

## Hashtag Aktivismus: Can the Subaltern Speak?

1988 überarbeitete Gayatri Chakravorty Spivak das Konzept der Subalternität, um es auf postkoloniale Subjekte ohne jegliche Repräsentation in der Gesellschaft zu beziehen, wobei sie die provokante Frage „Can the Subaltern Speak?“ stellte. Sie kam zu dem pessimistischen Schluss, dass die vorherrschenden Machtstrukturen die Stimmen der Subalternen verstummen lassen mussten. Innerhalb der letzten 10 Jahre haben sich durch Web 2.0 und der einfacheren Zugänglichkeit zum Internet, neue digitale Formen von Protestbewegungen formiert, die den Kampf um soziale Gerechtigkeit auf Social Media Plattformen, wie Facebook und Twitter, verlagern und dabei marginalisierten Sprecher\*innenpositionen, welche ebenfalls in parlamentarischen Demokratien der westlichen Welt vorhanden sind, eine Stimme geben zu können, die immer wieder einen Weg in die reale nicht-digitale Welt finden und diese dann, zumindest für einen kurzen Augenblick, zur Wahrnehmung der subalternen Kultur zwingen.

Zu den bekanntesten Protestbewegungen zählt der Hashtag #BlackLivesMatter, welcher 2013 entstand und mit einem Facebook Post der rassistisch motivierte Polizeigewalt gegen Schwarze, Racial/ Ethnical Profiling sowie Rassismus im US-amerikanischen Justizsystem anprangerte, begann und später immer wieder mit eben diesem Hashtag über Twitter verbreitet wurde. Ein weiteres Beispiel ist der Hashtag #MeToo, der auf einen Myspace Eintrag der Aktivistin Tarana Burke im Jahr 2004 zurückgeht und erst 13 Jahre später für Aufruhr sorgte, als die US-amerikanische Schauspielerin Alyssa Milano im Zuge des Harvey Weinstein Skandales in einem Tweet Frauen\* dazu aufforderte, ihre Erfahrungen mit sexueller Gewalt, Belästigung, Nötigung oder Vergewaltigung mit #MeToo zu teilen, woraus die so genannte MeToo-Bewegung entstand.

Der Ablauf dieser Protestform ist immer gleich. Aktivist\*innen nutzen ihren bevorzugten *Tag* (dt. Etikett/ Schlagwort) innerhalb ihre Social Media Profile, um (Protest-)Botschaften, Vorfälle etc. zu verbreiten. Diese erreichen die Timelines anderer User\*innen, die das Material liken, teilen oder ergänzen können. Die Masse an Diskursmaterial lässt den Hashtag immer wieder trenden, sodass im Folgenden für einen gewissen Zeitraum crossmedial alle Social Media Plattformen beherrscht werden und ständig neue Aktivist\*innen (Stichwort Buzz Marketing) rekurriert werden können.

Dies führt dazu, dass eine klassische Presseberichterstattung, die eine breite Öffentlichkeit abseits der Plattformen erreicht, erzwungen wird. Je nach Reichweite, Beständigkeit und Hartnäckigkeit des öffentlichen Diskurses wird auch die Politik auf den jeweilig trendenden Hashtag und den damit verbundenen Misständen marginalisierter Identitäten aufmerksam und muss diesen in ihre Debatten aufnehmen. In den USA beispielsweise folgte nach dem Hashtag #BlackLivesMatter eine Debatte zu systematischem Rassismus von Polizei und Justizsystem. In Deutschland wurde nach dem Hashtag #Aufschrei über Sexismus, Gleichberechtigung und sexuelle Gewalt diskutiert.

Carolin Rolf (M. A. Medienwissenschaft & Gender Studies)  
Fakultät KSW – Institut für Neuere deutsche Literatur- und Medienwissenschaft  
Carolin.Rolf@fernuni-hagen.de

Innerhalb dieses Projektes wird der Frage nachgegangen, ob subalterne Gruppen der westlichen Welt durch Social Media und andere Web 2.0 Applikationen nunmehr eine Stimme haben und nicht mehr nur über sie gesprochen wird? Kann Hashtag-Aktivismus zu nachhaltigen Verbesserung marginalisierter Kulturen und Identitäten innerhalb der Gesellschaft beitragen oder handelt es sich bei diesen Protestformen vielmehr um ein kurzes Aufflackern von Debatten und Problemen, welche aber dann wieder ignoriert werden? Gibt es Bestrebungen der dominanten Position(en) diese Stimmen wieder zum Schweigen zu bringen und wenn ja, wie gestalten sich diese?