

Insta-Stories und Twitter-Literatur

Im Jungen Literaturlabor JULL in Zürich schreiben junge und sehr junge Menschen Literatur – gecoach von Schriftstellerinnen und Schriftstellern. Viele von ihnen sind vertraut mit Social Media. Die Projektidee des JULL war deshalb ganz einfach: Die beiden offiziellen JULL-Kanäle von Instagram und Twitter sollten nicht wie bisher von der JULL-Leitung, sondern ebenfalls von jungen Menschen betrieben werden. Diese neugeschaffene Funktion heisst in diesem MINT-Projekt «JULL-BloggerInnen-in-Residence».

Der Start zu diesem Projekt ging in einem Raum über die Bühne, der aus einer amerikanischen Fernsehserie stammen könnte: das Besprechungszimmer einer ebenso teuren wie renommierten Anwaltskanzlei. Besprochen

wurden mit dem ebenfalls teuren und renommierten Anwalt, seines Zeichens Spezialist für Urheberrecht, die vielen Klauseln des Vertrags, welchen er für die ersten beiden JULL-Social-Media-Praktikantinnen entworfen hatte. Arbeitsverträge im Umfeld von Social Media sind juristisches Neuland, entsprechend kompliziert – und deshalb noch eine Seltenheit. Die jungen Frauen aber sollten verstehen, was es heisst, selber «Content» zu schaffen, den sie einer Arbeitgeberin, nämlich dem JULL, zur Verfügung stellen. Der Aufwand hatte System: Der JULL-Vertrag kann anderen Kulturinstitutionen als Vorlage dienen.

Dann ging's los für Sharlyn Keller (20 Jahre) und Anja Gada (18 Jahre). Rein ins kalte Wasser! Wer postet als Erste? Erste Erfahrungen wurden gemacht die, statt Antworten zu geben, vor allem Fragen aufwarfen: Wie redet man mit einer Klasse 15-Jähriger? Was interessiert potentielle «Followerinnen und Follower» des JULL Accounts? Wie privat darf ein Insta-Post sein, den ich «als JULL» poste? Kann man auf Twitter



JULL-Instagram-Seite: Momentaufnahme

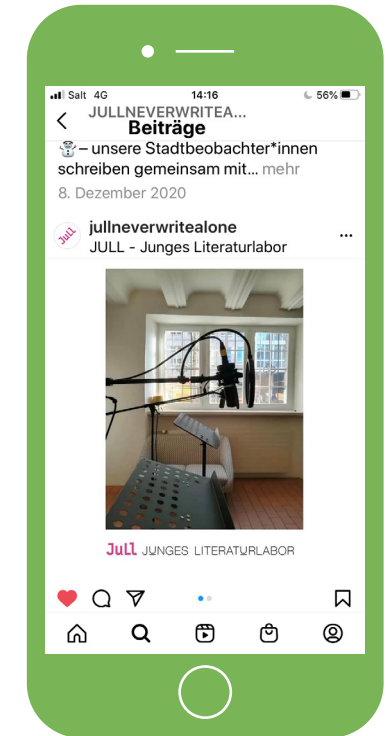


auch einfach Fotos stellen? Ganz im Sinne eines Labors wurde einfach ausprobiert. Und schnell war klar (was im Projekt sowieso schon angedacht war): Man braucht die Unterstützung von Profis auf dem Gebiet. Sharlyn Keller erinnert sich: «Ich musste erst lernen, alles rund um Insta-Stories, Highlights und einen roten Faden im Profil erkennbar zu machen. Nach einem Gespräch mit Anina Riniker vom KOSMOS und Noémi Schaub (Autorin und aktive Instagrammerin) fühlte ich mich sicherer, getraute mich meiner Kreativität etwas mehr freien Lauf zu lassen.»

Kreativität ist gut. Aber nicht genug. Denn was für andere Kulturinstitutionen und Medien gilt, war auf das JULL kaum anzuwenden. Und wer ist schon ein Social-Media-Profi auf dem Gebiet einer völlig neuartigen Kulturinstitution wie dem JULL?

Eine Idee, die aus dem Stillstand kam

Aber es kam ja eh alles anders. Mitte März 2020 stand bekanntlich die Welt still – zumindest fühlte es sich für die beiden Social-Media-Scouts (so der neu geprägte Name, der ein wichtiges Resultat des Projekts ist) so an. Doch der Stillstand führte zu einer Idee: Statt nur einer gab es plötzlich eine ganze Gruppe von Twitter-Schreibenden auf dem JULL-Account. Die seit Jahren bestehenden «StadtbeobachterInnen»



JULL-Instagram-Seite: Ton ab!

(eine JULL-Schreibgruppe) wurden zu JULL-Twitter-Literatinnen und Literaten. Auf 250 Zeichen schrieben sie eindrückliche Kurztexte aus ihren WG-Zimmern, erzählten, was sie vor dem Fenster oder in den leeren Strassen sahen, was in ihnen vorging, was sie trotz Lockdown alles erlebten. Autorin Gina Bucher war für das Schreibcoaching zuständig. Die Texte wurden später in einem JULL-Ready-Print gedruckt – und an einer Hybrid-Lesung im Rahmen des Literaturfestivals «Zürich liest» via Instagram-Live vorgestellt. Für die jungen StadtbeobachterInnen (16- bis 25jährig) war das Twittern eine

neue Erfahrung, wie diese Rückmeldung zeigt: «Ja, es hat mir wahnsinnig gut gefallen zu twittern! Mir hat sehr gut gefallen, meine Gedanken auf diesen wenigen Zeichen zusammenzutragen. Jedes Mal, wenn mir eine Idee gekommen ist, habe ich mich gleich ans Schreiben eines Texts gemacht, ohne mich zweimal zu fragen, ob das jetzt für einen Text genügt. Und ich glaube genau diese «Banalität» und Kürze hats auch ausgemacht, weil es einfach wirklich nur Momentaufnahmen waren.»

Dieser Laborversuch brachte ein für das JULL ebenso überraschendes wie konkretes Resultat: Twitter soll im JULL literarisch genutzt werden – und die ExpertInnen dafür sind JULL-Schreibcoachs, also Schriftstellerinnen und Schriftsteller. Im Frühling 2021 sollte ein zweiter Laborversuch für Twitter-Literatur starten, mit neuer Versuchs-

anordnung: mit einer Gymnasiums-Klasse – doch wieder griff die Pandemie ein, und das Projekt wurde auf Herbst 2021 verschoben.

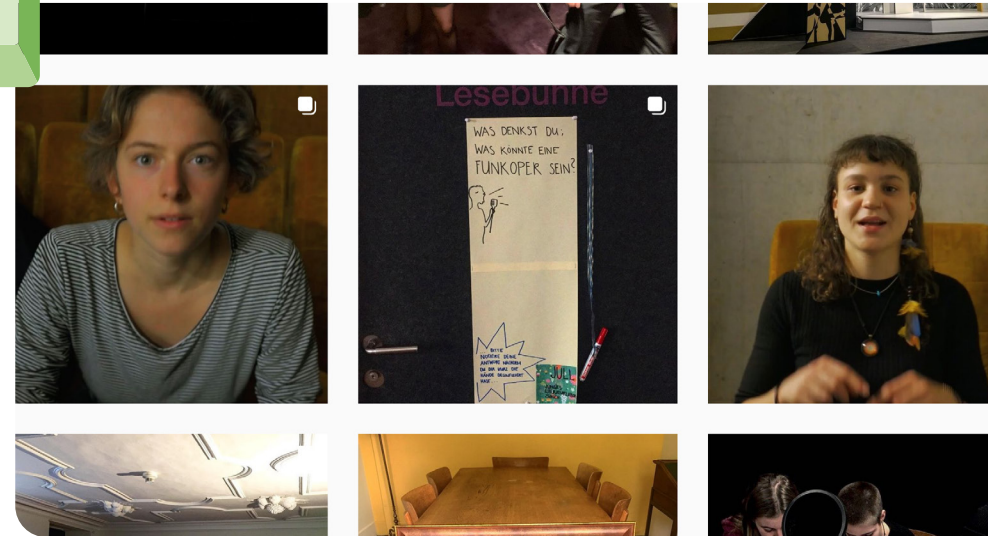
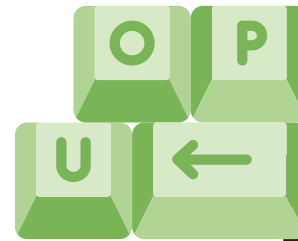
Expertin dringend gesucht!

Nach Lockdown und schüchternen Neulancierungsversuchen im Sommer 2020 war klar: für Instagram musste eine Expertin her. Dieses soziale Medium, das sich immer stärker in Richtung Journalismus entwickelt, ist DIE Chance einer kleinen Kulturinstitution, aller Welt zu zeigen, was in ihren Räumen alles los ist. Von der JULL-Leitung vorerst unbemerkt war unter den Lockdown-TwitterInnen eine junge Frau aufgetaucht, Arzije Asani (25 Jahre), die alles mitbrachte, was es für einen solchen Schritt braucht: Einen Bachelor Cast /Audiovisuelle Medien der ZHDK, Schreibtalent und nicht zuletzt intime Kenntnisse vom JULL-Betrieb. Schon bald war von Redaktionsplänen und Gestaltungselementen die Rede, von Wiedererkennungseffekt und von klaren Vorstellungen, was sich für eine «Story» und was für einen «Feed» eignet. Die Insta-Expertin war längst im Haus, man musste sie nur noch als solche rekrutieren.

Von nun an ging die Post ab auf dem JULL-Insta-Account, neu mit Arzijas jüngerer Schwester Xhemile Asani (23 Jahre) als Social Media Scout, die ihre Arbeit so zusammenfasst: «Ich komme ins JULL und dokumentiere, was da



Lesung aus dem JULL-Ready-Print



Anja Gada (links) und Sharlyn Keller auf JULL Instagram

passiert – indem ich Fotos mache und in Kontakt trete mit den Jugendlichen wie mit den AutorInnen. Und dann versuche ich, möglichst sensibel und präzise auf Instagram zu vermitteln, was beim Schreiben im JULL passiert.»Inzwischen hat das JULL nicht nur eine eigene Handschrift auf Instagram, im Mai 2021 wurde auch ein Zwischenziel erreicht: Die 1000er Grenze bei den Followern wurde «geknackt»!

Die JULL-Leitung wird inzwischen monatlich mit Media-Analytics zu Instagram versorgt, dank denen nachverfolgt werden kann, welche Feeds und Storys besonders gut angekommen sind, welche «Follower» sich wieder losgesagt haben vom JULL-Account, welche dazugekommen sind. So können neue Schritte gemeinsam geplant und umgesetzt werden.

Resultat dieses Laborversuchs: Das JULL wird nach Auslaufen des MINT-Projekts die Idee des Social Media Scouts für Instagram weiterziehen und eine Praktikumsstelle schaffen, in der die Erfahrungen aufgegriffen und weiterentwickelt werden.

Fazit des JULL-MINT-Projekts aus JULL-Sicht: Wieder einmal hat sich der Laborgedanke bewährt. Aus den anfänglich etwas unsicheren Schritten der ersten beiden Scouts sind zwei ebenso professionelle wie kreative Zugänge zu den beiden sozialen Medien Twitter und Instagram entstanden, in welche die Erfahrungen und die Lebenswelt junger Menschen direkt einfließen! Ganz so, wie es im Jungen Literaturlabor sein soll. Und auf den sozialen Medien.