

# **Social Media-Konzept, Umsetzung und Betreuung**

## **(R 7.3.2)**

**Version 2.0** vom 16.07.2014 (wird laufend aktualisiert)

**Arbeitspaket 7.3**

**Verantwortlicher Partner** SUB Göttingen

### **TextGrid**

Virtuelle Forschungsumgebung für die Geisteswissenschaften

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung

**Projekt:** TextGrid – Institutionalisierung einer Virtuellen Forschungsumgebung  
in den Geisteswissenschaften

**BMBF Förderkennzeichen:** 01UA1203A

**Laufzeit:** Juni 2012 bis Mai 2015

**Dokumentstatus:** Living Document

**Verfügbarkeit:** Öffentlich

**Autoren:**

Sibylle Söring (SUB Göttingen)

Nadja Grupe (SUB Göttingen)

Maren Köhlmann (SUB Göttingen)

Hannes Riebl (SUB Göttingen)

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung und Zielsetzung</b> .....	<b>3</b>
<b>2. Definition</b> .....	<b>5</b>
<b>3. Gegenwärtige Nutzungsformen</b> .....	<b>5</b>
3.1.    Interne Projektkommunikation und –dokumentation.....	6
3.1.1.    Mailinglisten .....	6
3.1.2.    Wiki .....	7
3.1.3.    Etherpad / IRC-Channel.....	8
3.2.    Externe Projektkommunikation .....	8
3.2.1.    Mailinglisten .....	9
3.2.2.    Twitter .....	10
3.2.3.    Nutzerforum .....	10
3.2.4.    DHd-Blog .....	11
3.2.5.    DHd-Kanal .....	13
<b>4. Potentielle Nutzungsformen</b> .....	<b>14</b>
4.1.    Facebook und Google+ .....	14
4.2.    Öffentliches Wiki.....	15
<b>5. Fazit und Ausblick</b> .....	<b>15</b>

# 1. Einleitung und Zielsetzung

Webbasierte, interaktive Kommunikationstechnologien stehen seit einigen Jahren zunehmend auch in der Wissenschaftskommunikation zur Verfügung. Dabei sind die digitalen Formate ebenso vielfältig wie ihre (potentiellen) Nutzungsformen: Facebook und Twitter, Fach-Weblogs, Internetforen, Mailinglisten, Open-Peer-Reviews, digitale Rezensionsportale und Wikis dienen der wissenschaftlichen Binnenkommunikation, dem interaktiven Austausch von Informationen mit Fachöffentlichkeiten, der Lehre und dem Auf- und Ausbau von *scientific communities* ebenso wie der Diskussion, der Dokumentation und der Recherche.

Dabei steht der Vielzahl erfolgreicher Angebote eine nach wie vor nur zögerliche Nutzung in der Wissenschaftspraxis gegenüber. Die Gründe sind vielfältig: sie reichen von schlichter Unkenntnis der Angebote über den Vorbehalt eines zu hohen zeitlichen Aufwands neben der eigentlichen Forschungsarbeit bis hin zum vermuteten Reputationsverlust („Unwissenschaftlichkeit“) und der nach wie vor individualisierten Leistungsanerkennung in vielen Zweigen der Wissenschaft, die im Netz verloren ginge. Dies gilt für die Naturwissenschaften, insbesondere aber auch für die Geisteswissenschaften, deren Beiträge zur wissenschaftlichen Diskussion auch heute noch – und im Übrigen weitgehend generationen- und statusunabhängig – in der Buchform ihr zentrales, tradiertes Medium haben. Die 2012 veröffentlichte umfangreiche Studie zu Akzeptanz und Nutzung digitaler Wissenschaftskommunikation<sup>1</sup> kommt denn auch zu dem Schluss, von Cyberscience sei die deutsche Wissenschaftspraxis noch weit entfernt. Die im Rahmen der Studie durchgeführte Online-Umfrage unter deutschen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern (Rücklauf: 1053 Antworten) weist Nutzungsformen digitaler Kommunikationsformate, wo sie existieren, vor allem unter dem Aspekt der Service-Formate bzw. Mailinglisten (Call for Papers, Tagungsankündigungen usw.) nach; in nur geringem Maße jedoch lässt sich, so das Ergebnis der Befragung, die interaktive und kollaborative Nutzung digitaler Formate (u.a. Blogs, Wikis) nachweisen.

---

<sup>1</sup> Bader, Anita; Fritz, Gerd u. Gloning, Thomas: *Digitale Wissenschaftskommunikation 2010-2011 – Eine Online-Befragung*. Unter Mitarbeit von Jurgita Baranauskaitė, Kerstin Engel und Sarah Rögl. Gießener Elektronische Bibliothek (2012) Linguistische Untersuchungen Bd. 4. URL: <http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2012/8539/>



Abb. 1: Social Media in der Wissenschaftskommunikation: Aspekte der gegenwärtigen Diskussion.

Diese „Frühphase eines Verbreitungsprozesses“<sup>2</sup> indessen wird flankiert nicht nur von verschiedenen, bereits erfolgreichen Modellen im Rahmen der nationalen wie der EU-Förderung, darunter TextGrid, DARIAH und CLARIN<sup>3</sup>, sondern auch von einer Vielzahl von Tagungen, Workshops und wissenschaftsjournalistischen Formaten (Podcasts, Hörfunkbeiträge) zum Thema. Sie haben das Potential, die Chancen und die kritische Reflektion des Veränderungsprozesses der wissenschaftlichen Kommunikationskultur zum Gegenstand, der mit einer zunehmenden wissenschaftlichen Nutzung der seit einem guten Jahrzehnt bereitstehenden technischen Infrastruktur einhergeht.

Der vorliegende Report skizziert die bisherigen und aktuellen Nutzungsformen von Social Media innerhalb des Forschungsverbunds sowie in der Interaktion mit – und unter – TextGrid-NutzerInnen. Auf dieser Grundlage sollen die Strategien zur sinnvollen Nutzung zusätzlicher oder anderer Dienste kontinuierlich evaluiert werden.

<sup>2</sup> Fritz, Gerd: *Von Cyberspace noch weit entfernt – Digitale Wissenschaftskommunikation in Deutschland*. 20.01.2012 (URL: <http://www.scilogs.de/wblogs/blog/interactive-science/teilprojekt-iv-wissenschaftliche-information-kritik-und-kontroverse-in-digitalen-medien/2012-01-20/von-cyberscience-noch-weit-entfernt-digitale-wissenschaftskommunikation-in-deutschland>.)

<sup>3</sup> Bader / Fritz / Gloning (2012), a.a.O. S. 102

## 2. Definition

Als Begriff hat sich *Social Media* in größerem Rahmen vermutlich erstmals 2004 und damit zeitgleich mit der Durchsetzung von Wikipedia (2000), MySpace und WordPress (2003), Facebook (2004) und Web 2.0 (2004) etabliert.<sup>4</sup> Im Folgejahr 2005 setzte sich auf breiter Basis auch der Term *User Generated Content* (UGC) durch, um die verschiedenen Formen öffentlich zugänglicher und von Endnutzern erzeugter medialer Inhalte zu beschreiben;<sup>5</sup> es folgten u.a. die großen Plattformen YouTube (2005), Twitter (2006) und schließlich Google+ (2012).<sup>6</sup>

Unter Social Media werden gemeinhin solche internetbasierten Anwendungen und Plattformen verstanden, die den interaktiven Austausch von Bild- bzw. Textdaten und Informationen ermöglichen. Unter der Vielzahl der seither kursierenden Begriffsverwendungen hat sich die 2010 von Kaplan / Haenlein vorgeschlagene Definition erwiesen, die Social Media beschreibt als „[...] a group of internet applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of user generated content“.<sup>7</sup> Auf dieser Basis ist die Verwendung des Begriffs auch im vorliegenden Zusammenhang zu verstehen.

## 3. Gegenwärtige Nutzungsformen

Für den Forschungsverbund TextGrid stand in seiner Entwicklungsphase (2006-2011) zunächst die Nutzungsform der *internen Kommunikation* und Dokumentation im Mittelpunkt. Seit der Veröffentlichung der Produktivversion TextGridLab 1.0 im Juli 2011 und der Version 2.0 im Mai 2012 bilden die Möglichkeiten des Community-Aufbaus, der *externen Kommunikation* und der Dokumentation bzw. Information aktiver wie potentieller Nutzerinnen und Nutzer einen weiteren Schwerpunkt der Nutzung von Social

---

<sup>4</sup> Wenngleich AOL die Begriffsprägung im Zusammenhang mit der Entwicklung des *Instant Messengers* um 1994 für sich reklamierte, gilt heute gemeinhin die *BlogOn Conference – The Business of Social Media* der UC Berkeley Haas School of Business (2004) als „Startschuss“ für die Durchsetzung des Begriffs, vgl. <http://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2010/12/09/who-coined-social-media-web-pioneers-compete-for-credit/2/>

<sup>5</sup> Siehe hierzu auch OECD (2007): *Participative web and user-created content: Web 2.0, wikis, and social networking*. Paris: Organisation for Economic Co-Operation and Development.

<sup>6</sup> Zur Geschichte von Social Media vgl. die anschauliche Infografik des US-amerikanischen Software-Unternehmens *copyblogger media*: <http://www.copyblogger.com/history-of-social-media/>

<sup>7</sup> Kaplan, Andreas M., Haenlein, Michael: *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. In: *Business Horizons* (2010) 53, 59-68. URL: <http://www.michaelhaenlein.eu/Publications/Kaplan, Andreas - Users of the world, unite.pdf>

Media. Neben den Kanälen zur internen Projektkommunikation bzw. -dokumentation (z.B. Wikis und Mailinglisten) wurden daher vor allem auch Kanäle zur externen Kommunikation aufgebaut und etabliert; dabei spielen Formate wie Twitter, Online-Foren und Blogs eine zentrale Rolle.

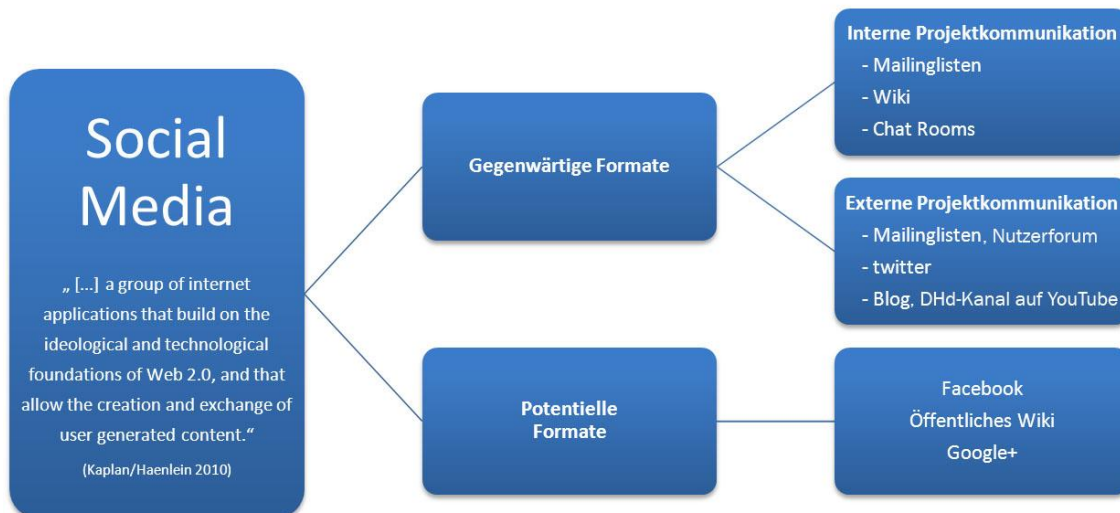


Abb. 2: Anwendungsszenarien und Formate von Social Media in der internen und externen Kommunikation bei TextGrid.

## 3.1. Interne Projektkommunikation und -dokumentation

### 3.1.1. Mailinglisten

Für die *interne Projektkommunikation und -diskussion* nutzt TextGrid seit 2006 verschiedene Mailinglisten, die unterschiedliche Arbeitsgruppen, Task Forces und Gremien bedienen und je nach Bedarf im Laufe der verschiedenen Projekt-Förderphasen dynamisch angepasst bzw. erweitert wurden und werden:

- [textgrid-intern@gwdg.de](mailto:textgrid-intern@gwdg.de) (sämtliche Partner und Mitarbeitende TG III)
- [textgrid-erweitert@gwdg.de](mailto:textgrid-erweitert@gwdg.de) (sämtliche Partner und Mitarbeitende aus TG I,II,III)
- [textgrid-sg@gwdg.de](mailto:textgrid-sg@gwdg.de), [textgrid-sg-II@gwdg.de](mailto:textgrid-sg-II@gwdg.de) (Steering Group, jeweilige AP-Leitung sowie eine Vertretung)
- [textgrid-agdigibib@gwdg.de](mailto:textgrid-agdigibib@gwdg.de) (AG Digitale Bibliothek im Forschungsverbund TG)
- [textgrid-tech@gwdg.de](mailto:textgrid-tech@gwdg.de), [textgrid-tech-II@gwdg.de](mailto:textgrid-tech-II@gwdg.de) (AG Architektur /Technik / Entwicklung)

- [textgrid-agtests@gwdg.de](mailto:textgrid-agtests@gwdg.de) (AG Tests)
- [textgrid-agtextformate@gwdg.de](mailto:textgrid-agtextformate@gwdg.de) (AG Textformate)
- [textgrid-metadaten@gwdg.de](mailto:textgrid-metadaten@gwdg.de) (AG Metadaten)
- [textgrid-subversion@gwdg.de](mailto:textgrid-subversion@gwdg.de) (AG Subversion)
- [textgrid-register@gwdg.de](mailto:textgrid-register@gwdg.de) (Bearbeitung von Account-Anfragen)

### 3.1.2. Wiki

Die interne Projektkommunikation und -dokumentation des TextGrid-Konsortiums erfolgt, ebenfalls seit 2006, in erster Linie über zugangsbeschränkte Wikis. Im Rahmen der ersten beiden Förderphasen von 2006 bis Juli 2012 wurde dazu ein über die TextGrid-Webseite zugängliches *dr-Wiki* genutzt. Im August 2012 wurde innerhalb des von DARIAH-DE verfügbaren, kommerziellen Content Management Systems *Confluence* ein neues, komfortableres und leistungsstärkeres Wiki eingerichtet, das ebenfalls über die Projekt-Homepage zugänglich ist. Es erlaubt neben der Erstellung, Bearbeitung und Diskussion von Inhalten und dem Hochladen von Dateien auch die Verlinkung zu und von Inhalten des DARIAH-Wikis, sodass die Synergieeffekte paralleler und gemeinsamer Entwicklungen beider Projekte optimal genutzt werden können.

Gegenüber dem vorhergehenden *dr-Wiki* sind hier außerdem die unmittelbare Nachverfolgung von Änderungen durch andere User (News Feed bzw. individuell anpassbare Beobachtungsfunktion), die Rechte- und Nutzerverwaltung, die Funktion *drag & drop*, die Kommentierung von Einträgen sowie, unterstützt durch eine graphische Benutzeroberfläche, die allgemeine Navigation erleichtert.

Das neue Confluence-Wiki dient der Administration, Koordination und möglichst vollständigen Dokumentation von TextGrid III. Bis Mai 2013 wurden zudem sämtliche Wiki-Inhalte der beiden vorangegangenen Förderphasen in Form zweier Archive in das Confluence-Wiki integriert (Archiv TextGrid I: <https://dev2.dariah.eu/wiki/display/tgarchiv1/Home>, Archiv TextGrid II: <https://dev2.dariah.eu/wiki/display/tgarchiv2/Home>). Somit ist die vollumfängliche Online-Projektdokumentation sämtlicher Förderphasen in *einer* Arbeitsumgebung gewährleistet.



In Anlehnung an die Navigationsstruktur des internen DARIAH-DE-Wikis enthält das Confluence Wiki folgende Strukturelemente:

- Main page
- Aktionen
- Arbeitspakete
- AGs, Task Forces
- Treffen und Veranstaltungen
- Adressenliste
- Organisatorisches
- Dokumentation, Nutzerstatistik

### 3.1.3. Etherpad / IRC-Channel

Insbesondere zur Dokumentation von Projekttreffen und –veranstaltungen, , Programmiersprints und Teststunden hat sich – v.a. in den entwicklungsorientierten Arbeitsgruppen – die Nutzung von *Etherpad* (<http://etherpad.org/>) als realtime-Editor bewährt. Dabei handelt es sich um einen webbasierten Editor zur kollaborativen Erstellung und Bearbeitung von Texten. Durch eine farbliche Hervorhebung sind neue Inhalte bzw. Änderungen für alle TeilnehmerInnen sofort bzw. live sichtbar.

Die spontane Möglichkeit der Kommunikation mit mehreren TeilnehmerInnen hat sich für die gemeinsame Diskussion und Evaluation gerade von Development-Themen sehr bewährt. Seit der Einstellung von Etherpad wird für die Chatkommunikation der ähnlich funktionierende IRC-Channel `#textgrid` genutzt (<http://webchat.freenode.net/?channels=textgrid>).

## 3.2. Externe Projektkommunikation

Der Eintritt in die dritte Projektphase und die seit 2011 nahezu vollumfänglich verfügbare Produktivversion des TextGridLab stellen neue Anforderungen vor allem an die externen Kommunikationsstrukturen, die stetig an jeweils neue bzw. im Wandel begriffene Nutzerbedürfnisse angepasst werden. Die dabei zur Verfügung stehenden Optionen werden im Folgenden erläutert.

### 3.2.1. Mailinglisten

Neben den beiden Servicelisten [info@textgrid.de](mailto:info@textgrid.de) und [support@textgrid.de](mailto:support@textgrid.de) wurden im November 2012 zwei weitere Mailinglisten eingerichtet, die dem Austausch, der Diskussion, der Information und dem technischen Support der Nutzerinnen und Nutzer untereinander wie auch mit dem TextGrid-Team dienen sollen. Dabei handelt es sich um

- [textgrid-user@gwdg.de](mailto:textgrid-user@gwdg.de), eine Liste für generell TextGrid-bezogene Themen (Projektvorhaben und Forschungsfragen, fachspezifische Fragestellungen, Funktionalität der Tools und Services, XML/TEI, Usability, Support, Workflow, Archivierung, Metadaten, Veranstaltungen, Publikationen usw.) sowie
- [textgrid-dev@gwdg.de](mailto:textgrid-dev@gwdg.de), einer Liste für entwicklungsspezifische Fragestellungen, Tool- und Dienste-Entwicklung und -Anpassung, Schnittstellen, Updates, Architektur usw.

Die Registrierung erfolgt über die TextGrid-Webseite; die Listen sind unmoderiert. Sie werden über die TextGrid-Webseite *Community* (<http://www.textgrid.de/community/>), auf TextGrid-Flyern sowie auf Nutzertreffen, Workshops und Schulungen und schließlich im Rahmen der Registrierungsbestätigung für das TextGridLab kommuniziert und beworben. Die Mailingliste [textgrid-dev@gwdg.de](mailto:textgrid-dev@gwdg.de) ist mit dem Hinweis „Informationen für Entwickler / technische Dokumentation“ auch auf den aktuellen Projekt-Flyern aufgeführt.

Mit der Einrichtung dieser Listen hat TextGrid dem auf verschiedenen Nutzertreffen, Schulungen und Summits von der Community geäußerten Wunsch nach einer unkomplizierten Kontaktaufnahme und einem entsprechenden digitalen Diskussionsformat entsprochen. Wie für alternative Formate, etwa (moderierte) Internetforen, gilt indessen auch für die beiden heute bestehenden offenen TextGrid-Mailinglisten, dass nur eine kontinuierliche Generierung von Content die Attraktivität und Lebendigkeit der Formate gewährleistet: Trotz einer erfreulichen Mitgliederzahl weisen beide Listen bislang eine recht geringe Aktivität vor; dies mag nicht zuletzt in der Vielfalt der Angebote (u.a. Wiki, Jira bzw. Chili, Webseite, Online-Forum, Support-Liste) begründet liegen.

### 3.2.2. Twitter

Anlässlich des ersten TextGrid-Nutzertreffens am 22./23.02.2012 hat TextGrid einen Twitter-Account eingerichtet (<https://twitter.com/TextGrid> bzw. @TextGrid), um im Format des *Microblogging* von Tagungen und Workshops sowie zu aktuellen Themen rund um TextGrid, die beteiligten Forschungsvorhaben und -verbände, aber auch zu relevanten Themen der Digital Humanities schnell, aktuell und im „kleinen Format“ informieren zu können. Per 05/2014 wies das Profil 311 Follower sowie 304 durch Konsortialmitglieder und Studentinnen und Studenten der TU Darmstadt erstellte Tweets auf.

Follower sind zuvorderst Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sowie Mitarbeiter von in den Digital Humanities verankerten Projekten und Institutionen (u.a. DARIAH-DE, DARIAH-EU, DH Mainz, Germanica Sacra, DH\_OU, Libreas, CDH Trier, DH Darmstadt, DHD Unconference). Das Follower-Profil spricht für eine steigende Akzeptanz und Bekanntheit von TextGrid innerhalb der Digital Humanities-Community. Die Tweets haben u.a. Veranstaltungsankündigungen und die Vorstellung neuer Projektergebnisse, z.B. die Veröffentlichung neuer Tools und Services zum Gegenstand.

### 3.2.3. Nutzerforum

Gegenüber vergleichbaren Formaten wie etwa Mailinglisten haben Internetforen den Vorteil einer wesentlich leichteren Durchsuchbarkeit wie auch der inhaltlichen und nicht zuletzt argumentativen Strukturierung und Bündelung von Themen. Zudem ist je nach Software ein avanciertes Rechtemangement gegeben.

Seit Herbst 2013 steht den TextGrid-Nutzerinnen und -Nutzern ein Online-Forum (<http://www.textgrid.de/forum/>) zur Verfügung, das Support hinsichtlich spezifischer Anwendungen und Fragestellungen rund um TextGrid bietet. Es soll im Sinne eines kontinuierlichen Community-Aufbaus Nutzerinnen und Nutzer miteinander vernetzen, sie informieren und den Austausch untereinander befördern. Es soll die schnelle und community-gesteuerte Kommunikation in einem geschützten Raum ermöglichen; der Zugang erfolgt seit 03/2014 über das TextGrid- sowie auch über das DARIAH-DE-Login. Zurzeit bietet es neun z.T. weiter untergliederte Kategorien:

- Hinweise zur Benutzung, Netiquette
- Frequently Asked Questions
- TextGrid Laboratory
- TextGrid Repository
- Ein Forschungsvorhaben mit TextGrid realisieren
- Publizieren mit TextGrid
- Veranstaltungen, Workshops, Tagungen, Cfp's
- Sonstiges
- User Board Admin

Bisher beinhaltet das Forum 37 Beiträge (Stand 05/2014) von 10 Teilnehmerinnen und Teilnehmern; das Forum soll auf den verbleibenden Nutzertreffen (August 2014, November 2014, Januar/Februar 2015, Mai 2015) noch weiter beworben werden.

Ähnlich wie die beiden oben genannten externen Mailinglisten weist auch dieses Social Media-Format – trotz des Umstands, dass seine Einrichtung auf dezidierten Wunsch der TextGrid Community erfolgte - seit seiner Einrichtung im Juli 2013 eine vergleichsweise geringe Nutzung auf; dabei ist zu prüfen, ob auch hier der Grund im vergleichsweise vielfältigen Dokumentations- und Support-Angebot von TextGrid liegt, oder ob andere Faktoren - wie etwa eine mangelnde Bewerbung, Transparenz und die mangelnde unmittelbare Sichtbarkeit des Forums auf der TextGrid-Webseite<sup>8</sup> oder auch das bisherige redaktionelle Konzept - eine Rolle spielen.

### 3.2.4. DHd-Blog

Der DHd-Blog – Digital Humanities im deutschsprachigen Raum (<http://www.dhd-blog.org>) gründet auf einer Initiative der beiden Forschungsverbände TextGrid und DARIAH-DE sowie des Max-Planck-Instituts für Wissenschaftsgeschichte. In Projekten und Netzwerken sowie durch internetbasierte Virtuelle Forschungsumgebungen unterstützen alle drei Partner geistes- und kulturwissenschaftliche Forschungsprozesse mithilfe moderner Informationstechnologie.

---

<sup>8</sup> Wie oben ausgeführt, ist das TextGrid Nutzerforum in das DARIAH-DE-Portal eingebettet, nicht zuletzt, um bereits bestehende und zukünftige Synergieeffekte beider Projekte optimal nutzen zu können. Die Navigation zum Portal von der TextGrid-Webseite aus mag externen NutzerInnen, die nicht bereits mit beiden Forschungsverbänden vertraut sind, indessen nicht unmittelbar einsichtig und verständlich sein; hier sind bis Projektende Maßnahmen zur besseren und transparenteren Außenkommunikation des Forums angedacht.

Mit dem Ziel, die Forschungslandschaft in den Digital Humanities in Deutschland, Österreich und der Schweiz möglichst umfassend abzubilden, konnten für den Blog darüber hinaus auch Beiträgerinnen und Beiträger anderer Institutionen gewonnen werden, die aus je unterschiedlichen fachlichen Zusammenhängen und Perspektiven aktuelle Themen aufspüren, Projekte und Forschungsfragen portraitieren, Tools und Dienste vorstellen und anhand vielfältiger Fragestellungen zur Diskussion aufrufen. Ziel des Blogs ist dabei nicht nur, über aktuelle Entwicklungen in den Digital Humanities zu informieren, sondern auch, den Meinungs austausch und die Beurteilung möglicher Trends und Perspektiven anzuregen.

Während im angelsächsischen und US-amerikanischen Sprachraum Inhalte und Fragestellungen der Digital Humanities bereits in zahlreichen Blogs, Foren und Mailinglisten ihren etablierten Ort haben, liegen für den deutschsprachigen Raum bislang lediglich dezentrale Plattformen vor. Der Segmentierung will der DHd-Blog entgegenwirken, indem er eine fachlich, thematisch und institutionell möglichst große Bandbreite abbildet und den zentralen Themen und Entwicklungen der Digital Humanities in den drei deutschsprachigen Ländern ein übergreifendes Forum bietet.

Der im Januar 2012 mit WordPress eingerichtete, bei der MPI WG gehostete Blog umfasst derzeit im Juli 2014 84 registrierte Autoren ([http://dhd-blog.org/?page\\_id=32](http://dhd-blog.org/?page_id=32)), 429 Artikel und 146 Kommentare. Wurden bis vor einem Jahr durchschnittlich ca. zwei bis drei Posts pro Woche veröffentlicht, stieg bis dato die Anzahl der Veröffentlichungen auf drei bis sechs an. Der Blog bietet aktuelle Informationen zu den Themen Community, Forschungsförderung, -methoden und -infrastruktur (z.B. neue Tools und Projektentwicklungen), Veranstaltungen sowie Stellenausschreibungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Als Diskussionsplattform soll der Blog sich auch zukünftig als einer der zentralen Kommunikationskanäle der deutschsprachigen DH-Landschaft profilieren. Beiträge aller Autoren unterliegen – sofern nicht anders angegeben – der Lizenz CC-BY-SA. Über ein Blogroll sind DH-Blogs anderer Institutionen eingebunden, um so die Verbindung zu Entwicklungen auf europäischem und internationalem Gebiet herzustellen. Der Blog hat den seit 2010 halbjährlich versandten *TextGrid-Newsletter* ersetzt.

Seit Herbst 2013 wurden ein Re-Design des Blogs sowie ein Logo erarbeitet, um neben einem frischen und zeitgemäßen Design auch einen hohen Wiedererkennungswert

(Etablierung einer „Marke“) zu gewährleisten. Zum zweiten „Blog-Geburtstag“ im Februar 2014 wurde das neue Design implementiert.



Abb. 3: Neues Design des DHd-Blogs seit Februar 2014

### 3.2.5. DHd-Kanal

Seit Anfang April betreibt TextGrid zusammen mit DARIAH-DE auf YouTube einen eigenen DHd-Kanal (<https://www.youtube.com/user/dhdkanal>) mit Video-Clips zu DH-Themen. Etwa vier Stunden Filmmaterial stehen dort bereit:

- Video-Aufzeichnungen zu den Vorträgen des Digital Humanities Festakts 2011: [https://www.youtube.com/watch?v=dLHOI1jn4-w&list=PL\\_aqAE00s6w0a8EZES\\_-WQFNSG\\_Y6IEU](https://www.youtube.com/watch?v=dLHOI1jn4-w&list=PL_aqAE00s6w0a8EZES_-WQFNSG_Y6IEU)
- der Film „Virtuelle Forschungswelten: Neue Technologien in den Geisteswissenschaften“: [https://www.youtube.com/watch?v=mQyn3D566Ew&list=TLEjWeNR\\_Zy9csQ\\_I8PbTEqEXFLjQhAccZ](https://www.youtube.com/watch?v=mQyn3D566Ew&list=TLEjWeNR_Zy9csQ_I8PbTEqEXFLjQhAccZ)
- TextGrid-Tutorials zur Arbeit im TextGridLab: [https://www.youtube.com/playlist?list=PL\\_aqAE00s6w10Y9zklSv7H9VyZByych5](https://www.youtube.com/playlist?list=PL_aqAE00s6w10Y9zklSv7H9VyZByych5)  
-)
- zwei „Erklärfilme“ zu den Themen „Kollaborativ arbeiten in digitalen Forschungsinfrastrukturen“ und „Datensicherheit“ für Forschungsdaten in den Geisteswissen-

schaften<sup>9</sup>:

([https://www.youtube.com/watch?v=ivzIQHkJfq4&list=TLZe1KMkQ\\_O0GUjmUUXYMx3qadg2Ub3hOp](https://www.youtube.com/watch?v=ivzIQHkJfq4&list=TLZe1KMkQ_O0GUjmUUXYMx3qadg2Ub3hOp))

- ein weiterer "Erklärfilm" zum Thema „Digitales Edieren mit TextGrid“ ist für Herbst 2014 geplant.

Bereits kurze Zeit nach der Liveschaltung des Kanals waren die dort hinterlegten Videos mehrere hundert Mal abgerufen; aktuell verzeichnet der Kanal weit über tausend Abrufe sowie rund 40 Abonnenten. Es ist geplant, den Kanal mit weiteren Schulungs-, Film- und Videomaterialien anzureichern

## 4. Potentielle Nutzungsformen

Den folgenden Vorschlägen ist gemein, dass Einrichtung und Pflege einen kontinuierlichen redaktionellen, administrativen und - in geringerem Maße - auch technischen Aufwand erfordern. Schlecht genutzte und wenig gepflegte Angebote erzeugen gerade aufgrund ihrer potentiell hohen Außenwirkung im „schnellen Medium“ Social Media einen Eindruck, der rasch zu Rückschlüssen auch auf die Virtuelle Forschungsumgebung selbst führen kann. Daher wird vor einer Einrichtung eines neuen Mediums zuerst stets der Bedarf bzw. die Nachfrage innerhalb der Community evaluiert. Auf dieser Grundlage können ggf. bestehende Angebote ausgebaut bzw. erweitert oder auch ein neues Format eingerichtet werden.

### 4.1. Facebook und Google+

Formaten Sozialer Netzwerke wie Facebook und Google+, bislang von TextGrid nicht genutzt, ist der Vorteil einer großen Reichweite eigen, die selbständig, d.h. auch ohne Akquise zu wachsen vermag. Beide lassen sich zudem mit nur wenigen Klicks einrichten.

Demgegenüber stehen zahlreiche Vorbehalte wie mangelnder Datenschutz und die bis heute vornehmlich private Nutzung z.B. von Facebook, die gerade in der wissenschaft-

---

<sup>9</sup> Die Kurzfilme (Clips) erklären – jeweils in deutscher und englischer Sprache - in Legetechnik einfach und verständlich die komplexen Zusammenhänge der beiden Themen "Kollaborativ arbeiten" und "Datensicherheit".

lichen Community mit dem Attribut der Unwissenschaftlichkeit und Unseriösität behaftet sind.

## 4.2. Öffentliches Wiki

Nicht für alle Dienste, die innerhalb des Projekts genutzt werden, existiert ein öffentliches Pendant; dies gilt insbesondere für das Wiki. Zwar ist die Projektdokumentation für NutzerInnen und EntwicklerInnen innerhalb der Confluence-Wiki-Umgebung von TextGrid eingerichtet (<https://dev2.dariah.eu/wiki/display/TextGrid/Main+Page>); das Kriterium des *User Generated Content* ist hier jedoch nicht erfüllt, da der Öffentlichkeit zwar eine Kommentierungsfunktion, nicht jedoch Schreibrechte bzw. Accounts zur Verfügung stehen.

Offizielle Dokumente wirken häufig abstrakt und technisch. Ein öffentliches Wiki würde demgegenüber NutzerInnen die Möglichkeit bieten, eine „inoffizielle Dokumentation“ zu generieren, welche eigene, anwendungsbezogene Erfahrungen und Fragestellungen zur Grundlage hat. Der Einstieg in die Arbeit mit TextGrid könnte hierdurch beträchtlich erleichtert werden. Die Communities einiger GNU/Linux-Distributionen haben erfolgreich das Potential eines solchen Vorhabens gezeigt, siehe bspw. <http://wiki.ubuntuusers.de/Startseite>.

## 5. Fazit und Ausblick

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass eine Social Media-Strategie für TextGrid zukünftig wie auch schon in der Vergangenheit den in den Projektergebnissen begründeten Anpassungen entsprechend zu folgen hat. Beispiele für eine erfolgreiche Anpassung der Formate an veränderte oder neue Anforderungen bei der internen und externen Kommunikation sind z.B. die Einrichtung eines Nutzerforums und öffentlicher Mailinglisten sowie eines leistungsstärkeren internen und externen Projekt-Wikis. . War TextGrid in der Entwicklungsphase bis 2011 ein vor allem entwicklungsbetontes Projekt, dessen Kommunikation sich hauptsächlich an EntwicklerInnen und ProjektpartnerInnen richtete, müssen die Kommunikationskanäle heute einem weitaus vielfältigeren Bedarf gerecht werden, der sich vor allem an Nutzerinnen und Nutzer – hier eingeschlossen anwendende und entwickelnde Nutzerinnen und Nutzer - richtet, aber auch die sich weiterentwickelnde projektinterne Kommunikation zu reflektieren hat. Der durch das



Angebot von Social Media entstehende inhaltliche und personelle Aufwand ist dabei nicht zu unterschätzen; leben doch gerade die Social Media-Kanäle von Aktualität und Lebendigkeit. Social Media ist arbeitsintensiv, aber unverzichtbar.

So ist der DHd-Blog mittlerweile ein wichtiger Kommunikationskanal zum Austausch in der DH-Landschaft, die stetig steigende Anzahl der Follower bei Twitter spricht für eine steigende Akzeptanz und Bekanntheit von TextGrid innerhalb der DH-Community. Auch der von TextGrid und DARIAH-DE auf YouTube neu eingerichtete DHd-Kanal wird gut angenommen und zeigt den Bedarf an audiovisuellem Anschauungsmaterial. Um über aktuelle TextGrid-Entwicklungen zu informieren, den Meinungs austausch und die Beurteilung möglicher Trends und Perspektiven anzuregen und neue Nutzerinnen und Nutzer zu gewinnen, spielen Formate wie Twitter, Blog und Videoportale also eine wichtige Rolle. Nicht zuletzt kann und soll mit diesen Formaten v.a. auch der - mit den entsprechenden Medien bereits genuin vertraute - wissenschaftliche Nachwuchs gezielt angesprochen und „abgeholt“ werden.

Als wenig zielführend hat sich im Projektzusammenhang die Koexistenz einer Vielzahl von Listen und Kanälen erwiesen, in denen sich z.T. noch Strukturen früherer Projektphasen widerspiegeln. So ist z.B. eine eigene Serviceliste wie der „Software-Newsletter“ mit der Einrichtung der beiden Mailinglisten [textgrid-user@gwdg.de](mailto:textgrid-user@gwdg.de) und [textgrid-dev@gwdg.de](mailto:textgrid-dev@gwdg.de) obsolet geworden. Außerdem ersetzte der DHd-Blog den TextGrid-Newsletter. Hier gilt es, Angebote so differenziert wie nötig und so transparent und einfach wie möglich zu gestalten. Um die Vernetzung zu fördern, sind technische Strukturen erforderlich, die einfach und unkompliziert zu bedienen sind und die zudem den tradierten Kommunikationskanälen gegenüber einen Mehrwert darstellen.

Als Virtuelle Forschungsumgebung teilt TextGrid mit aktuellen Social Media-Formaten das Angebot einer die Kollaboration ermöglichenden digitalen Infrastruktur. Die heterogene Community, die einerseits technisch hochaffine, andererseits aber auch einem tradierten geisteswissenschaftlichen Selbstverständnis verpflichtet, den Formaten digitaler Kollaboration eher zögerlich gegenüberstehenden Nutzerinnen und Nutzer umfasst, spiegelt dabei die eingangs beschriebene „Frühphase eines Verbreitungsprozesses“. Sie bietet aber auch die Chance, Geisteswissenschaftlerinnen und Geisteswissenschaftler an die Potentiale von Social Media heranzuführen, sie zunehmend zu etablieren und weiterzuentwickeln.