie sehr die Nutzung des Indernets von den technologischen Anwendungen des Internetportals abhängig war. Das thematisch auf Indien (in Deutschland) ausgerichtete Portal bot eine gemeinsame Anlaufstelle für unterschiedliche Menschen und Interessen. Deren Reiz machte allerdings – wie beim Raum der Zugehörigkeit – die imaginierte Standard-Nutzer/in, die Inder/in (der zweiten Generation) aus. Während diese den Einen einen Raum der Gleichen eröffnete, versprach sie den Anderen den Zugang zu authentischen Informationen und Erfahrungen.

Auch zum zweiten Mosaik fügten sich die Mosaiksteine leicht zusammen. Allerdings waren diese wie schon beim ersten Mosaik fast ausschließlich solche, die in der Hochphase des Indernets bis 2006 gesammelt wurden. Jene Mosaiksteine, die ich ab Ende 2011 gesammelt hatte, legte ich zur Seite. Sie passten weder zum Bild des Gemeinschaftszentrums noch zum Bild des Raums der Zugehörigkeit. Beide Bilder waren im Wesentlichen statisch und konnten die Entwicklungen und Veränderungen des Indernets nur begrenzt abbilden. Deshalb legte ich noch ein drittes Mosaik, um die Bedeutung von Zeit festzuhalten. Während ich für die anderen beiden Mosaiksteine dort ausgegraben hatte, wo sie am dichtesten lagen, trug ich für das dritte Mosaik sorgfältig verschiedene Schichten des Indernets ab. Dabei betrachtete ich, in welchem Umfeld die jeweils ausgegrabenen Mosaiksteine lagen. So ließ sich herausarbeiten, wie jeder Entwicklungsschritt des Indernets von verschiedensten Faktoren geprägt war: vom Erfolg des Indernets und den daraus entstehenden Herausforderungen, von technischen (Un-)Möglichkeiten, von demografischen Entwicklungen der primären Zielgruppe, von biografischen Entwicklungen der Machenden und Nutzenden sowie vom sozialen, politischen und gesellschaftlichen Umfeld. Um dies darzustellen, war das dritte Mosaik anders auf-

gebaut als die ersten beiden. Anstatt ein Bild ins Zentrum zu setzen und von dort aus weiterzuentwickeln, setzte ich sechs verschiedene Entwicklungsschritte als Bilder nebeneinander. So ließen sich auch die Mosaiksteine, die seit Ende 2011 gesammelt worden waren, in das Mosaik einfügen und Verbindungslinien zu früheren Entwicklungen aufzeigen.

In allen drei Mosaiken schimmerten immer wieder organisatorische und betriebswirtschaftliche Aspekte des Indernets durch. Sowohl der Raum der Zugehörigkeit als auch das Gemeinschaftszentrum waren Ergebnisse ethnopolitischen Unternehmer_innentums. Ohne die Redaktion und deren Akquise von notwendigen Ressourcen hätte es das Indernet nicht gegeben. Diese Aspekte könnten den Fokus eines weiteren Mosaiks bilden: die Organisation des Indernets. Ein weiterer Punkt, der mehr Aufmerksamkeit verdient hätte, ist die Technik. Ein genauere Blick darauf, wie sich die Internettechnologien entwickelt haben, welche (Un-)Möglichkeiten sie eröffneten, welche Interaktionen es zwischen verschiedenen Einflüssen gab und was all dies mit dem Indernet gemacht hat, wäre spannend. Allerdings fehlen mir hierzu die Mosaiksteine und die notwendigen Kompetenzen zu ihrer Bearbeitung. Weitere mögliche Mosaiksteine lassen sich denken und zum Teil mit den gesammelten Mosaiksteinen legen, zum Teil nicht. Die drei gelegten Mosaiksteine erlauben Einblicke in das Indernet, lassen aber auch etliche Aspekte im Dunklen.

Produktion natio-ethno-kultureller Zugehörigkeit

Am Anfang des Forschungsprojekts stand die Frage, warum der indisch-definierte virtuelle Raum Indernet entstanden war und was in ihm passierte. Diese Frage war eng verbunden mit einem Interesse an jenen, die als Inder_innen der zweiten Generation bezeichnet werden, stellte aber nicht sie, sondern den Raum in den Mittelpunkt der Analyse. Es sollte untersucht werden, welche Prozesse rund um einen natio-ethno-kulturell definierten Raum stattfinden und welche Bedeutungen diese für die als primäre Zielgruppe Angesprochenen haben. Es ging nicht darum, diese Zielgruppe zu analysieren, sondern zu verstehen, wie für sie natio-ethno-kulturelle Angebote interessant werden konnten und was sie mit ihnen machten (vgl. Brubaker 2004, 10). Methodisch bedeutete dies, ausgehend vom virtuellen Raum Leuten, Wegen und Themen zu folgen, um so Praxen, Netzwerke und Bedeutungen zu erkunden.

So konnte verfolgt werden, wie ein natio-ethno-kulturelles Angebot entwickelt, angenommen und angeeignet wurde. Es konnte untersucht werden, wie seine Bedeutung von unterschiedlichen Akteur_innen erklärt wurde, wie der Raum von ihnen genutzt und gestaltet wurde sowie wie mit Krisen umgegangen wurde. Zudem konnte beobachtet werden, wie er sich über die Zeit veränderte, seine natio-ethno-kulturelle Ausrichtung wandelte und schließlich seine Bindungskraft verlor.

Die Langzeitbeobachtung zeigte, dass das natio-ethno-kulturelle Angebot Anfang der 2000er Jahre auf eine Nachfrage stieß, diese aber mit der Zeit abnahm.

Die im deutschsprachigen Europa aufgewachsenen Interviewten mit zumindest einem Elternteil aus Südasien äußerten als junge Erwachsene einen starken Wunsch danach, sich mit natio-ethno-kulturell Gleichen zu umgeben. Dabei zeigte die Analyse, dass die Gleichheit eine imaginierte war, die durch die Kanalbeschränkung der Internetanwendungen gefördert wurde. Aus der Perspektive der Forscherin zeigte sich als wesentliche Gemeinsamkeit, dass die Interviewten im deutschsprachigen Europa als Inder_innen wahrgenommen wurden, unabhängig davon ob sie sich als solche verstanden oder andere so konstruierte sie als Gleiche anerkannten. Um diese Zuschreibungen und ihre Konsequenzen untersuchen zu können, wählte ich eine rassismustheoretische Analyseperspektive. Die Sehnsucht nach Kontakt mit natio-ethno-kulturell Gleichen legte die Basis dafür, dass Räume der natio-ethno-kulturellen (Mehrfach-)Zugehörigkeit entstehen konnten. Das Indernet konnte als solcher angeeignet, angepasst und genutzt werden. Dabei zeigte sich, dass weniger ein Bedarf an explizitem Austausch über Fragen der Zugehörigkeit oder politischem Aktivismus bestand, als dass ein Raum der Geselligkeit gewünscht war. Die meiste Zeit verbrachten die Nutzenden im Indernet mit Infotainment und geselligem Austausch. Dabei waren ihre Netzwerke und Themen eindeutig im deutschsprachigen Europa (mit einem Schwerpunkt in West-Deutschland) verortet, obwohl es auf dem Indernet eine Suggestion von Transnationalität und weltweiten Verbindungen gab.

Der Raum der Zugehörigkeit ermöglichte es jenen, die in dominanten gesellschaftlichen Diskursen und Praxen als natio-ethno-kulturell (Mehrfach-)Zugehörige aus der Ordnung fallen und als Andere markiert sind, sich als normal zu erleben. Ihre natio-ethno-kulturelle Uneindeutigkeit war hier die Normannahme und wurde nicht in Frage gestellt. Allerdings konnte dies nur funktionieren, indem Unterschiede unter den als gleich Imaginierten gezeugnet wurden bzw. jene, die als zu unterschiedlich wahrgenommen wurden, zumindest diskursiv, aus der gemeinsamen Zugehörigkeit verwiesen wurden. Die Imagination der Gleichheit ging so mit der im- und expliziten Abgrenzung von anderen Anderen einher. Diese erfolgte zum einen durch Versuche der natio-ethno-kulturellen Grenzziehungen, zum anderen durch klassistische und heteronormative Normsetzungen. Dabei bestand die Tendenz, das Bild der indischen Modellminderheit zu bedienen.

Die Möglichkeitsbedingungen für diesen Raum der Zugehörigkeit haben ethnopolitische Unternehmer_innen geschaffen. Die Redaktion hat das Internetportal in ein natio-ethno-kulturelles Setting gesetzt (vgl. Brubaker 2004, 16-17) und durch die Gestaltung, Beschreibung und Vermarktung die Gruppe der Inder_innen der zweiten Generation angerufen (vgl. ebd. 10). Das Indernet kann so als ein Ort des »doing« (ebd.) natio-ethno-kultureller Zugehörigkeit verstanden werden, durch den ein Prozess von natio-ethno-kultureller Vergemeinschaftung in Gang

gesetzt wurde (vgl. ebd.). Angenommen wurde das Indernet, weil es zum einen »expansive realization« (vgl. Miller und Slater 2000, 10-13) versprach: Die Möglichkeit, endlich das sein zu können, was man schon immer zu sein meinte (oder zumindest nun meinte, schon immer gewesen zu sein). Expansiv war diese Verwirklichung, weil sie in einem neuen Raum stattfand, der die bis dahin bestehende Lebenswirklichkeit erweiterte. Aber nicht alle verwirklichten auf dem Indernet eine Identität, von der sie schon zuvor überzeugt zu sein glaubten. Für viele war es auch die Möglichkeit, Neues zu denken und zu verwirklichen (vgl. ebd. 13-14). So entdeckten manche für sich erstmals eine indische Identität, andere verabschiedeten sich von elterlichen Kategorien und wandten sich, zum Beispiel, pan-indischen oder -südasiatischen Identifikationen zu. Das Indernet erweiterte so ihre Möglichkeiten natio-ethno-kultureller Imaginationen und trug gleichzeitig dazu bei, diese zu reifizieren (vgl. Brubaker 2004, 10). Gemeinsam schufen die Redakteur_innen und Nutzenden eine Community von Inder_innen (der zweiten Generation), die nicht nur imaginierte, sondern auch manifeste Konsequenzen hatte. Brubaker (ebd. 12) spricht hierbei von »groupness as event«, also der gemeinsamen Herstellung einer natio-ethno-kulturellen Gruppe, die dadurch auch erlebt wird.

Brubaker (ebd.) betont, dass nicht nur nach gelingenden Herstellungen von Gruppen gefragt werden sollte, sondern auch analysiert werden muss, wann diese Versuche scheitern. Hierfür ist die Langzeitbeobachtung des Indernets spannend. Während die Redakteur_innen in der ersten Hälfte der 2000er Jahre einen Raum der Zugehörigkeit ermöglichen konnten, gelang ihnen das nach den technischen Krisen in der zweiten Hälfte der 2000er und dem Neustart in den sozialen Medien in den 2010ern nicht mehr. Hierfür waren die unterschiedlichsten Faktoren verantwortlich. Zum Teil lag es daran, dass die Nutzenden älter wurden und weniger Bedarf an natio-ethno-kultureller Orientierung hatten sowie dass aus demographischen Gründen keine jüngeren Nutzenden nachkamen. Inwieweit sich Individuen natio-ethno-kulturell identifizieren ist immer kontextabhängig (vgl. Anthias 2008; 2009). Es lag aber auch an den technischen Entwicklungen, am gesellschaftspolitischen Umfeld und den organisatorischen Abläufen auf dem Indernet. Der Erfolg von Projekten ethnopolitischer Unternehmer_innen ist hochgradig kontingent, natio-ethno-kulturelle »groupness« lässt sich nicht selbstverständlich herstellen (vgl. Brubaker 2004, 27).

Zudem verändert sich auch die Motivation der Gestaltenden im Verlauf eines Projektes (vgl. Gorny 2009). Am Anfang eines natio-ethno-kulturellen Projektes können die unterschiedlichsten Anreize stehen: Lust am Experimentieren, Suche nach natio-ethno-kultureller Orientierung und Gemeinschaft, nationalistische Überzeugungen, kommerzielle Interessen etc. Je nachdem, wie sich das Projekt entwickelt, entstehen aus der Entwicklung heraus weitere Motive, die sich vom Ausgangspunkt grundlegend unterscheiden können. So erforderte das als Spaß-Projekt gestartete Indernet zunehmend Professionalisierung und eröffnete neue

Optionen für die Redakteur_innen. Gleichzeitig verlangte es von den ethnopolitischen Unternehmer_innen erhebliches Engagement und viel Arbeit. Ein Projekt lässt sich zwar unter Umständen leicht starten, der Erhalt ist aber wesentlich aufwändiger. Das natio-ethno-kulturelle Produkt muss nicht nur entwickelt und angeboten, es muss auch ein Markt dafür geschaffen und erhalten, das Produkt weiterentwickelt sowie die Infrastruktur laufend angepasst werden

Wenn ein natio-ethno-kulturelles Projekt erfolgreich ist und zu einem signifikanten Grad seine Zielgruppe an sich binden kann, wird es auch für andere interessant. Zum einen werden die ethnopolitischen Unternehmer_innen zunehmend als authentische Sprecher_innen ihrer Zielgruppe angesehen. Ihre Repräsentationen der natio-ethno-kulturell Geanderten werden nachgefragt und angenommen. Beim Indernet geschah dies vor allem durch Journalist_innen aber auch durch Forschende. Zum anderen wird gezieltes Ethno-Marketing durch die Projekte attraktiv. Die Angebote der ethnopolitischen Unternehmer_innen werden als Möglichkeiten gesehen, deren primäre Zielgruppe direkt anzusprechen (für kommerzielle, politische und andere Zwecke). Die ethnopolitischen Unternehmer_innen können auf dieses Interesse eingehen. Um aber als Sprecher_innen und Vermittler_innen agieren zu können, müssen sie sich dabei zumindest zum Teil an die Wünsche jener anpassen, die diese Leistungen nachfragen. Sie müssen die Vermarktung ihres Angebotes stärker auf diese ausrichten und riskieren dabei die Bindung an ihre primäre Zielgruppe. So entstanden auf dem Indernet zum einen Unstimmigkeiten darüber, wie sehr sich ein Community-Projekt professionalisieren darf. Zum anderen führte die zunehmende Öffnung für und Ausrichtung auf Zielgruppen jenseits der primären dazu, dass das Indernet immer weniger als Raum der Zugehörigkeit dienen konnte.

Die Analyse des Indernets zeigt, dass Menschen durch ein natio-ethno-kulturelles Angebot angesprochen werden können, dass sie dadurch das Gefühl von natio-ethno-kultureller Gemeinschaft ausbauen können und dies Praxen und Netzwerke verändern kann. Das bedeutet nicht, dass es essentiell gegebene natio-ethno-kulturelle Identität gibt, wohl aber, dass eine solche denkbar, anrufbar und aktivierbar ist. Für jene, die sie (gemeinsam) imaginieren, ist sie relevant und hat reale Konsequenzen. Insofern muss analysiert werden, wie es dazu kommt und was in diesem Prozess geschieht (vgl. Brubaker 2004). Um das Risiko zu verringern, durch Forschung die Ethnisierung von natio-ethno-kulturell Geanderten zu reproduzieren (vgl. Mecheril et al. 2003; Bojadžijev und Römheld 2014), bietet es sich an, nicht über eine Gruppe von Menschen, sondern zu natio-ethno-kulturellen Projekten und ihre Dynamiken zu arbeiten. Dabei ist wichtig, sie nicht als authentische Räume einer natio-ethno-kulturellen Gruppe zu verstehen, sondern genau zu untersuchen, wie sie von verschiedenen Individuen der angesprochenen Zielgruppe in welcher Art (nicht) angenommen werden. Gerade

jene, die sich einem natio-ethno-kulturellen Projekt verweigern, können Auskunft über das Projekt geben.

Möglichkeitsräume online

In den frühen 2000er Jahren wurde das Internet noch als neu und besonders angesehen. Die Differenzierung zwischen on- und offline wurde viel diskutiert. Im Jahr 2020 gehören Internetanwendungen für große Teile der Weltbevölkerung bereits selbstverständlich zum Alltag, sind Teil von Alltagspraxen und nicht mehr weg zu denken (vgl. Hine 2015). Über die 20 Jahre des Forschungsprojekts hat sich nicht nur das diskursive Umfeld grundlegend geändert, auch die technologischen Entwicklungen und Dynamiken online haben sich gewandelt. Das Forschungsprojekt ist so zu einer internethistorischen Arbeit geworden, die nachzeichnen kann, wie sich verschiedene Kontexte auf die Dynamiken eines virtuellen Raums ausgewirkt haben. Vor allem lässt sich vergleichen, unter welchen Bedingungen das Internetportal in den frühen 2000ern erfolgreich werden konnte, während dem Iternet 2.0 dieser Erfolg in den sozialen Medien Anfang der 2010er versagt blieb. Im Folgenden fasse ich ein paar der zentralen Unterschiede zusammen.

Anfang der 2000er Jahre war das Internet ein Experimentierfeld, in dem sich junge Leute mit geringen finanziellen, sozialen und auch technischen Ressourcen ausprobieren konnten. Ein Internetprojekt konnte leicht gestartet werden. Autoritäten gab es online noch wenige und traditionelle Offline-Autoritäten waren online noch nicht aktiv. So konnten junge Leute ihre eigenen Projekte unabhängig von anderen entwickeln und ihre eigenen Repräsentationen gestalten. Da es insgesamt noch nicht so viele Online-Angebote gab, hatten diese gute Chancen, gefunden und genutzt zu werden, wenn sie minimale Voraussetzungen an Design, Inhalt und Nutzbarkeit erfüllten. Zunehmende Zugriffszahlen stellten aber die jungen Pionier_innen vor Herausforderungen, da bald mehr Ressourcen und Engagement notwendig wurden, um das Projekt aufrecht zu halten.

In dieser Zeit war das Internet vor allem ein Ort für nicht-kommerzielle Projekte. Internetanwendungen waren so weit vorangeschritten, dass auch Menschen ohne ausgeprägte Informatikkenntnisse Internetprojekte starten konnten. Sie konnten sich aus verschiedenen kostenlosen Angeboten ihr eigenes Projekt zusammensetzen und es individuell prägen. So entstanden an die jeweiligen Bedürfnisse angepasste virtuelle Angebote, die von den Nutzenden angeeignet und zu ihren Räumen gemacht wurden. Diese zeichneten sich durch ihre Einzigartigkeit aus und hatten eine hohe Bindungskraft. Die geringe Anzahl von professionell erscheinenden Internetprojekten führte zudem dazu, dass diese Aufmerksamkeit auf sich zogen und als kompetent wahrgenommen wurden. So konnten auch Projekte von jungen Leuten, die bei Offline-Projekten nicht ernst genommen worden wären, on-

line großen Erfolg haben und die jungen Internetpionier_innen zu Expert_innen werden.

Die Kanalreduktion durch fast ausschließlich textbasierte Kommunikation führte zu anderen Interaktionen als offline. Zum einen führte sie stärker, als offline üblich gewesen wäre, zu Konflikten und Beleidigungen (Flaming). Zum anderen erleichterte sie ein Gefühl der Zugehörigkeit. Sie ermöglichte die Vorstellung, einander ähnlich zu sein. Aspekte, die dieses Gefühl störten, wurden online weniger wahrgenommen und konnten besser ausgeblendet werden.

So eignete sich das Internet Anfang der 2000er Jahre ideal dazu, um Gemeinschaften von jungen Leuten zu bilden und ihnen ihre eigene Repräsentation zu ermöglichen. Dies war vor allem für jene von großem Interesse, die offline dazu wenige Möglichkeiten hatten. Das Internet erweiterte ihre Möglichkeitsräume erheblich.

Anfang der 2010er Jahre war die Situation anders. Das Internet war nichts Neues und Besonderes mehr. Es erweiterte nicht mehr Möglichkeiten, sondern gehörte gerade für junge Menschen selbstverständlich zu ihrem allträglichen Medienmix. Gleichzeitig hatte sich die Ordnung des virtuellen Raumes grundlegend geändert. Mittlerweile gab es etablierte Online-Autoritäten und traditionelle Offline-Autoritäten waren auch online präsent. Das Internet war kein relativ unkontrolliertes Experimentierfeld mehr, sondern klar eingebettet in bestehende Ordnungen und Normen. Zudem dominierten kommerzielle Angebote zunehmend die Internetnutzung. FB, Google, Twitter, Instagram etc. bestimmten maßgeblich, was online möglich war, wo man mitmachen musste, wie die Regeln waren und prägten die Räume durch ihr Corporate Design. So waren zwar Anfang der 2010er viel mehr Menschen online unterwegs und nutzten die Angebote viel intensiver als Anfang der 2000er. Sie konnten die Räume aber viel weniger selbst gestalten und einmalig machen.

Die sozialen Medien änderten die Wege durch das Internet und die Arten der Interaktion. Während Internetportale an einem virtuellen Ort vielfältige Informationen und Angebote zur Verfügung stellten und so Menschen zusammenbrachten, ermöglichten soziale Medien den Nutzenden, individuelle Netzwerke zu bilden. Die Nutzenden entschieden, mit wem sie sich vernetzten, welche Informationen sie interessierten, wie sie verschiedene Medien kombinierten und bekamen alles Wichtige in ihren Feed geliefert. Sie waren so (in den Grenzen der jeweiligen Internetanwendungen und ihrer Algorithmen) autonomer in ihrer Internetnutzung und weniger auf zentrale Anlaufstellen angewiesen. Das machte es kleinen Internetprojekten viel schwerer als Anfang der 2000er Jahre, wahrgenommen und besucht zu werden. Um erfolgreich zu sein, waren in den 2010ern viel mehr Ressourcen, strategische Entscheidungen und Arbeit notwendig als in den frühen 2000ern.

Veränderungen erfolgen online schneller als offline. Interneträume können schneller eingerichtet werden und schneller verschwinden als Offline-Räume.

Um über einen längeren Zeitraum bestehen zu bleiben, ist es notwendig, dass die Internetprojekte beständig an das neue Umfeld, neue Technologien und Nutzungsarten angepasst werden. Ethnografische Arbeiten zum Zusammenspiel menschlicher und nicht-menschlicher Akteur_innen (vgl. Beck et al. 2012, Bauer et al. 2017) bieten sich hier für genauere Analysen an.

Ethnografisch Forschen im, zum und durch das Internet

Im Jahr 2020 ist kaum mehr die Frage, ob das Internet genutzt wird oder nicht. In fast allen Lebensbereichen spielt es eine Rolle. Daher gibt es kaum noch ethnografische Forschungsprojekte, die nicht mit Daten aus dem Internet umgehen (vgl. Fleischhack 2019). Mittlerweile gibt es hilfreiche Handbücher wie »Ethnography and virtual worlds. A handbook of method« von Boellstorff et al. (2012). Als ich mit diesem Forschungsprojekt anfang, konnte ich noch nicht auf solche zurückgreifen. Wie andere Forschende zu diesem Zeitpunkt entwickelte ich meinen Zugang durch »learning by doing«, wobei das Lernen insbesondere durch Konflikte und Probleme vorangetrieben wurde. In diesen abschließenden Bemerkungen will ich auf Basis meiner Lernprozesse während dieses Forschungsprojekt ein paar methodische Aufforderungen für alle jene formulieren, die ethnografisch im, zum und durch das Internet forschen wollen.

Die wichtigste ist: Forschungsethische Fragen müssen online noch viel sorgfältiger abgewogen werden als offline (vgl. Boellstorff et al. 2012, 129-150). Das liegt zum einen daran, dass ethische Konventionen online noch weniger standardisiert sind als offline. Vor allem aber liegt es daran, dass es oft sehr einfach ist, Zugang zu virtuellen Räumen zu bekommen. Der Zugang kann meist ohne größeren Aufwand verdeckt erfolgen. Daher kann die Versuchung sehr groß sein, Material zu sammeln, ohne sich die informierte Zustimmung der Beobachteten einzuholen. Dabei nehmen Forschende häufig nicht wahr, dass die Unterscheidung zwischen öffentlich und privat online unklarer zu bestimmen ist als offline. Es kommt immer wieder vor, dass virtuelle Räume und Kommunikation zwar für alle zugänglich sind, sie aber von den Nutzenden trotzdem als privat angesehen werden. Forschende müssen daher sehr sorgfältig abwägen, mit was für Räumen bzw. Kommunikationen sie es zu tun haben und was ethisch vertretbar ist. Dabei müssen für jeden Fall die spezifischen Bedingungen abgewogen werden. Zudem muss bei der Publikation von Forschungsarbeiten noch stärker als beim ethnografischen Forschen offline auf Anonymisierung geachtet werden. Durch den leichten Zugang zu Online-Räumen, der weitgehenden Archivierung von Online-Daten und der Durchsuchbarkeit durch Suchmaschinen, können Lesende leicht Quellen finden. Auch in der Frage der Anonymisierung muss daher genau abgewogen werden, wie viel Information die Analyse braucht und welche Informationen so verändert werden müssen, dass Gesprächspartner_innen daraus keinen Nachteil erleiden. Dies gilt umso

mehr, da Online-Gesprächspartner_innen, wenn keine dauerhaften Kontaktdaten ausgetauscht wurden, im ethnografischen Schreibprozess häufig nicht mehr kontaktierbar sind.

Auf der anderen Seite ermöglicht das Internet, dass Forschende Informationen über ihr Forschungsprojekt, ihre Feldtagebücher, Feldnotizen und Publikationen online zur Verfügung stellen und so ihren Gesprächspartner_innen die Gelegenheit geben, diese nicht nur zur Kenntnis zu nehmen, sondern auch auf sie zu reagieren. Dies produziert neue Herausforderungen. Gerade die Veröffentlichung von Feldtagebüchern und Feldnotizen sollte nur in bearbeiteter Form geschehen. Vieles, was in ihnen notiert wird, ist nicht für die Öffentlichkeit gedacht und sollte sie – auch zum Schutz der Gesprächspartner_innen – nicht erreichen. Bei anderen Teilen kann es allerdings produktiv sein, diese zur Diskussion zu stellen und Rückmeldungen zu bekommen. Auch Feedback zur Konzeption des Forschungsprojekts und zu Analysen können das Projekt voranbringen. Allerdings erfordert dies, sich mit der eigenen Verletzlichkeit als Forschende und Mensch auseinanderzusetzen. Kritik zu bekommen und auszuhalten, muss gelernt werden. Generell stellt sich online, gerade beim Forschen in sozialen Medien, die Frage, wie sehr sich Forschende mit persönlichen Informationen gegenüber ihren Gesprächspartner_innen öffnen wollen (vgl. Hine 2015, 72). Wer sich über FB oder andere soziale Netzwerke mit Gesprächspartner_innen befreundet, braucht ein überlegtes Informations-, Identitäts- und Beziehungsmanagement.

Dass ethnografisches Forschen im, zum und durch das Internet vom eigenen Schreibtisch aus erfolgen kann, macht es schwieriger, zwischen Forschen und Privatem sowie zwischen Beobachten und Analysieren zu unterscheiden. Der Zugang zum Feld ist relativ einfach, das Eintauchen aber wird durch den gleichzeitigen Aufenthalt an anderen Orten (physisch und virtuell) immer wieder unterbrochen und der Ausstieg erschwert. So lässt sich gut multi-sited forschen (vgl. Marcus 1995) und ein Feld langfristig begleiten, gleichzeitig wird es schwierig, die Aufmerksamkeit aufrechtzuerhalten. Es stellt sich die Frage, wann teilnehmende Beobachtung anfängt und wann sie beendet ist. Vor allem ist unklar, was teilnehmend online genau bedeutet, wie viel Interaktion damit verbunden ist. Das Führen eines Feldtagebuchs und das Anfertigen von Feldnotizen werden herausfordernder, weil die Forschende ständig im Feld ist (oder auch nicht).

Die Dokumentation von Online-Geschehen erscheint einfach. Dateien können gespeichert, Screenshots gemacht und Inhalte ausgedruckt werden. Aber bei all diesen Arten des Dokumentierens gehen wichtige Informationen verloren. URLs können verloren gehen, Verlinkungen werden nicht dokumentiert etc. Daher ist es wichtig, sich genau zu überlegen, was wie dokumentiert wird. Vor allem ist es wichtig, sofort mit dem Dokumentieren zu beginnen. Online-Inhalte können jederzeit ohne Ankündigung verschwinden. Daher müssen sie in ihren Verflechtungen archiviert werden. Dies allerdings erfordert eine durchdachte Archivordnung,

da schnell große Mengen an Material gesammelt werden, die anschließend schwer zu überblicken sind. Je besser das Material sortiert und verschlagwortet wird, desto leichter fällt anschließend das archäologische (vgl. Everett 2009, 35) Erschließen des Materials.

Schließlich noch ein paar Überlegungen zu ethnografischen Interviews online: Wie in anderen Feldern auch ist es bei der Forschung im, zum und durch das Internet wichtig, durch Gatekeeper_innen Zugang zu möglichen Interviewpartner_innen zu bekommen. Um online Gesprächspartner_innen zu gewinnen, empfiehlt es sich, sich über einen langen Zeitraum aktiv in dem jeweiligen virtuellen Raum zu beteiligen. So können mögliche Gesprächspartner_innen kennengelernt und Vertrauen aufgebaut werden. Auf dieser Basis können Anfragen für Interviews gestellt werden. Dabei müssen die für die Interviews genutzten Medien sorgfältig ausgewählt und ihre spezifischen Herausforderungen für die Durchführung der Interviews bedacht werden. Alle Interviews, die nicht Face-to-Face geführt werden, gehen mit Kanalbeschränkungen einher. Bei Videointerviews sind diese am geringsten, da beide Beteiligte sich sehen und hören können. Aber auch hier muss mehr noch als bei Face-to-Face-Interviews darauf geachtet werden, eine ungestörte Interviewsituation zu schaffen, in der sich beide ganz darauf einlassen können. Bei rein textbasierten Interviewformen, insbesondere wenn sie asynchron geführt werden, ist es am schwierigsten, zu einem Gespräch zu kommen, die Interviewpartner_in zum Erzählen zu motivieren und unangenehme Themen thematisierbar zu machen.

Ethnografisches Forschen im, zum und durch das Internet unterscheidet sich nicht grundsätzlich von ethnografischem Forschen in, zu und durch andere Felder. Es ist nichts Besonderes mehr, sondern alltäglicher Teil von Forschung. Die Besonderheiten des Kontextes und seine spezifischen Herausforderungen müssen aber bedacht und ein jeweils kontextspezifischer Umgang mit ihnen gefunden werden.

