

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Proteste 2.0 – Die Rolle sozialer Medien bei Occupy
Wallstreet, dem Arabischen Frühling und PEGIDA Wien“

verfasst von / submitted by

Helmut Hönigmayer, BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien, 2017 / Vienna 2017

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066 824

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Masterstudium Politikwissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Univ. Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Sieglinde Rosenberger

Danksagungen

In akademischer Hinsicht möchte ich mich vorweg bei meiner Betreuerin Univ. Prof.-Dr. Sieglinde Rosenberger bedanken. Ebenso gilt mein Dank Univ. Prof. Dr. Herbert Gottweis (†), der mir den Einstieg in die Wissenschaft ermöglichte, sowie Univ. Prof. Dr. Karl Ucakar, Ao. Univ. Prof. Dr. Regina Köpl und Priv. Doz. Dr. Karin Liebhart für die stetige Unterstützung und Diskussionsbereitschaft in all den Jahren. Auch bei Dr. Erich Griessler möchte ich mich für den Freiraum und das Vertrauen bedanken, das schlussendlich ausschlaggebend für die Fertigstellung dieser Arbeit gewesen ist.

Abschließend gilt mein Dank meiner Familie und Freunden.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
1.1 Forschungsgegenstand	2
1.2 Fragestellung und Thesen	6
2. Methodologie.....	13
2.1 Kategorien des Vergleiches	13
2.2. Betrachtung der Narrative	14
2.3 Erhebungsmethoden.....	15
2.3.1 Digitale Datenerhebung.....	15
2.3.2 Teilnehmende Beobachtung.....	15
2.4 Analysemethoden	17
2.4.1 Visuelle Analyse und Ikonographie.....	18
2.4.2 Qualitative Inhaltsanalyse.....	18
3. Proteste und soziale Medien	20
3.1 Resource Mobilization Theory.....	21
3.2 Soziale Medien und Proteste	22
3.3 Entstehung von Protesten in sozialen Medien.....	24
3.4 Online-Mobilisierung	25
3.5 Organisation und Kommunikation über soziale Medien.....	28
4. Arabischer Frühling.....	32
4.1 Entstehung und Formierung.....	32
4.2 Organisation.....	34
4.3 Kommunikation	38
4.4 Bildung der kollektiven Identität und Mobilisierung	40
4.5 Mobilisierung.....	41
4.6 Bewertung.....	42
5. Occupy.....	43
5.1 Entstehung und Formierung.....	43
5.2 Organisation.....	44
5.3 Kommunikation	46
5.4 Bildung der kollektiven Identität.....	48
5.5 Mobilisierung.....	50
5.6 Bewertung.....	50
6. PEGIDA	52
6.1 Entstehung und Formierung.....	53
6.2 Organisation.....	53
6.3 Kommunikation	56
6.4 Bildung der kollektiven Identität.....	59
6.5 Mobilisierung.....	61
6.6 Bewertung.....	62
7. Vergleich.....	63
7.1 Entstehung der Protestbewegungen	63
7.2 Kollektive Identität.....	65
7.3 Mobilisierung.....	66
8.1 Arabischer Frühling	69
8.2 Occupy Wallstreet.....	71
8.3 PEGIDA	72
8.4 Analyse	73

9. Conclusio und Ausblick	79
10. Literatur	81
11.1 Interaktionen Arabischer Frühling.....	86
11.2 Interaktionen Occupy Wallstreet.....	87
11.3 Interaktionen PEGIDA Wien	88
11.4 Codebuch.....	89

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 - Zeitstrahl - Entwicklung soziale Medien und Proteste.....	4
Abbildung 2 - Soziale Medien als Ressource für Protestbewegungen.....	29
Abbildung 3 - Mediennutzung im Zuge der Proteste gegen Mubarak	39
Abbildung 4 - "We are the 99%" -Protestierende der Occupy-Wallstreet-Bewegung	49
Abbildung 5 - PEGIDA Wien - "Alternative Medien"	57
Abbildung 6 - PEGIDA Wien- Umgang mit etablierten Medien	57
Abbildung 7 - PEGIDA Wien - Hassposting.....	58
Abbildung 8 - PEGIDA Wien - Europa vs. Islam	58
Abbildung 9 - PEGIDA Wien - Mobilisierungsaufruf.....	60
Abbildung 10 - Zeitreihe Ägypten - Proteste gegen Mubarak	70
Abbildung 11 - Zeitreihe Occupy Wallstreet	71
Abbildung 12 - Zeitreihe PEDIGA Wien.....	73

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1- Beobachtungen der teilnehmenden Beobachtung am 2.2.2015.....	17
Tabelle 2 - Demogrpahische Daten der Protestierenden gegen Mubarak nach Tuflecki/Wilson, 2012.....	36
Tabelle 3 - Mediennutzung bei Protesten gegen Mubarak nach Tuflecki/Wilson (2012).....	40
Tabelle 4 - Mediennutzung der Protestierenden bei Occupy Wallstreet (Fuchs, 2012).....	48

Abstract: Diese Arbeit beschäftigt sich mit der Rolle sozialer Medien im Zuge der Proteste am Tahrir-Platz in Ägypten, Occupy Wallstreet und PEGIDA Wien. Der Fokus liegt auf der Entstehungsgeschichte der jeweiligen Bewegung, ihren Versuchen, über soziale Medien für Protestevents zu mobilisieren, und ihrer Rolle bei der Organisation und der Kommunikation für diese. Um die Beziehungen zwischen den Protestevents und den Vorgängen in den sozialen Netzwerken zu erheben, wurde mittels digitaler Methoden die Aktivität auf den jeweiligen Facebook-Seiten erhoben. Diese Ergebnisse wurden mit den Ansätzen der Resource Mobilization Theory nach McCarthy und Zald (1977) sowie der Theorie Dieter Rucht (2014) zur Online- und Offline-Mobilisierung in Kontext gesetzt. Das ermöglichte eine konkrete Beschreibung der Rolle sozialer Medien in den drei Protestbewegungen.

1. Einleitung

Sind Soziale Medien die Revolution der Revolution, die logische Entwicklung im Kommunikationsverhalten der Menschen oder schlussendlich nur ein Hype um die Befindlichkeiten ambitionierter AkademikerInnen? Die Rolle sozialer Medien in Protesten scheint vor allem für letztgenannte von Interesse zu sein. Spätestens seit den Protesten im arabischen Frühling sind Fragen nach der Rolle sozialer Medien bei Protesten Bestandteil akademischer Debatten. Allerdings herrscht hier über deren Bedeutung Uneinigkeit: Während manche Proteste den virtuellen Raum nicht verlassen konnten und ForscherInnen daher sie als eher unbedeutend charakterisieren (vgl. Rucht, 2015), fanden sich in den letzten Jahren zunehmend Protestwillige in der Sphäre des Internets, um Protestevents auf der Straße zu organisieren. Dafür wurde gezielt über soziale Medien mobilisiert. Earl und Kimport (2011) können sich deshalb bereits eine mögliche Entstehung eines neuen „repertoire of contention“ vorstellen (Earl/Kimport, 2011:16).

Soziale Medien haben sich in den letzten Jahren als eine zusätzliche Form der alltäglichen Kommunikation etabliert. So nutzten im Jahre 2015 die Plattform Facebook zwei Milliarden Menschen weltweit zumindest einmal im Monat (vgl. Statista.com, 2017). Dies deckt 25% der Weltbevölkerung ab und verdeutlicht deren zunehmende Bedeutung.

Doch nicht nur hinsichtlich der persönlichen Kommunikation finden soziale Medien Berücksichtigung. Auf Plattformen wie Twitter und Facebook bietet sich die Möglichkeit, sich mit Personen außerhalb des persönlichen Netzwerkes auszutauschen. Dieser Umstand birgt somit auch Potenzial für eine Artikulation von Protest. So sprach Kelly Garrett bereits 2006 davon, dass „soziale Medien den Alltag von AktivistInnen verändern werden“ (Garrett, 2006:3). Zu diesem Zeitpunkt waren die meisten heute verfügbaren sozialen Netzwerke noch nicht vorhanden.

Grundsätzlich wird von ForscherInnen ein wachsender Einfluss des Internets und sozialen Medien auf Proteste konstatiert (Rucht, 2014; Castells, 2012). Eltantawy und Wiest (2011) verorten ebenso ein wachsendes Interesse an diesem Feld, konstatieren allerdings ein noch eine fehlende klare, zusammenhängende Forschungsausrichtung. Dadurch bleiben viele Aspekte umstritten und eine Auseinandersetzung mit diesem Spannungsfeld zeigt diverse wissenschaftliche Zugänge.

Enthusiasmus wie jener von Castells (2012) verortet im Internet und in sozialen Medien die „Geburtsstätte zukünftiger Revolutionen“. Für diesen Ansatz scheinen auf den ersten Blick durchaus einige Argumente zu sprechen, denn im Gegensatz zu analogen Formen der Kommunikation kann via Internet global und in Echtzeit agiert werden. Dadurch fällt eine Beschränkung auf lokale Grenzen weg. Der Wegfall zeitlicher und räumlicher Hindernisse erhöht zugleich die Intensität der Kommunikation.

Diese Aspekte konnten bereits bei jüngeren Protestbewegungen beobachtet werden. So fanden die *Occupy Wall Street* Proteste in kurzer Zeit NachahmerInnen in Ländern außerhalb der USA. Ähnlich verhält es sich mit den Ereignissen des arabischen Frühlings. Diese wurden über soziale Medien live verfolgt und weltweit kommentiert. Die PEGIDA-Bewegung formierte sich in dieser Sphäre und weitete sich auf die Straßen Dresdens und darüber hinaus aus.

Das Internet scheint Proteste daher nicht nur nachhaltig beeinflusst zu haben, sondern auch neue Möglichkeiten der Artikulation von Protest zu bieten. Soziale Medien beflügeln diesen Prozess zusätzlich. In ihnen manifestiert sich die „Digitalisierung der Kommunikation“. Dadurch werden sie auch für Proteste relevant. Das Ziel dieser Arbeit ist es, das Phänomen der „Digitalisierung von Protesten“ und die Mobilisierung über soziale Medien anhand dreier ausgewählter Fälle vergleichend zu beschreiben.

1.1 Forschungsgegenstand

Die Digitalisierung von Protesten umfasst zwei Sphären: Einerseits jene, in der sich Protest als ein rein digitales Phänomen zeigt, andererseits jene, in welcher Proteste mit dem Internet und sozialen Medien interagieren. Für diese Arbeit war Zweites ein zentrales Unterscheidungsmerkmal und Grundlage für die Auswahl der Fallbeispiele.

Den Forschungsgegenstand bilden drei Protestbewegungen, nämlich Occupy Wallstreet, die Bewegung des arabischen Frühlings in Ägypten und PEGIDA Wien.

Als analytische Einheit dienten hierbei Protestevents. Deren Auswahl der Fälle oder der Events, unklar, hier vermischt du Fälle mit Events wird damit begründet, dass die Proteste zum arabischen Frühling (Arabellion) erstmals in einem größeren Ausmaß soziale Medien für Protestmobilisierung angewendet zu haben (Castells, 2012; Fuchs, 2012). Um die Fallbeispiele einzuschränken, wurde der Fokus auf Ägypten und den Protesten am 25.01.2011 gerichtet. *Occupy Wallstreet* wird als der erste größere Protest beschrieben, der seinen Ursprung in sozialen Medien findet. Dadurch bot sich die Möglichkeit, die Entstehung einer Bewegung in der Sphäre des Internets zu beobachten. Auch hier wurde ein spezifischer Protestevent ausgewählt: die Besetzung des New Yorker Zuccotti Parks am 17.09.2011. Die *PEGIDA-Bewegung* teilt diese Entstehungsgeschichte und unternahm zusätzlich fast sämtliche (direkte) Mobilisierung über soziale Medien. Da kurzfristig PEGIDA-Ableger in vielen Ländern außerhalb Deutschlands gegründet wurden, wurde jener, welcher mir den besten Zugang zum Feld ermöglichte, untersucht: PEGIDA Wien. Der „Spaziergang“ vom 2.2.2015 wurde hier als Protestevent untersucht.

Die Beschreibung der einzelnen Protestevents beinhaltet sowohl deren Vorbereitung (Entstehung) als auch die Ereignisse in einem gewissen Zeitraum nach dem Protestevent. Im Gegensatz zu Koopmans und Rucht (2002) wurden für diese Arbeit nicht die einzelnen Schritte eines Protestevents untersucht, sondern vielmehr der Fokus auf die Ereignisse vor/nach dem eigentlichen Protestevent gelegt.

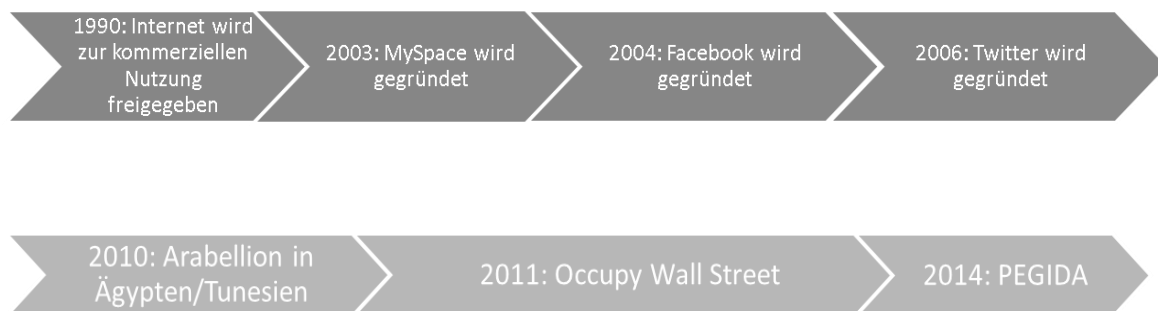
Für Ägypten beginnt dieser Zeitraum einen Monat vor dem 25.01.2011 und dauert bis zum Rücktritt Mubaraks am 12. Februar desselben Jahres. Bei *Occupy* begann der Untersuchungszeitraum mit der erstmaligen Nennung des #occupywallstreet im Juli 2011 und endete mit der Räumung des Protestcamps durch die Polizei am 15.11.2011. Bei *PEGIDA Wien* wurde ein Untersuchungszeitraum von Dezember 2014 bis April 2015 gewählt. Die Begründung hierfür ist die Gründung des Wiener Ablegers als Zeitpunkt des Beginns der Beobachtung, die mit dem zweiten (misslungenen) Versuch, für einen weiteren Spaziergang zu mobilisieren, endet.

Da das Phänomen der Nutzung sozialer Medien für die Artikulation von Protesten ein relativ junges ist, wurde in der abschließenden Beurteilung auch der zeitliche Abstand zwischen den Protesten berücksichtigt.

Die Zeit zwischen den Protesten zum arabischen Frühling 2010/2011 und PEGIDA umfasst eine größere Zeitspanne, welche einen Wandel der Rolle sozialer Medien im Protestverhalten beinhalten könnte. Dadurch fand sich mein Forschungsinteresse in zwei Wissenschaftsfeldern wieder: der Protestforschung und jener über soziale Medien.

Soziale Medien stellen ein relativ junges Phänomen dar. So galt das 2003 gegründete MySpace als die erste populäre Plattform. Facebook folgte 2004 und Twitter 2006. In größerem Umfang für Proteste wurden soziale Medien allerdings erstmals im Dezember 2010 bzw. im Jänner 2011 im Zuge der Proteste in Tunesien und Ägypten verwendet.

Abbildung 1 - Zeitstrahl - Entwicklung soziale Medien und Proteste



Formen unkonventioneller Partizipation im Internet existierten bereits vor der massenhaften Verwendung sozialer Medien. Dieter Rucht nennt hier „Online Petitionen, Aufruf zu Boykotten und Blogs“ (vgl. Rucht, 2014: 119). Ebenso unterlagen sowohl MySpace als auch Facebook vielen Entwicklungsschritten.

Während MySpace als soziales Netzwerk mit Fokus auf Musik gegründet wurde, war Facebook in seinen Anfangszeiten noch ein Netzwerk für Studierende einer Elite-Universität. Eine Öffnung Facebooks fand erst 2008 mit dem Hinzufügen weiterer Sprachen und der Öffnung für User außerhalb der USA statt.

Ähnlich wie bei der allgemeinen Entwicklung sozialer Medien zeigt sich auch eine Entwicklung bezüglich ihrer Rolle innerhalb der ausgewählten Bewegungen. Dadurch, dass die erstmalige breite Verwendung sozialer Medien in Protesten im Jahre 2011 stattgefunden hatte, wird eine Phase der Adaptierung und Aneignung der Technologie durch Menschen vermutet. Daher wird in dieser Arbeit von einer Evolution der Rolle sozialer Medien für Proteste ausgegangen.

Diese Rolle wurde in der Forschung (Garrett, 2006) als zunehmend bedeutsamer angesehen, weshalb in weiterer Folge von einer „Digitalisierung des Protests“ gesprochen wird. Grundlegend dafür ist die Annahme, dass Proteste nicht nur zunehmend über soziale Medien entstehen, sondern in steigendem Maße ihre Mobilisierungsaktivitäten in diese Sphäre verlagern. Die drei ausgewählten Fallbeispiele bieten hierfür ein gutes Untersuchungsbeispiel und bilden daher den eigentlichen Forschungsgegenstand dieser Arbeit.

Im Mittelpunkt stehen daher vor allem die Mobilisierungsversuche für Protestevents durch die zu untersuchenden Bewegungen. Um diese näher beschreiben zu können, ist es erforderlich, auch die Entstehung der Proteste, die Zusammensetzung der Bewegungen, ihre Organisationsstrukturen sowie deren interne und externe Kommunikation zu untersuchen. Dieses Vorgehen ermöglicht es, die Rolle sozialer Medien in diesen Schritten genau nachzuzeichnen.

Um diese Entwicklung anhand der Beispiele deskriptiv nachzeichnen zu können, definiere ich drei zentrale Elemente von Protesten, welche am Ende der Arbeit einem Vergleich unterzogen werden. Hierfür ist vorweg die *Entstehungsgeschichte der jeweiligen Proteste* zu beachten. Die Berücksichtigung der sozioökonomischen Zusammensetzung der Teilnehmenden resultiert vor allem auf der Untersuchung des PEW Research Centers, die besagt, dass vor allem junge und gut gebildete Menschen soziale Medien verwenden (vgl. PEW, 2016).

Da vor allem *die Rolle sozialer Medien bei der Mobilisierung für Protestevents* von Interesse ist, wird auch deren Bedeutung für die Generierung einer *Kollektiven Identität* bzw. eines *gemeinsamen Narratives* näher betrachtet. Anhand dieser drei Faktoren soll die Rolle sozialer Medien in unterschiedlichen Protesten nachgezeichnet werden.

Die politikwissenschaftliche Relevanz resultierte aus unterschiedlichen Aspekten. So erfasst die Digitalisierung alle Bereiche der Gesellschaft sowie die politische Sphäre. Proteste als Ausdruck des Politischen spielen in der Politikwissenschaft eine zentrale Rolle als Betrachtungsobjekt - ebenso in der politischen Partizipation. Die Rolle sozialer Medien ist hinsichtlich der veränderten Kommunikationssphären von Relevanz, da eine verstärkende Wirkung zu den Möglichkeiten unkonventioneller politischer Partizipation verortet wird.

1.2 Fragestellung und Thesen

Die Protestforschung widmete sich bereits seit längerem den Einflüssen der Informationstechnologie, doch fallen deren Einschätzungen über die Rolle sozialer Medien unterschiedlich aus. Da der Fokus dieser Arbeit auf der Mobilisierung für Protestevents liegt, müssen primär die dafür grundlegenden Faktoren näher betrachtet werden. Vielfach wird hier in der Literatur auf die Resource Mobilization Theory (RMT) nach McCarthy/Zald verwiesen. Auch wenn diese gegen Ende der 1970er Jahre entwickelt wurde, wird sie noch rezipiert (Sommerfeldt, 2011; Flynn, 2011; Edwards/Gilham, 2013).

Den Kern dieser Theorie bildet die Fokussierung auf die für eine Protestbewegung verfügbaren Ressourcen und deren Mobilisierung (vgl. McCarthy/Zald, 1977:1221f). Die als Kosten bezeichneten und damit die für den Protest notwendigen Ressourcen werden in unterschiedlichen Phasen für Protestbewegungen relevant. Hier ist die Initiierung von Protesten als auch die für diese Arbeit Mobilisierungsphase von Bedeutung.

Die RMT war die theoretische Grundlage dieser Arbeit, da durch die Klärung der Frage, ob soziale Medien eine Ressource für Protestbewegungen darstellen, ihre Bedeutung geklärt wird.

Bezüglich der Rolle sozialer Medien in den unterschiedlichen Protestphasen sind viele unterschiedliche Erklärungsansätze vorhanden. Was die Entstehung von Protesten betrifft, vertritt beispielsweise Castells (2012) die These, dass Proteste zunehmend im Internet entstehen werden. Für eine derartige Überlegung spricht, dass eine Initiierung von Protesten über soziale Medien durchaus einige Vorteile bietet und Kosten gesenkt werden könnten. AutorInnen wie Rucht (2014) und Garrett (2006) verorten die Möglichkeiten des Einsatzes sozialer Medien für Protestbewegungen prinzipiell als Ergänzung zu „traditionellen“ Repertoires. Castells (2012) spricht hingegen von einer Verschiebung hin zu Online-Bewegungen, welche sich auch auf der Straße manifestieren.

Castells zufolge werden Protestbewegungen „im Internet gestartet [...], um nachfolgend den öffentlichen Raum zu besetzen“ (vgl. Castells, 2012:222). Dadurch sieht er das Internet - vordergründig soziale Medien - als Entstehungsort zukünftiger Proteste. Obschon AutorInnen wie Rucht (2014) und Baringhorst (2014) widersprechen, scheinen viele zeitgenössische Proteste diese Annahme zu untermauern.

Betrachtet man die Proteste des arabischen Frühlings, Occupy Wallstreet und PEGIDA, wirkt diese Annahme durchaus plausibel. Die „älteste“ der drei Protestbewegungen ist hier die einzige, deren Ursprung nicht im Internet liegt. Dass sich Castells dennoch auf den arabischen Frühling bezieht, lässt sich wahrscheinlich mit dem Umstand erklären, dass diese Proteste die ersten waren, für die der Einsatz sozialer Medien als eine zentrale Taktik angesehen wird.

Für meine Arbeit ist allerdings nicht der prognostische Teil relevant, vielmehr sind die folgenden Fragen von Interesse:

I: Welche Rolle nahmen soziale Medien in der Phase der Initiierung ein?

Da Proteste und Protestbewegungen durch Aktionen in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden, ist es Ziel eines Protestes, öffentlich sichtbar zu sein. Dadurch kommt der Mobilisierung für und Teilnahme an Protestevents eine zentrale Bedeutung zu. In dieser Arbeit wurde zwischen der Mobilisierung von Ressourcen für die Bewegung selbst und der Mobilisierung von TeilnehmerInnen für die Protestevents unterschieden.

Es wurde unter anderem - wie von Dieter Rucht (2014) vorgeschlagen - untersucht, ob die Verwendung sozialer Netzwerke im Rahmen der ausgewählten Protestbewegungen a) vorbereitend, bzw. ergänzend oder b) abgestimmt und in Offline-Prozesse integriert stattfand. Anhand dieser Trennlinien wurde festgestellt, welche Rolle sozialen Medien hinsichtlich der Mobilisierung für Protestevents zukam. Ebenso interessant ist der Aspekt, ob durch den Einsatz sozialer Medien zur Mobilisierung ein Kostenersparnis im Sinne der RMT erzielt werden konnte. Daraus resultierte meine zweite Forschungsfrage:

II: Welche Rolle hatten soziale Medien hinsichtlich der Mobilisierung für die ausgewählten Protestevents?

Um diese Frage zu beantworten, wurde nachgezeichnet, wie soziale Medien bei der Mobilisierung für die einzelnen Protestevents helfen konnten. Hier wurden für alle drei Proteste auf der Plattform Facebook die Interaktionen mitsamt den Beiträgen erhoben. Durch dieses Vorgehen konnte - im Vergleich mit Protestevents, welche auf der Straße stattfinden - festgestellt werden, ob während bzw. kurz vor oder nach dem Event eine erhöhte Interaktion stattfand. Solch eine erhöhte Interaktion spräche für eine gelungene Mobilisierung. Um dies zu überprüfen, wurde im Rahmen dieser Arbeit zunächst mit Hilfe der Applikation netvizz¹ auf die Facebook-Seiten der drei Bewegungen zugegriffen, um in einem weiteren Schritt Interaktionen aller Beiträge zu quantifizieren. Anschließend wurden diese Daten hinsichtlich möglicher intensiverer Interaktionen und deren Überschneidungen mit Protestevents untersucht.

Um Mobilisierungsprozesse in ihrer Komplexität darzustellen, bedarf es eines Verständnisses der kollektiven Identität und der Narrative einer Gruppe. Hierfür wurde auf den jeweiligen Facebook-Auftritten der Protestbewegungen mittels Ikonographie untersucht, welche Slogans, Bilder und ähnliches verwendet wurden und ob sich diese auch bei den Protesten auf der Straße wiederfanden. Diese, so Garrett (2006:3), würden verstärkend für Protestmobilisierung wirken. Aus diesem Grund widmete sich die dritte und finale Forschungsfrage diesem Aspekt:

III: Wie haben soziale Medien zur Generierung einer kollektiven Identität bzw. eines gemeinsamen Narratives beigetragen?

Grundlegend für dieses Forschungsinteresse ist die enge Wechselwirkung von kollektiver Identität und der Mobilisierung für die Protestevents. Hier war vor allem die Frage nach dem „Wie“ von Bedeutung. Kann ein durchgehendes Narrativ durch die Konversationen und Interaktionen ausgemacht werden? Werden Symbole und Slogans, die wiederkehrend sind, verwendet? Hier stellte sich die Frage, ob diese Symbole auch auf der Straße verwendet wurden. Dieser Umstand würde eine gewisse Kontinuität zwischen sozialen Medien und den Geschehnissen auf der Straße implizieren.

¹ <https://apps.facebook.com/netvizz/>

Anhand dieser Faktoren wurde die (Nicht-)Generierung einer kollektiven Identität über soziale Medien näher beschrieben und abschließend in Kontrast zum Erfolg der Mobilisierungsbemühungen für die Protestevents gestellt. Als Orientierung für die Beantwortung der Forschungsfragen wurden fünf Thesen aufgestellt. Castells (2012) behauptet, dass Proteste und Protestbewegungen zukünftig verstärkt in sozialen Medien finden werden. Ein solcher Trend müsste sich jedoch bereits heute abzeichnen. Da in der Literatur vor allem bei Initiierungs – und Mobilisierungsprozessen Vorteile vermutet wurden, sollte vor allem hier eine intensive Nutzung sozialer Medien stattgefunden haben. Meine erste Hypothese lautete daher wie folgt:

H1: Soziale Medien haben eine wichtige Rolle bei der Initiierung von Protesten.

Auch wenn der Ansatz Castells' umstritten ist, deutete die Entwicklung der letzten Jahre in die Richtung, dass Proteste zunehmend über soziale Medien initiiert wurden. Hier kritisiert Fuchs einen „zu ausgeprägten Technologieglauben“ (vgl. Fuchs, 2012:794f), Andere Forscher wie Dieter Rucht (2014:123) verneinten aufgrund „der fehlenden positiven Korrelation zwischen der Etablierung sozialer Medien und einem erhöhten Protestaufkommen“ eine allzu große Rolle sozialer Medien für die Protestmobilisierung. Allerdings stellte sich hier die Frage, inwieweit diese Feststellung erforderlich bzw. ob diese überhaupt quantifizierbar sei. Gewisse sozioökonomische, bzw. politische Faktoren steigern in der Regel die Wahrscheinlichkeit, dass eine Protestbewegung über das Internet initiiert wird.

Durch ihre globale Ausrichtung entstanden durch soziale Medien neue Möglichkeiten der Interkonnektivität, welche im analogen Zeitalter in dieser Form nicht vorhanden waren. Die Interaktion mit Menschen „mit ähnlichen Interessen außerhalb des persönlichen Netzwerkes“ wurde dadurch ebenso erleichtert (vgl. Gil de Zúñiga et al., 2014:613). Es wurde in weiterer Folge davon ausgegangen, dass dieser Umstand die Initiierung von Protesten erleichtert, da soziale Medien ein großes Reservoir an Menschen mit gleichen oder ähnlichen Forderungen bieten.

Da Studien über eine Korrelation zwischen diesen Faktoren fehlten, wurde die Analyse deskriptiv gestaltet.

Im Zuge dieser Abhandlung wurden Daten über die Aktivität in sozialen Medien und Protestevents auf der Straße erhoben. Diese dienten dazu, nachzuweisen, dass eine Interaktion stattgefunden hat. Daraus resultierte die zweite These dieser Arbeit:

H2: Es zeigt sich ein Zusammenhang zwischen der Aktivität der Protestbewegung in sozialen Medien und deren Protestaktivitäten auf der Straße.

Ein solcher Zusammenhang wurde an unterschiedlichen Aspekten festgemacht - nicht nur die Häufigkeit der Interaktionen in sozialen Medien und den gleichzeitig stattfindenden Protestevents ist hier von Bedeutung gewesen. Ebenso stellte die Häufigkeit der Interaktionen vor dem Protestevent einen Indikator für die Mobilisierungsbemühungen dar. Dies traf in gleichem Maße auf die Interaktion nach den Protestevents zu, da hier von einer Mobilisierung für weitere Protestaktionen ausgegangen wurde.

Des Weiteren waren jene Aspekte, die sich auf Symbole kollektiver Identität beziehen, von Bedeutung. Deren Einfluss auf eine erfolgreiche Mobilisierung wurde in der Literatur an mehreren Stellen betont (Garrett, 2006; Baringhorst, 2014). Im Zuge dieser Arbeit wurde davon ausgegangen, dass sich ähnliche Symbole kollektiver Identität sowohl in sozialen Medien als auch bei den Protestevents selbst finden werden. Deshalb lautete die dritte Hypothese:

H3: Die Symbole kollektiver Identität sind sowohl in sozialen Medien als auch bei Protestevents auf der Straße zu finden.

Soziale Medien eröffnen die Möglichkeit, in Echtzeit zu kommunizieren. Dieser Umstand bietet generell auch für die Organisation von Protestevents Vorteile. So kann schnell auf Herausforderungen reagiert werden, Strategien können schnell an Protestierende kommuniziert und Ressourcen effizient koordiniert werden. Hier wurde eine der wesentlichen Schnittstellen zur Resource Mobilization Theory von McCarthy und Zald (1977) gefunden.

Die genannten Aspekte wurden auch durch die Literatur für Occupy (Castells, 2012; Treymane 2014; DeLuca et al. 2012), die Arabellion (Eltantawy/Wiest 2011; Tufekci/Wilson 2012) und PEGIDA (Geiges et al, 2015) konstatiert.

Soziale Medien können die Möglichkeit bieten, mit wenig (Ressourcen-) Aufwand in kurzer Zeit viele Menschen zu erreichen. Ein solches Potenzial kann für Protestbewegungen ein probates Mittel darstellen, eine gewisse Öffentlichkeit für ihre Anliegen zu schaffen. Kritischen Zugängen wie Rucht (2014), Vasi/Suh (2013) und Baringhorst (2014) erschien der alleinige Einsatz sozialer Medien für die Erzeugung von öffentlicher Wahrnehmung jedoch nicht ausreichend.

Ebenso erschien die effektive Kostenersparnis in der Literatur teilweise umstritten. Während Rucht (2014:124) in der Nutzung sozialer Medien „eine Reduktion der Vorteile vor allem durch einhergehende administrative Aufgaben verortet“, betonten eine Reihe anderer ForscherInnen eben jenen Faktor als ressourcensparend (vgl. Gil de Zúñiga et al., 2014; Tufekci, 2014). Deshalb wurde in weiterer Folge von folgender Hypothese ausgegangen:

H4: Soziale Medien reduzieren die aufzubringenden Kosten für Proteste und können dadurch dabei helfen, eine breitere Öffentlichkeit zu erreichen.

Auch wenn in dieser Arbeit davon ausgegangen wurde, dass soziale Medien die für den Protest notwendigen Ressourcen senken, wurde auch die sozioökonomische Struktur der drei Protestbewegungen untersucht. Dies war notwendig da soziale Medien im Alltag weitgehend von jüngeren Menschen beansprucht werden (Gil de Zúñiga et al., 2014:613). Dadurch gelten diverse soziodemographische Faktoren als (mit-) entscheidend für die (bzw. das Ausmaß der) Nutzung sozialer Medien. Hierzu zählen das Alter und der Bildungsstand (PEW, 2016).

Da nicht nur materielle Ressourcen im Sinne von Geld von Bedeutung für Engagement sind (Verba, 1995), fanden auch diese Aspekte Berücksichtigung. Die Ressourcen Zeit, Arbeit und Geld sind notwendig um Proteste durchzuführen. Deshalb wurde davon ausgegangen, dass Menschen, welche über privilegierten Zugang dazu verfügen, auch eher an Protesten teilnehmen. Ebenso wie die Nutzung sozialer Medien wird auch politischer Aktivismus über diese Plattformen wird eher gebildeteren Menschen zugeschrieben (PEW 2016; Vesnic-Alujevic, 2012).

Earl/Kimport bescheinigen den Protestkosten eine wichtige Rolle hinsichtlich der Protestzyklen und deren Frequenz (Earl/Kimport, 2011:70). Soziale Medien können auf vielfältige Weise wirken. So wurden die Entstehung, die Mobilisierung, „der Transport Elemente kollektiver Identität“ und die Ressourcenersparnis in der Organisation genannt (vgl. Garrett, 2006:3ff). Tarrow (1994) verortet bei einer Senkung der Protestkosten eine Erhöhung des Protestaufkommens (vgl. Tarrow in Earl/Kimport, 2011:70). Die genannten Details herauszuarbeiten, ist das Kerninteresse dieser Masterarbeit.

Die Rolle sozialer Medien für Proteste wird mit der Theorie der Resource Mobilization Theory nach McCarthy und Zald (1977) untersucht. Diese wurde um den Status Quo der Forschung zum Thema soziale Medien und Proteste ergänzt.

Im nächsten Abschnitt wurden die methodologischen Ansätze für die Datenerhebung und Analyse skizziert. Die nachfolgenden Kapitel widmeten sich jeweils einer der drei Bewegungen. Ein abschließender Vergleich ermöglichte eine Untersuchung der Rolle sozialer Medien in den jeweiligen Protesten. Die Conclusio klärte im Anschluss offene Fragen.

Die Fallbeispiele wurden hier stets nach einem identen Muster analysiert. Zuerst wird die Entstehung und Formierung beschrieben, dann die Organisation und die Kommunikation innerhalb der Bewegung. Die Bildung der kollektiven Identität und die Mobilisierung über soziale Medien folgen anschließend. Abschließend wird eine Bewertung vorgenommen.

2. Methodologie

Diese Arbeit basiert auf unterschiedlichen methodischen Zugängen, welche durch ihre Verknüpfung miteinander eine explorative Auseinandersetzung mit der Frage nach der Rolle sozialer Medien für Proteste ermöglichten. Diese Arbeit baute weitgehend auf bereits vorhandene Literatur und Studien auf. Ergänzend dazu wurde für die Untersuchung der Wiener PEGIDA-Bewegung eine teilnehmende Beobachtung des Spazierganges am 2. Februar 2015 durchgeführt. Ebenso wurden für alle drei Beispiele Interaktionen auf den jeweiligen Facebook-Seiten erhoben und diese mit den Protestevents auf der Straße in Verbindung gesetzt. Auch zur weiteren Operationalisierung der Variablen wurde auf bereits erhobene quantitative Studien zurückgegriffen. Die für den Vergleich herangezogenen Variablen bildeten sich aus der Literatur und werden in Punkt 2.1 erläuternd ausgeführt.

2.1 Kategorien des Vergleiches

Diese Arbeit verglich Aspekte der Nutzung sozialer Medien in ausgewählte Protestbewegungen. Die Vergleichsvariablen basierten auf der Literatur bzw. auf theoretischen Überlegungen zur Rolle sozialer Medien für Protestbewegungen.

Die erste Variable folgte der Überlegung, dass bei einem Einfluss sozialer Medien auf Proteste eine Wechselwirkung vorhanden sein muss. Konkret bezog sich diese Variable auf die Hypothese, dass parallel zu einem Protestevent auf der Straße auch die Aktivität bzw. die Interaktionen auf den Social-Media-Seiten der Protestbewegungen zunehmen müssten. Deshalb wurde hier als Variable X_1 der zeitliche Verlauf der Proteste definiert, während die Variable Y_1 die Anzahl an Interaktionen über den gewählten Zeitraum gemessen hat. Hier wurden auch Rückschlüsse auf die Mobilisierungsversuche der Bewegungen für ihre Protestevents gezogen.

Da die Literatur einen Kostenvorteil für jene Organisationen, die bereits länger tätig waren, bzw. auf bestehende Strukturen zurückgreifen konnten, verortet (vgl. Edwards/McCarthy, 2004; McCarthy/Zald, 1977, Rucht, 2014), fand auch dieser Aspekt in der Analyse Beachtung. Hierfür wurde in Bezug auf einzelne Proteste ausgemacht, inwieweit diese bereits vor dem untersuchten Protestevent aktiv waren, bzw. Strukturen aufgebaut hatten. Die Variable X_2 stellte hier wiederum den zeitlichen Verlauf dar, während mit Y_2 Aktivitäten bzw. in der Literatur genannten Vorläufer beschrieben wurden.

Eine weitere Kategorie war jene des Partizipationslevels, wie sie von Garrett (2006) definiert wurde. Im Fokus stand hier die Frage, wie mit dem Einsatz sozialer Medien versucht wurde, eine kollektive Identität zu bilden. Da diese wie von Garrett (2006) und Baringhorst (2014) beschrieben auch zur Mobilisierung für Protestevents eingesetzt wurde findet sich hier durchaus eine Überschneidung zu der ersten Kategorie. Hier wurde jedoch nicht mittels Variablen erhoben, sondern mit den Ansätzen der Politischen Ikonographie wie sie von Spitzmüller/Warnke (2011) ausgeführt wurden. Bilder und Transparente sowie die jeweils transportierten Slogans verglichen. Eingebettet wurde die Analyse dieser Variablen in den Teilbereich der Mobilisierung, die das zentrale Element dieser Arbeit bildet.

Die beiden anderen Bereiche - Entstehung und Organisation bzw. Kommunikation über soziale Medien - wurden in weiterer Folge ebenso einem Vergleich unterzogen, um ein möglichst breites Bild der Rolle sozialer Medien in der jeweiligen Protestbewegung zu erhalten.

2.2. Betrachtung der Narrative

Dieser Aspekt war insofern von Bedeutung, als mit Hilfe von Narrativen auch die Entwicklungsgeschichte der Protestbewegungen nachvollziehbar gestaltet werden konnte (Höykinpuro/Ropo, 2014; Goosseff, 2014). Durch den Umstand, dass jede der drei Protestbewegungen ihrem eigenen, individuellen Narrativen folgt, bot sich hier eine weitere Möglichkeit, Ähnlichkeiten und Diskrepanzen zwischen Offline- und Online-Protesten herauszuarbeiten. Auch hier war eine enge Interaktion mit den Aspekten der kollektiven Identität gegeben, weil Narrative eine gemeinsame Erzählung darstellen.

2.3 Erhebungsmethoden

Neben der Verwendung bereits erhobener Daten wurden auch andere methodologische Zugänge der Datengenerierung im Rahmen dieser Arbeit genutzt. Gerade bei der PEGIDA-Bewegung musste in Ermangelung vorhandener Daten auf eigene Feldforschung zurückgegriffen werden. In Summe fallen die verwendeten Erhebungsmethoden sehr divers aus, was jedoch angesichts der speziellen Ausgangslage als angebracht angesehen wurde.

2.3.1 Digitale Datenerhebung

Auch wenn die sogenannten digitalen Methoden selbst noch „keine eigenständige Methodologie“ darstellen (vgl. Rogers, 2013:20ff), wurde in dieser Abhandlung auf die Möglichkeiten von NetVizz (vgl. Rieder, 2013) zurückgegriffen. Hier wurden - wie für die erste Variable beschrieben - für alle drei Protestbewegungen Häufigkeiten der Interaktionen auf den jeweiligen Facebook-Seiten erhoben und diese in weiterer Folge in einen zeitlichen Kontext gesetzt. Daraus ergab sich für jeden Protestevent ein quantitativer Datensatz, welcher in weiterer Folge ausgewertet wurde und für den Vergleich der Variablen X_1 und Y_1 Verwendung fand. Ebenso wurden für das Beispiel PEGIDA-Wien Bilder mittels Screenshots erhoben und analysiert. Hier standen vor allem die Merkmale kollektiver Identität im Mittelpunkt.

2.3.2 Teilnehmende Beobachtung

Der Wiener PEGIDA-Spaziergang am 2.2.2015 wurde zusätzlich mittels einer teilnehmenden Beobachtung verfolgt. Hier wurde ein ähnliches Vorgehen wie jenes Dieter Ruchts (2015) gewählt, um eine Vergleichbarkeit der Resultate zu ermöglichen. Allerdings musste aufgrund eines Mangels an persönlichen Ressourcen von der Verteilung von Fragebögen Abstand genommen werden. Die teilnehmende Beobachtung sollte die im Zuge meiner Erhebung auf Facebook gewonnen Erkenntnisse hinsichtlich der Mobilisierung für den PEGIDA-Spaziergang in Wien vertiefen bzw. vergleichen.

Die teilnehmende Beobachtung wurde im Zuge des PEGIDA-Spazierganges in Wien am 2. Februar 2015 vorgenommen. Dieses Vorgehen wurde in Anlehnung an ein ähnliches Unterfangen, welches von Dieter Rucht und Studierenden kurz zuvor in Deutschland durchgeführt worden war, gewählt. Damit sollte eine gewisse Vergleichbarkeit der Ergebnisse gewährleistet werden. Dadurch war dieses Vorgehen auch gewissen Limitierungen unterworfen.

Eine teilnehmende Beobachtung unterliegt immer einem spezifischen Bias, der abhängig von gewissen Merkmalen der beobachtenden Personen ist (vgl. Kawulich, 2005:5f). Um dem möglichst gut entgegenzuwirken, wurde vorweg die Erwartungshaltung reflektiert und danach in Form eines De-Briefings Eindrücke verarbeitet und festgehalten. In Anbetracht der Umstände - etwa der Mangel an Literatur und Daten - wurde dieser Ansatz trotzdem als vielversprechend für eine erste Analyse der PEGIDA-Bewegung erachtet. In dieser Hinsicht ähnelte das Vorgehen einer diesbezüglichen Überlegung Bernards, der in diesem Vorgehen den richtigen Weg sah Daten für Erhebungen dieser Art zu generieren (Bernard, 1994:142f).

Um dem Erkenntnisinteresse bezüglich Merkmalen kollektiver Identität folgen zu können, wurden entgegen der sonstigen Vorgehensweise vorweg einige Beobachtungsinteressen definiert. Erstens: die Anzahl an Menschen, welche sowohl an der Kundgebung als auch an den Gegenprotesten teilnahmen. Hier wurde vorweg auf Facebook erhoben, wie viele Personen auf der jeweiligen Seite ihre Teilnahme angekündigt hatten. Dies wurde dann vor Ort selbst beobachtet und schlussendlich mit den Angaben der Polizei und den Veranstaltern verglichen. Zweitens waren soziodemographische Aspekte von Interesse. Dabei wurden vor allem Alter und Geschlecht festgehalten, da andere Merkmale wie Ausbildungsgrad und die berufliche Situation durch bloßen Sichtkontakt nicht festgestellt werden können. Auf die Verteilung von Fragebögen wurde aufgrund des Mangels an persönlichen Ressourcen wie auch der anzunehmenden Verweigerung der Teilnahme bzw. gezielten Falschinformation Abstand genommen. Daher wurde dieses Vorgehen als die einzige Möglichkeit, Daten zu generieren, angesehen. Drittens wurden Merkmale einer kollektiven Identität beobachtet. Diese wurde in Form von Gesängen und Transparenten bzw. Fahnen, welche im Zuge der (Gegen)Proteste verwendet wurden, festgehalten.

Die genannten Faktoren wurden mittels vorgefertigter Bögen festgehalten. Dennoch kann aufgrund der Größe des Events nur von einer Schätzung gesprochen werden. Dadurch sind diese Zahlen sind vielmehr als subjektive Eindrücke zu verstehen. Zwar wurde mittels einer Datenmaske versucht, Zahlen zu sammeln - von einer akkuraten Datenerhebung eben dieser kann jedoch aufgrund der bereits genannten Limitierungen nicht gesprochen werden.

Tabelle 1- Beobachtungen der teilnehmenden Beobachtung am 2.2.2015

Teilnahme	PEGIDA	ANTI
Teilnahme auf Facebook	711	2716
Teilnahme an Protestevent	150	3000/5000*
Geschlecht		
Männlich	Ca. 80%	Ca. 55%
Weiblich	Ca. 20%	Ca. 45%
Alter		
18-30	Ca. 35%	Ca. 55%
31-40	Ca. 35%	Ca. 35%
40- 60	Ca. 20%	Ca. 5%
60 ++	Ca. 10%	Ca. 5%
Kollektive Identität		
Verwendung von Symbolen/Fahnen	Ja	Ja
Merkmale kollektiver Identität	Ja	Ja
Ähnlichkeiten zwischen Internet und Straße?	Hoch	Hoch

(* Berntzen/Weisskirchner, 2016:564 gaben die Zahl von 5000 an)

2.4 Analysemethoden

Die in dieser Arbeit zur Anwendung kommenden Analysemethoden beschränkten sich im Wesentlichen auf die Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring (2003). Zwar wurden auch auf Facebook quantitative Daten erhoben, allerdings erforderte deren

Auswertung keinerlei spezieller Analysemethoden, weshalb dieser Vorgang in weiterer Folge nicht näher ausgeführt wird.

Von größerer Bedeutung für die Analyse war jedoch die Untersuchung visuellen Materials. Hierzu zählten vor allem auf Facebook geteilte Bilder, Transparente und Slogans. Die Aufarbeitung wurde mithilfe der Ansätze zur visuellen Analyse und Ikonographie bewerkstelligt, weshalb diese nun kurz erläutert werden sollen. Auf eine Analyse mittels Data Mining wie sie Adedoyin-Olowe et. Al. (2013) vorschlagen wurde aufgrund des beschreibenden Ansatzes dieser Arbeit verzichtet.

2.4.1 Visuelle Analyse und Ikonographie

Bachmann- Medick (2006) verortet seit dem 19. Jahrhundert eine Zunahme von Bildern als Datenquelle, welche sie als „Iconic Turn“ bezeichnete (Bachmann 2010, 327ff). Analytisch wurde auf Ausführungen von Müller (2011) aufgebaut. Des Weiteren ermöglichte die Bezugnahme auf Refaie (2003) ein breiteres Verständnis visueller Metaphern. Auch die von Schmitt (2003) definierte Metaphern-Analyse war für die Untersuchung der Protestbewegungen durchaus hilfreich. Verwendung fanden diese Ansätze vor allem bei der Interpretation der Bilder, mit denen die Protestbewegungen versuchten, ihre Inhalte zu transportieren und schlussendlich Menschen zu mobilisieren.

2.4.2 Qualitative Inhaltsanalyse

Zur Auswertung der im Zuge der Vorbereitung für den PEGIDA-Spaziergang erhobenen Daten wurde die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring (2003) verwendet. Von großer Bedeutung für die Analyse waren das Framing der kollektiven Identität, die Organisation sowie die Mobilisierung. Diese Punkte bildeten auch wichtige Punkte in meinem Kategoriensystem.

Da sich in der Erhebung auf Facebook eine Vielzahl an Datenmaterial in Form von Screenshots angesammelt hatte, wurde in Form von Kategorien und Codes Material zusammengeführt (Das genaue Codebuch ist dem Anhang zu entnehmen). Mithilfe dieser Codes wurden Ähnlichkeiten hinsichtlich der Symbole der kollektiven Identität verglichen und analysiert. Da es das Ziel der Datenerhebung war, das On- und Offline-Verhalten der PEGIDA-UnterstützerInnen zu untersuchen, eignet sich dieses Vorgehen trotz unterschiedlicher Erhebungsverfahren für die Analyse.

Für die gewonnenen Erkenntnisse der teilnehmenden Beobachtung wurden vorweg gewisse Aspekte wie „Zeichen und Symbole kollektiver Identitäten“ angefertigt und auf die Geschehnisse vor Ort angewandt. Die Codes für die Analyse des Facebook-Events selbst wurden nach einem offenen Verfahren gewählt. Zentrale Codes waren vor allem zentrale von der Bewegung genutzte Begriffe wie „Islamisierung“ und „Migration“. Anhand dieser Signalworte wurde der Gesprächsverlauf nachvollzogen und in weiterer Folge analysiert.

3. Proteste und soziale Medien

Das Spektrum an Sichtweisen zur Bedeutung sozialer Medien für Protestbewegungen in der Wissenschaft war breit gefächert. So wurden in der Regel die Kosten, welche TeilnehmerInnen an Protestaktivitäten aufbringen müssen, als relevant für die Analyse betrachtet. Eine Teilnahme an Protesten erscheint dann wahrscheinlicher, wenn der potenzielle Nutzen des Protests die damit verbundenen Kosten übersteigt (vgl. McCarthy/Zald, 1977:1213). Dieser wurde nicht nur mit materiellen sondern auch mit persönlichem Nutzen verbunden. Verba (1995) bezeichnet vor allem die Ressourcen Zeit und Geld als ausschlaggebend für politisches Engagement.

Dies deckt jedoch nicht die Breite an Faktoren ab. So wird in der Literatur ebenso darauf hingewiesen, dass Protestkosten - vor allem in autoritären politischen Systemen - auch die persönliche Freiheit und im Extremfall die eigene körperliche Unversehrtheit miteinschließen (vgl. Tufekci/Wilson, 2012; Breuer et al. 2014).

Durch diese Faktoren wurde deutlich, dass die Teilnahme an Protestaktivitäten von einer Vielzahl an Faktoren abhängig ist. Insofern wurde davon ausgegangen, dass für Protestbewegungen sämtliche Möglichkeiten von Interesse sind, die in der Lage sind Kosten zu senken bzw. zu minimieren.

Hier bildete sich auch der Ausgangspunkt für eine Analyse der Wirkung sozialer Medien auf Proteste bzw. Protestbewegungen. Diese wurden in weiterer Folge in drei Phasen gegliedert: erstens, die Phase der Initiierung; zweitens, die der Mobilisierung von Ressourcen für Protestevents; drittens, die Phase der Etablierung von Strukturen.

Um die spezifischen Kosten, die von Belang sind, näher betrachten zu können, wurde die „Resource Mobilization Theory“ (RMT) nach McCarthy und Zald (1977) als theoretisches Rahmenwerk gewählt. Diese Theorie eignete sich vor allem dazu, aufzuzeigen, welche Rolle besagte Kosten für Protestbewegungen generell eingenommen haben.

Eltantawy und Wiest wählten eine ähnliche Vorgehensweise. Sie bezeichneten diese als einen sinnvollen Ausgangspunkt, um die Auswirkungen sozialer Medien auf Protestbewegungen zu erforschen (vgl. Eltantawy/Wiest, 2011:1208).

3.1 Resource Mobilization Theory

Aufgrund der schlüssigen Argumentation Eltantawys und Wiests wurde ihr Betrachtungswinkel übernommen und die RMT zum Ausgangspunkt dieser Arbeit gemacht. McCarthy und Zald versuchen mit ihrem Ansatz gewisse Kriterien für den Erfolg von Protestbewegungen näher zu definieren. Ihrem Ansatz zufolge muss „die Bandbreite an Ressourcen die mobilisiert werden müssen untersucht, ebenso [wie] die Verbindungen von sozialen Bewegungen mit anderen Gruppierungen, die Abhängigkeit der Bewegungen von externer Unterstützung und schlussendlich die Taktiken der Institutionen um diese Bewegungen zu kontrollieren oder einzubinden“ (McCarthy und Zald, 1977:1213, eigene Übersetzung).

Daher bedarf es zur genauen Erklärung kollektiver Handlungen eine Auswahl der Anreize sowie der kostenreduzierenden Mechanismen und der Vorteile, die zu einem kollektiven Verhalten führen, so die Autoren weiter (vgl. McCarthy/Zald 1977:1216). Als grundlegende Ressourcen für Protestbewegungen beschreiben McCarthy und Zald die Faktoren Zeit, Arbeit und Geld. Diese können auf unterschiedliche Arten akquiriert werden und unterliegen bestimmten Rahmenbedingungen. Hier wurden die „means of communication, transportation, political freedoms, and the extent of repression by agents of social control“ genannt (vgl. ebd.:1225).

Auch würden in der Regel Protestbewegungen weniger Bedeutung beigemessen als Gütern des täglichen Bedarfs wie Wohnen und Essen (vgl. ebd.:1224). Hier konnte eine Verbindung zu der These von Verba (1995) geschaffen werden, welche politisches Engagement generell mit der Verfügbarkeit von Zeit und Geld verknüpft. Eine Teilnahme an Protesten findet eher dann statt, wenn die teilnehmenden Personen über eben diese Ressourcen verfügen. Sollten soziale Medien in der Lage sein die Kosten für eine Protestteilnahme zu senken, könnten diese als eine zusätzliche Ressource dienen.

Von einer Kostenersparnis wird nach der RMT in weiterer Folge dadurch gesprochen, wenn eine Protestbewegung die benötigten Ressourcen zu einem „effizienten“ Preis und zum richtigen Zeitpunkt erhält. Auf die Rolle sozialer Medien umgemünzt bedeutet dies, dass sie dabei behilflich sind, die gewünschten Ressourcen unter diesen Gesichtspunkten zu akquirieren.

Ebenso bezeichneten Edwards und McCarthy (2004) diese beiden Aspekte als grundlegend verfügbare Ressourcen für Protestbewegungen. Sie typologisierten insgesamt fünf Typen weitere von Ressourcen (vgl. Edwards/McCarthy, 2004:116ff): Erstens die moralischen Ressourcen. Diese beinhalten Solidarität, Sympathie und Unterstützung. Die – zweitens - kulturellen Ressourcen beinhalten Wissen, das innerhalb der Gruppe der Protestierenden zwar durchaus in Teilen, aber nicht universell vorhanden ist. Hier nennen sie unter anderem die Organisation von Pressekonferenzen und die Veranstaltung eines Protestevents. Sozioorganisatorische Ressourcen – drittens - sind jene, die notwendig sind, um die Forderungen der Bewegung zu transportieren und Protestierende zu gewinnen. Materielle Ressourcen – viertens - beinhalten alle klassischen Ressourcen, die für eine Protestbewegung notwendig sind - wie Geld, Ausrüstung und Räumlichkeiten. Als fünfte Ressource beschreiben Edwards und McCarthy die Menschen selbst.

3.2 Soziale Medien und Proteste

In der Literatur existieren verschiedene Zuschreibungen über die Rolle sozialer Medien. Sie werden von Eltantawy und Wiest als eine „weitere, wichtige Ressource für „ressourcenschwache“ Akteure [beschreiben], welche zuvor aufgrund von finanziellen, zeitlichen und räumlichen Einschränkungen betroffen waren“ (vgl. Eltantawy/Wiest, 2011:1208). Die Rolle sozialer Medien für Proteste divergiert. So sieht Dieter Rucht keinen parallelen Anstieg von Internet – Nutzung und Protestaufkommen in Deutschland (vgl. Rucht, 2014:120), während Steinert – Threlkeld et al. (2015) eine globale Zunahme in den letzten 20 Jahren feststellen (vgl. Steinert – Threlkeld et al., 2015:1).

Dieter Rucht vertritt die Ansicht, dass soziale Medien durch ihre Geschwindigkeit und die Fülle an Information bei den EmpfängerInnen eine gewisse Art von Beliebigkeit auslösen würden (vgl. Rucht, 2014:124). Ein weiteres Hindernis für die Nutzung des Internets als Protestressource könnte, wie das PEW Research Center erhob (PEW, 2015) der Umstand sein, dass soziale Medien hauptsächlich von jüngeren und gebildeten Menschen verwendet werden

Doch auch strukturelle Faktoren wurden in der Betrachtung der Frage ob soziale Medien als Ressource für Protestbewegungen dienen können miteinbezogen.

So unterscheidet Garrett (2006:4) drei wesentliche Strukturen: erstens die Mobilisierungsstrukturen (Mobilizing Structures), zweitens die Gelegenheitsstrukturen (Opportunity Structures) und drittens die „Framing Processes“. Der für die Analyse relevante erste Aspekt wurde in drei Teile geteilt: erstens das Partizipationsniveau (Participation levels), zweitens die fortlaufende Aktivität (contentious activity) und drittens die organisatorischen Aspekte (organizational issues). Unter dem Partizipationsniveau versteht Garrett die Verbindung zwischen Technologie und Partizipation. Hier wurden eine Reduktion der Kosten für Partizipation, die Formierung einer kollektiven Identität sowie die Etablierung einer Gemeinschaft als Indikatoren genannt (vgl. ebd. 2006:3).

Hier findet sich neben den bereits genannten Ressourcen Zeit, Arbeit und Geld auch eine Bedingung, welche als die Etablierung von (Organisations-) Strukturen innerhalb der Bewegungen beschrieben wird. Deutlich wurde dadurch vor allem, dass Ressourcen zu allen Phasen von Protesten von zentraler Bedeutung sind. Dies wurde bereits bei der Initiierung von Protest beschrieben und setzte sich hinsichtlich der Mobilisierung fort und ist des Weiteren auch bei etablierten Bewegungen für die Organisation und Kommunikation notwendig. So waren bereits hinsichtlich der Reduktionen der Partizipationskosten unterschiedliche Ansätze vorhanden.

Während manche AutorInnen argumentieren, dass niedrigere Kosten für Partizipation und Kommunikation die Anzahl der Menschen, welche sich in Protesten engagieren, erhöhen (vgl. Bonchek in Garrett 2006:3), sehen andere diesen Umstand als nicht gegeben (vgl. Bimber in Garrett 2006:3). Im ersten Fall wurde damit argumentiert, dass durch niedrigere Kosten die Vorteile einer Teilnahme an den Protesten in den Vordergrund rücken.

Dem widersprechend wird argumentiert, dass das Engagement von US-BürgerInnen seit den 1950ern nicht signifikant trotz technologischer Fortschritte (siehe TV und einem generellen höheren Bildungsniveau) nicht signifikant zunahm. Diese Diskrepanz wurde auch bei den Fallbeispielen berücksichtigt.

Eine zentrale Rolle nahm die kollektive Identität von Protestbewegungen ein. Deren Bedeutung wurde in der Literatur bereits mehrfach betont (vgl. Della Porta/Diani, 1999:84ff; Gamson; 1992:374ff). Laut Garrett wirkten Technologien generell verstärkend hinsichtlich der Formierung einer solchen.

Sie seien, so Garrett, in der Lage, eine kollektive Identität innerhalb einer zerstreuten Bevölkerung zu generieren, welche im Anschluss von Bewegungen für Proteste mobilisiert werden kann (vgl. Garrett, 2006:4).

3.3 Entstehung von Protesten in sozialen Medien

Die Orte der Entstehung von Protesten sind vielfältig. Der Umstand, dass soziale Medien Menschen unabhängig von Zeit und Raum miteinander vernetzen, hatte per se enormes Potenzial hinsichtlich einer gemeinsamen Artikulierung von Protest. Dadurch sehen sich Autoren wie Manuel Castells (2012) dazu veranlasst, eine zukünftige Verlagerung der Entstehung von Protesten in die digitale Welt zu prophezeien.

In seiner Abhandlung verortete Castells einen elementaren Wechsel der Kommunikationsstrukturen: von einem klassischen Sender–Empfänger-Modell hin zu einem Zustand, den er als „Self-Communication“ bezeichnet. Durch die universelle Verfügbarkeit des Internets sind Menschen in die Lage gebracht worden, selbst in die Rolle des Senders zu schlüpfen, selektiv Nachrichten zu verfassen und diese auch zu kommunizieren (vgl. Castells, 2012:8f). Des Weiteren bezeichnet er das Internet als einen offen zugänglichen, öffentlichen Raum, in welchem eine „autonome Kommunikation“ stattfinden kann (vgl. ebd:10ff).

Im Gegensatz zu AutorInnen wie Garrett (2006) und Baringhorst (2014) verortet Castells eine stärkere Rolle von Individuen. Soziale Bewegungen und damit auch Protestbewegungen würden sich aus einzelnen Menschen bilden (vgl. ebd:12). Diese würden sich in weiterer Folge durch einen Prozess von Kommunikation, in Zuge dessen gemeinsame Ziele ausgehandelt werden, zu einem Kollektiv zusammenschließen, welches diese verfolgt (vgl. ebd:13).

An diesem Punkt zeigt sich bereits das Selbstverständnis, welches Castells Theorie zugrunde liegt: Durch den Wandel in der Kommunikation hin zu dem, was er als „Self-Communication“ bezeichnet, würden sich Individuen einfacher zusammenschließen, was die Formierung kollektiven Protests erleichtern soll.

Dieser Ansatz ist nicht per se in Widerspruch zu anderen Meinungen zu stellen, die maßgebliche Unterscheidung findet bei der weitausstärkeren Fokussierung auf das Individuum selbst statt. Innerhalb der Literatur besteht weitgehend Einigkeit darin, dass für die Artikulation von Protest auch in der digitalen Sphäre kollektive Handlungen unerlässlich sind (vgl. Baringhorst, 2014:95; Garrett, 2006:3f; Castells

2012:13ff). Allgemein besagte der Status Quo in der Literatur - abseits von Castells - , dass Proteste nicht vordergründig in sozialen Medien entstehen (vgl. Baringhorst, 2014:94f; Fuchs, 2012:790; Rucht, 2014:126; Vissers/Stole, 2014:273).

Auch wenn Autoren wie Rucht (2014) und Valenzuela (2013) das Phänomen des „clicktivism“ bzw. „slacktivism“ in den Vordergrund rückten, scheint dennoch ausreichendes Potenzial verfügbar, um in gewissen Fällen eine Initiierung von Protesten, welche auch zu Protestevents auf der Straße führen kann, über soziale Medien zu ermöglichen. Als Erklärung hierfür nannten Vissers und Stole den Umstand, dass soziale Medien die Gesellschaft im Gesamten spiegeln (vgl. Vissers/Stole, 2014:272f). Diese Einschätzung bestärkte die Annahme, dass sich die zunehmende Bedeutung sozialer Medien im Alltag der Menschen auch hinsichtlich der Ausführung von Protesten manifestieren. Der Entstehung von Protesten in sozialen Medien kam daher in meiner Arbeit eine zentrale Rolle zu. Wenn Proteste über diese Kanäle initiiert wurden, kann davon ausgegangen werden, dass diese auch im weiteren Verlauf der Proteste eine wichtige Rolle einnehmen.

3.4 Online-Mobilisierung

Neben der Initiierung von Protesten war vor allem die Mobilisierung von Ressourcen für Protestevents von zentraler Bedeutung. Rucht spricht in seiner Abhandlung über „die Bedeutung von Online–Mobilisierung für Offline–Proteste“ von einigen wesentlichen Punkten. Er ging der Frage nach, ob sich durch soziale Medien „die Bedingungen für Protestmobilisierung tatsächlich grundlegend verändert haben“ (vgl. Rucht, 2014:115).

Sein Interesse war hierbei, ob es dadurch zu „immer größeren Offline–Protesten“ kommt oder ob eine „Verlagerung des Protests von der Straße in das Internet“ stattfindet (vgl. Rucht, 2014:ebd.). Die Fragestellungen bzw. die Ergebnisse Ruchts eigneten sich durch diesen Fokus als Teil des theoretischen Rahmenwerkes meines Forschungsinteresses.

Rucht definiert anhand von sechs Kriterien die Vor- und Nachteile einer Online–Mobilisierung für Proteste. Erstens nannte er „die Diskrepanz zwischen der nahezu unendlichen Aufnahmekapazität des Netzes und der gleichbleibenden Aufnahmekapazität der Nutzer“ (vgl. Rucht, 2014:119). Zweitens zeigte sich Rucht davon überzeugt, dass der sogenannte „clicktivism“ wenig dazu beiträgt, „das Publikum und die Adressaten zu überzeugen“ (ebd.). Earl/Kimporf hingegen sehen

diesen Zusammenhang als nicht unbedingt aussagekräftig an, da auch Offline-Proteste nicht zwingend überzeugend seien (Eal/Kimport, 2011:90). In der Ansicht mancher Autoren (Christensens, 2011) sind beide Termini generell negativ behaftet. Dennoch wurde mit den Begriffen slacktivism und clicktivism ein von Rucht identifiziertes Problem ausgemacht. Durch das inflationäre Vorhandensein digitaler Protestmöglichkeiten, der oftmals fehlenden Bereitschaft, den digitalen Protest auch auf die Straße zu tragen, und dem damit verbundenen Mangel an Aufmerksamkeit für die jeweiligen Anliegen würden sich die Vorteile hinsichtlich der Mobilisierungskosten relativieren, so Rucht (vgl. ebd.).

Außerdem müssen, so Rucht, „Adresslisten gepflegt, Daten geschützt, Websites beständig aktualisiert, Chat-Kommunikation gesichtet und evtl. gefiltert und eingehende Anfragen beantwortet werden“ (ebd.). Dadurch würden „ressourcenstarke und kontinuierlich tätige Organisationen weiter in den Vordergrund [rücken], weil sie die notwendigen Investitionen tätigen können und einmal etabliert, von den abnehmenden Grenzkosten bei hohen Zahlen von Nutzern, bzw. Mitgliedern profitieren“ (vgl. Rucht, 2014:119f).

Hier knüpft er an ein bereits von Edwards und McCarthy (2004) identifiziertes Problem an. Für eine erfolgreiche Mobilisierung von Ressourcen und UnterstützerInnen müssen organisatorische Strukturen innerhalb der Bewegungen geschaffen werden, weshalb dieser Aspekt für meine weitere Analyse von Bedeutung war.

Auch unterscheidet Rucht zwischen den Protestformen: Online-Mobilisierung eigne „sich in erster Linie für wenig aufwändige und mit keinen Risiken behaftete Formen des Protests“, allerdings „kaum für ein intensives und möglicherweise auch risikoreiches Engagement“ (vgl. Rucht, 2014:120.). Die größte Schwäche sozialer Medien sieht Rucht in der „niedrigen Zugangsschwelle“. Diese erleichtert die Überwachung durch „staatliche Organe, aber auch Gegenbewegungen“.

Die Online-Mobilisierung selbst unterteilt Rucht in drei Formen: die erste Form beschränkt sich auf die digitale Sphäre. Als Beispiel hierfür werden „hacktivism“ und E-Petitionen genannt. Die zweite Form wurde als „ergänzende“ beschrieben. Hier kann die „Online--Mobilisierung vorbereitend, unterstützend und/oder begleitend [...] angelegt sein“ (vgl. Rucht, 2014:ebd.).

Als dritte Form definiert Rucht eine Kampagne, in der „Online- und Offline Aktivitäten von Anfang aufeinander abgestimmt und integriert werden“ (vgl. Rucht, 2014:120f).

Rucht beurteilt die Frage, ob der Einsatz sozialer Medien zu einer Kostenreduktion für Protestbewegungen führt, in Summe eher ambivalent. So hebt er hervor, „dass es sich hierbei [bei der Online-Mobilisierung, Anm. HH] keineswegs um ein einfach zu handhabendes und nahezu kostenfreies Medium handelt“ (vgl. Rucht, 2014:127). Der Offline-Protest würde dadurch nicht ersetzt werden, so Rucht weiter. Ebenso die im Vergleich höhere Reichweite von Tageszeitungen und Magazine war ebenso eine Argumentationsgrundlage (vgl. März in Rucht, 2014:127) Rucht verortet in Formen der Online-Mobilisierung nicht das Potenzial, die klassischen Formen zu ersetzen. Sie könnten diese, so Rucht, maximal ergänzen. Außerdem würde dies zu weiteren einem Kampf um Aufmerksamkeit führen, welches umgekehrt steigendes Engagement verlangen würde (vgl. Rucht, 2014:127).

Für die in dieser Arbeit vorgenommene Analyse wurden allerdings nur zwei der drei Kategorien Ruchts angewandt. Da die untersuchten Fälle allesamt auch offline präsent waren, entfällt die Möglichkeit einer Beschränkung der Aktivitäten auf das Internet. Alle anderen Aspekte fanden jedoch in der Analyse Berücksichtigung. Rucht schloss sich in seinen Ausführungen an von Edwards und McCarthy (2004) und McCarthy und Zald (1977) getätigte Überlegungen an: Die Mobilisierung von Ressourcen für Protestbewegungen ist den Autoren zufolge stets an bestimmte Faktoren geknüpft. Hier wurden die Organisationsstrukturen der jeweiligen Bewegungen als zentrales Merkmal genannt, weil diese für eine Mobilisierung der zentralen Ressourcen Zeit, Arbeit und Geld eine bedeutende Rolle einnahmen.

Die Schwierigkeit, Menschen über soziale Medien zu konkreten Offline-Protestaktionen zu motivieren, ist ein spannender Aspekt der Untersuchung. Vissers und Stolle (2014) kommen in ihrer Untersuchung zum Thema der Offline-Mobilisierung über die soziale Medienplattform Facebook zu einem ähnlich ambivalenten Ergebnis. Sie sehen, ähnlich wie Rucht, die Möglichkeiten des Einsatzes sozialer Medien für Protestbewegungen als eher begrenzt an.

Allerdings resultiert diese Annahme im konkreten Fall nicht aus einer Aufhebung der Kostenersparnis sondern aus einer empirischen Untersuchung (vgl. Vissers/Stolle, 2014:272). Im Zuge dieser wurde auch ein „Spill-Over-Effekt“ festgestellt, welcher darin resultiert, dass Mobilisierung „zumindest teilweise über soziale Medien stattfindet“ (ebd.). Dieser Effekt wird als eine Form der Wechselwirkung zwischen On – und Offline Aktivitäten erklärt, welcher als Spiegel der „Offline - Gesellschaft“ dient. Die Autorinnen plädieren daher dafür, On- und Offline-Mobilisierung nicht als

unterschiedliche Welten zu betrachten, weil diese sich durchaus reziprok zueinander verhalten (vgl. Vissers/Stolle, 2014 :273). Diese Ansicht harmonierte auch mit dem von Rucht genannten Punkt der kombinierten Verwendung sozialer Medien mit anderen Protestrepertoires.

3.5 Organisation und Kommunikation über soziale Medien

Ein Unterschied der Bedeutung sozialer Medien für Proteste in Demokratien und Ländern mit autoritären Regierungen findet sich ebenso in ihrer Conclusio. Diese besteht darin, dass in Demokratien die Kosten für eine Koordination der Proteste über soziale Medien als geringer beschrieben werden. Damit zeichnen die AutorInnen auch ein Bild über die Gewichtung der Organisation von Protesten über soziale Medien (vgl. Steinert –Threlkeld et al. 2015:9).

Christian Fuchs (2012) hingegen bezeichnete die Rolle sozialer Medien für Proteste mehr als eine empirische denn eine theoretische Frage. Es bedarf allerdings theoretischer Konzepte, die „a1) social movements, b1) protests, c1) revolutions and models that allow understanding the factors that are involved in the emergence and constraints of a2) social movements, b2) protests and c2) revolutions“ beschreiben (Fuchs, 2012:779). Fuchs selbst beschreibt Protest als „a negation of existing structures that result in frictions and problems and a political struggle that aims at the transformation of certain aspects of society or of society as a whole“ (ebd.). Allerdings, so Fuchs weiter, seien Proteste auch nicht bei einer „aggravation of problems nor the structural opening of new political opportunities or the increase of resources for protest movements“ automatisch die Folge (Fuchs, 2012:780).

Fuchs bezeichnet Proteste als ein komplexes, soziales Phänomen, welches sich nicht anhand von theoretischen Modellen vorhersagen lässt (vgl. ebd). Hinsichtlich der Rolle von sozialen Medien für Protestbewegungen wurde deshalb in der Analyse neben der Initiierung und Mobilisierung von Protesten besonderer Fokus auf die Ebene der Kommunikation und jene der Organisation gelegt.

Abbildung 2 - Soziale Medien als Ressource für Protestbewegungen



Mit dieser Grafik wurde dargestellt, wie soziale Medien auf diesen beiden Ebenen gewirkt haben und welche Wechselwirkungen zwischen den einzelnen Feldern bestehen. Ebenso wurde dadurch verdeutlicht, dass die Kommunikation und die Organisation der Fallbeispiele als wichtig erachtete Ebenen fungieren.

Um einen Vergleich zu ermöglichen wurden drei Phasen von Protestbewegungen herangezogen: 1) die Initiierung von Protesten, 2) die Mobilisierung für diese und 3) deren Organisation. Diese Phasen stehen miteinander in Verbindung - daher gilt es, eventuelle Reziprozitäten mit anderen Ebenen in die Analyse miteinzubeziehen. Diese analytischen Kategorien knüpften somit auch an die Theorie an. Während sich Garrett (2006), Rucht (2013 und 2014), Baringhorst (2014) ausgiebig der Mobilisierung für Proteste über soziale Medien widmeten, traf dies hinsichtlich der Initiierung von Protesten und Protestbewegungen auch auf die Werke Castells (2012), Fuchs (2012) und in geringerem Ausmaß auf jene Ruchts (2014) zu.

Die Entscheidung, Kommunikation und Organisation der Protestbewegungen als Bestandteil der Abhandlung aufzunehmen, war die Conclusio der zuvor dargestellten theoretischen Überlegungen. Sowohl Rucht (2014) als auch McCarthy und Zald (1977) bzw. Edwards und McCarthy (2004) bezeichneten die Organisation bzw. die Strukturen, welche diese Tätigkeiten ermöglichen, als immanenten Teil von Protestbewegungen.

Um Ressourcen zu sammeln sind diese Strukturen erforderlich, (vgl. McCarthy/Zald, 1977:1213ff; Rucht, 2014:119f; Edwards/McCarthy, 2004:118). Durch diese wichtige Rolle eignete sich diese Ebene, um die Wirkung sozialer Medien auf die Beispiele näher zu analysieren.

Daher wird die Auseinandersetzung mit den organisatorischen Strukturen der jeweiligen Bewegung einen zentralen Punkt der Untersuchung einnehmen. Die Untersuchung wird anhand folgender Linien stattfinden: 1) dem Ausprägungsgrad der Organisation der jeweiligen Bewegung. Hier wurde untersucht, wie a) das konkrete Beispiel aufgestellt ist (also ob eine Organisation „top-down“ oder „bottom-up“ stattfindet) und b) welche Rolle sozialen Medien in diesem Kontext zukommt. Dadurch wurde geklärt, ob soziale Medien in der Lage waren, die Kosten für eine Mitwirkung in der Organisation von Protesten zu senken.

Da das Medium Internet unabhängig von Zeit und Raum genutzt werden kann, wurde hier eine solche Ersparnis verortet. Da die Ressourcen Zeit und Arbeit bzw. Geld als zentrale Elemente für Partizipation ausgemacht wurden (vgl. McCarthy/Zald, 1977:1225; Verba 1995:37ff), wurde davon ausgegangen, dass im Regelfall eher in dieser Hinsicht privilegierte Gruppen über großen Einfluss verfügen (vgl. Sajuria, 2015:2). Dadurch ergab sich in weiterer Folge eine eher exklusive Gruppe an Personen, welche in der Organisation von Protesten involviert ist bzw. diese gestaltet (siehe auch McCarthy/Zald, 1977:1216).

Ebenso wird 2) die Kommunikation in der Literatur als wichtiger Teilaspekt beschrieben. Diese wurde als ein Teilaspekt der Organisation betrachtet, weshalb besonderes Augenmerk auf kommunikative Prozesse wie die Bereitstellung und Verbreitung von Information sowie deren taktischen Einsatz während Protestevents gelegt wurde. Anhand dieser Ebene ließ sich ein vermehrter Einsatz sozialer Medien beobachten. Dies wurde vor allem in Abgrenzung zu klassischen Medien wie TV, Radio und Printmedien durchgeführt.

Die Kommunikation ist ebenso essentiell für 3) die Generierung einer kollektiven Identität, über deren Bedeutung für Protestbewegungen in der Literatur Einigkeit herrscht (vgl. Baringhorst, 2014:95; Garrett, 2006:3, Rucht, 2014:117, Vissers/Stolle, 2014). Primär wirkt diese kollektive Identität bei der Mobilisierung von Menschen für Protestevents (vgl. Garrett, 2006:4). Deshalb wurde im Verlauf dieser Arbeit untersucht, wie a) eine kollektive Identität generiert wurde und b) wie diese im weiteren Kommunikationsprozess eingesetzt wurden.

Für die Analyse der Mobilisierung für die Protestevents selbst wurde weitgehend der Ansatz von Dieter Rucht (2014) übernommen. Dies soll besonders dazu dienen, meine zweite Forschungsfrage zu untersuchen. Hierfür werden jene drei Punkte - wie sie Rucht definiert - zur Analyse verwendet.

Wie bereits in der Grafik ersichtlich ist, wird eine starke Wechselwirkung mit den analytischen Ebenen und den unterschiedlichen Repertoires vermutet. Um diese näher zu untersuchen, eignet sich die Kategorie der Mobilizing Structures nach Garrett (2006). Mit einem Fokus auf das Partizipationsniveau, die fortlaufende Aktivität und die organisatorischen Aspekte der Bewegungen war es möglich, die Wechselwirkungen der unterschiedlichen Kategorien sichtbar zu machen.

Rucht spricht ebenso von Vorteilen für Organisationen, die kontinuierlich tätig sind (vgl. Rucht, 2014:119). Diese Einschätzung teilt auch Baringhorst, weil es für „kollektive Aktionen im Netz genaue Planung und organisatorischer Vorbereitung“ bedarf (Baringhorst, 2014:97).

Grundlegend dafür war der von Baringhorst (2014), Garrett (2006) und Rucht (2014) vertretene Ansatz, dass soziale Medien bezüglich der für ProtestteilnehmerInnen verfügbaren Repertoires prinzipiell ergänzenden Charakter besitzen. Um ein näheres Verständnis der Bedeutung sozialer Medien für Proteste zu erhalten, galt es zu klären, inwieweit diese in diverse Prozesse des Protestes involviert waren. Deshalb wurde auch eine empirische Auseinandersetzung mit den drei Protestbewegungen notwendig.

4. Arabischer Frühling

Da sich Beschreibung der Fallbeispiele chronologisch orientiert, erhalten die Ereignisse rund um den Arabischen Frühling, im Speziellen jene in Ägypten den Vorzug. Diese Proteste werden in der Literatur als jener Moment bezeichnet, in dem soziale Medien im Rahmen von Protesten erstmals größere Bedeutung fanden (Castells, 2012). Dadurch entsteht auch ein wesentliches Argument für die Berücksichtigung dieser Proteste in meinem Vergleich.

Auch Howard (2011) schreibt sozialen Medien eine zentrale Rolle in den Protesten um den arabischen Frühling zu (vgl. Howard, 2011:2). Dass sich diese nicht auf einen Ort beschränkten, sondern (beinahe) eine gesamte Region abgedeckten, kann ebenfalls als eine Wirkung dieser Technologien betrachtet werden, so Howard. Deshalb wurde eine Beschränkung auf ein konkretes Beispiel vorgenommen: Ägypten. Die Auswahl begründet sich vor allem aus Vielzahl an bereits verfassten Arbeiten und erhobenen Daten zu diesem Beispiel. Diese bieten auch einen profunden Überblick über die Entstehung der Proteste und erklären, warum gerade in diesem Setting soziale Medien erstmals eine derart breite Anwendung erfuhren. Daher wurde vorweg den Prozess der Entstehung und Formierung der Protestbewegung geklärt, um ein zu zeigen, an welchen Punkten der Proteste soziale Medien konkret eingesetzt wurden.

4.1 Entstehung und Formierung

Der arabische Frühling umfasst mehr als bloß die ägyptischen Proteste gegen Hosni Mubarak. Manche ForscherInnen beschreiben die Proteste in der Region daher auch als Arabellion. Eine gemeinsame Beschreibung der Proteste in den jeweiligen Ländern des arabischen Frühlings war nicht möglich, da ihre Rahmenbedingungen zu divers ausgefallen sind. Gleich war ihnen jedoch, dass sie durch massive Proteste der Bevölkerung initiiert wurden und sich gegen die autoritären Regierungen in den jeweiligen Staaten richteten.

Dies war auch in Ägypten der Fall. Manche Autoren (Tufekci/Wilson, 2012) heben den Umstand, dass das Internet bereits längere Zeit von Gegnern des Mubarak-Regimes verwendet worden war, hervor. Bevor soziale Medien wie Facebook und Twitter ihren Siegeszug antraten, konnten sich bereits Blogs etablieren, deren

Einfluss auf oppositionell eingestellte Menschen nicht unwesentlich war (vgl. Tufekci/Wilson, 2012:363ff). Dies passierte zu einer Zeit, in der soziale Medien noch in ihren Kinderschuhen steckten. Um zu verstehen, welche Faktoren die massive Nutzung sozialer Medien im Rahmen der Proteste gegen Mubarak begünstigten, bietet sich ein Überblick im Stile Lims (2012) an.

Hier wird erkennbar, dass der Sturz Mubaraks nicht plötzlich passierte, sondern in Teilen bereits auf Ereignisse aus dem Jahre 2003 zurückzuführen ist. Mit den Protesten von 2011 definiert Lim vier große Proteste. Der erste mündete in der Kefaya-Bewegung im Dezember 2004. Als das nächste prägende Beispiel wird die Bewegung des 6. April, welche sich 2008 manifestierte, bezeichnet. Als drittes Beispiel definiert sie die Gruppe rund um „We are all Khaled Said“. Die vierte Welle umfasst jene Proteste im Rahmen des arabischen Frühlings, die auch zum Sturz von Mubarak führten. Diese Wellen sind allerdings nicht als unabhängig voneinander zu betrachten, sondern weisen durchaus Parallelen und Interaktionen zueinander auf (vgl. Lim, 2012).

Diese Parallelen manifestierten sich bereits ab 2004 mit der erwähnten „Kefaya“ Bewegung, in deren Anfangszeit noch auf E-Mails und Textnachrichten zurückgegriffen wurde. Eltantawy und Wiest beschreiben die Entwicklung der Rolle des Internets als ineinandergreifend. Durch die zunehmende Bedeutung von Blogs wurden auch nach und nach soziale Medien für AktivistInnen interessant (vgl. Eltantawy/Wiest, 2011:1212; Tufekci/Wilson, 2012:364).

Lim beschreibt die „Bewegung des 6. April“ als die erste im arabischsprachigen Raum, welche Facebook verwendete. Der Initiator der Bewegung erhoffte sich durch den Einsatz sozialer Medien eine Erweiterung des als ArbeiterInnenstreik begonnenen Protestes (vgl. Lim, 2012:239). Manche AutorInnen sehen hier sogar die Grundlage für die Proteste im Rahmen des arabischen Frühlings (vgl. Stepanova, 2011:1).

Soziale Medien spielten ebenso eine wichtige Rolle in der Berichterstattung über die Brutalität vonseiten des Regimes. So erfuhr beispielsweise die Facebook-Gruppe „We are All Khaled Said“² großen Zuspruch. Khaled Said wurde 2010 von der ägyptischen Polizei zu Tode geprügelt und Bilder von diesem Akt fanden den Weg in soziale Medien, wo sie für Aufruhr, Bestürzung und Wut sorgten (vgl. Howard,

² <http://www.facebook.com/ElShaheeed>

2011:15). Dadurch wurde Khaled Said zu einem Symbol des Aufstandes gegen das Regime (vgl. Lim, 2012:241). Überschneidungen bei den Personen und Inhalten der erwähnten Bewegungen lassen eine gewisse Kontinuität und damit eine Adaptierung des Einsatzes sozialer Medien erkennen (vgl. Lim, 2012:239f). Dies ist insofern für die Untersuchung zu den Protesten im Jänner 2011 relevant, als hier bereits Strukturen aufgebaut und Erfahrungen mit dem Umgang sozialer Medien gemacht werden konnten.

Als Ausgangspunkt für die Proteste gilt heute die Selbstverbrennung des Gemüsehändlers Mohammed Bouazizi in Tunesien vor einem Regierungsgebäude am 17. Dezember 2010. In Folge dessen breitete sich der Protest über ganz Nordafrika aus, so auch nach Ägypten (vgl. Howard, 2011:2).

Eine weitere wichtige Rolle für die Proteste kommt sozialen Medien durch den Umstand zu, dass die Staaten des arabischen Frühlings allesamt autoritär regiert wurden. Kennzeichnend für autoritäre Strukturen sind ein eingeschränkter Zugang zu Informationen und Zensur hinsichtlich der Kommunikation.

Tufekci und Wilson (2012) verorten am Beispiel Ägyptens vor allem eine Nutzung des Internets durch marginalisierte Gruppen, welche in Opposition zum Mubarak-Regime standen. Durch die kontinuierliche Entwicklung der Proteste über einen längeren Zeitraum sowie der Adaptierung sozialer Medien in das Repertoire der Methoden scheint ihnen am konkreten Beispiel eine wichtige Rolle für die Entstehung der Proteste zuzukommen.

4.2 Organisation

Dass soziale Medien gerade in Anbetracht der autoritären Ausprägung der Staaten des arabischen Frühlings breite Nutzung erfuhren, scheint wenig überraschend zu sein. In diesen sind TeilnehmerInnen an Protestaktionen mit weitaus höheren individuellen Kosten konfrontiert. Dies bedeute, dass - so AutorInnen wie Breuer et al. (2014) - hier im Extremfall die Gefahr des Verlustes der leiblichen Unversehrtheit eingegangen wird. Unter anderem waren sozialen Medien deshalb bereits im Alltag der Menschen präsent und politischer Austausch wurde in der vermeintlich sicheren Sphäre des Internets durchgeführt. Zur zentralen Eintrittshürde und somit die Möglichkeit zur Teilnahme an den Debatten und Online Protesten blieb die Kenntnis über Kommunikation mit sozialen Medien.

Howard (2011) verortet Menschen, welche über solche verfügen, eher in den großen Städten und halten sie für jene, die in der Regel eher gebildet und wohlhabend sind (vgl. Howard, 2011:7ff). Diesen Trend bestätigt auch das PEW Research Center nicht nur für Ägypten, sondern auch in einer globalen Dimension (vgl. PEW, 2016). Andere AutorInnen gehen dennoch davon aus, dass soziale Medien hinsichtlich der Inklusion Hürden senken konnten (vgl. Breuer et al., 2014:5; Garrett, 2006:6). Andererseits bot sich auch für das Regime die Möglichkeit der Überwachung (vgl. Rucht, 2014:120). Schlussendlich konnten die Internetsperren seitens des Regimes wenig an den Protesten ändern und wurden von den Protestierenden umgangen (vgl. Howard, 2011:3).

Zentrales Interesse dieser Arbeit war es des Weiteren, zu untersuchen, wie die Proteste organisiert wurden und die Kommunikation der TeilnehmerInnen untereinander funktionierte. Der Organisation der Proteste über soziale Medien wird in der Literatur eine große Bedeutung beigemessen. Diese zeigt sich vor allem in der Mobilisierung für die Protestevents selbst. So wurde von unterschiedlichen Seiten auf die bedeutende Rolle früherer oppositioneller Bewegungen und deren Nutzung des Internets sowie sozialer Medien verwiesen (Breuer et al., 2014; Howard, 2011; Lim 2012; Tufekci/Wilson, 2012). Tufekci und Wilson (2012) argumentieren, dass die Verbreitung von Facebook und Twitter die Infrastruktur sozialer Verbindungen veränderte.

Auch die niedrigen Preise für Mobiltelefone führten zu einer „Explosion“ der Kommunikation über soziale Medien (vgl. Tufekci/Wilson, 2012:365). Festzuhalten ist, dass sozialen Medien aufgrund der Organisationsstruktur der Protestbewegungen ein essentieller Charakter hinsichtlich des Austausches zukam (vgl. Howard, 2011; Lim, 2012).

Da von keiner zentralen Organisation mit einem klaren „Führungsteam“ gesprochen werden kann, kommt der individuellen Partizipation und Interaktion eine große Bedeutung zu. Durch das Fehlen einer zentralen Organisationsstruktur kommt informellen Kanälen eine weitaus höhere Bedeutung zu. Fuchs spricht hier konventionellen Kommunikationswegen weitaus mehr Einfluss zu als dem Internet (vgl. Fuchs, 2012:790). Das Internet und soziale Medien wurden in Ägypten, wie bereits erwähnt wurde, schon längere Zeit für den politischen Austausch verwendet. Das hängt damit zusammen, dass (obwohl immer wieder kritische Blogger verhaftet wurden) das Internet an sich keiner Zensur unterlegen ist (vgl. Tufekci/Wilson,

2012:364). Dadurch überrascht die beschriebene Verwendung sozialer Medien zur Organisation der Proteste wenig, weil zumindest der Kern der jungen, urbanen und gebildeten Mittelschicht diese Technologien bereits adaptiert hatte.

Dieser Umstand sorgt jedoch auch für Kritik. So beschreibt Dieter Rucht, dass in den meisten Erhebungen vornehmlich westlich orientierte, gut gebildete junge Menschen zu Worte kamen (Rucht, 2014:118). Diese Einschätzung wird auch von Stepanova (2011) geteilt, ebenso verortet Howard einen Überhang an jungen NutzerInnen (vgl. Howard, 2011:6). Rucht kritisiert in diesem Zusammenhang den Fokus auf jugendliche AktivistInnen. Ebenfalls wurde der Umstand kritisiert, dass kein Vergleich zwischen der Online- und Offline-Mobilisierung durchgeführt wurde, was zu einer Verzerrung der Wahrnehmung über die Bedeutung sozialer Medien für die Proteste der Arabellion führte (vgl. Rucht, 2013:118f).

Tufekci und Wilson führten hierfür eine Studie mit einer Stichprobe von 1050 ProtestteilnehmerInnen durch, welche im Großen und Ganzen die Einschätzungen der anderen AutorInnen hinsichtlich der sozioökonomischen Faktoren bestätigt. Die Studie kommt hier auf ein Durchschnittsalter von 28,5 Jahren, 24,6 % dieser Gruppe waren weiblich und 80% verfügten über einen Universitätsabschluss (vgl. Tufekci/Wilson, 2012:369).

Tabelle 2 - Demographische Daten der Protestierenden gegen Mubarak nach Tufekci/Wilson, 2012

	Männlich (n=792)	Weiblich (n=258)	Total (n=1050)
Durchschnittsalter	29,1	26,6	28,5
Bildung*	5,1	5,6	5,3
Internetanschluss (zu Hause)	77%	90%	80%
Internetanschluss (am Telefon)	50	57	52
Am ersten Protesttag anwesend	38%	33%	36%
Zuvor an Protesten teilgenommen	34%	33%	34%

*Bildung wurde mit 1 (keine Ausbildung) bis 7 (Postgraduate) quantifiziert

Dieser Umstand passt durchaus zu den Einschätzungen anderer AutorInnen. So verorten Breuer et al. eine „digitale Elite“, welche in der Lage ist, das Internet und soziale Medien für die Organisation und Mobilisierung zu nutzen (vgl. Breuer et al.,

2014:5ff). Daraus kann allerdings noch keine Einordnung der Bewegung hinsichtlich ihrer Organisationsstruktur getroffen werden.

Eine Kategorisierung als „Top-down“ erscheint in Ermangelung eines zentralen Führungsorgans nicht korrekt. Die von Breuer et al. (2014) angesprochene digitale Elite erscheint so eine Partizipation „bottom-up“ zu verunmöglichen. Ihre Rolle scheint daher zu einem gewissen Grad ambivalent zu sein. Einerseits schaffen sie einen von staatlicher Kontrolle befreiten Raum, andererseits verleiht ihnen diese Möglichkeit wiederum eine privilegierte Position innerhalb der Protestbewegung. Breuer et al. (2014) sehen im Einsatz sozialer Medien dennoch die Möglichkeit der erleichterten Zusammenarbeit innerhalb der Gruppe der Protestierenden. Dieser Umstand mündete in einem „large cycle of protest“ (Breuer et al. 2014:3). Soziale Medien fungieren in diesem Zusammenhang also als Katalysator der Proteste und befeuern sie zunehmend. Des Weiteren führen die AutorInnen den Umstand an, dass potenzielle TeilnehmerInnen durch soziale Medien in die Lage versetzt werden, ihre „persönliche Risikogrenze“ besser kalkulieren zu können (Breuer et al., 2014:5). Dies sei, so Breuer et al., auf zwei Wegen möglich: Erstens können „Online-Inhalte die vergangenen Protestevents dokumentieren, Informationsfluten auslösen, die zu Massenaufständen führen“ (ebd.). Zweitens würde „die Eventmanagementfunktion in sozialen Medien TeilnehmerInnen über die voraussichtliche Partizipation an einem Protestevent informieren“ (ebd.). Diese Aspekte sind insofern von Bedeutung, als sie sich auf die Wirkweise sozialer Medien in autoritären Regimen wie Ägypten fokussieren.

Breuer et al. vertiefen diese Einschätzung um Aspekte der Resource Mobilization Theory. So scheint „das Auftreten von Protest in den geschlossenen autoritären Gesellschaften eher den grundlegenden Schlüssen des RMT entgegen zu laufen“, allerdings verorten die AutorInnen „die Existenz von Netzwerken, Protoorganisationen und gewissen Führungspersonen“ (Breuer et al., 2014:6). Am konkreten Beispiel lässt sich so eine gewisse Umgehung der Repressalien durch das Regime mit der Verwendung sozialer Medien ausmachen.

Da außerdem bereits eine gewisse Tradition in ihrer Verwendung vorhanden war, erscheint eine Organisation von Protesten über soziale Medien wie Facebook naheliegend. Stepanova beschreibt deren Rolle für das Beispiel Ägypten allerdings in anderer Weise: Es sei klar gewesen, dass „der Region früher oder später ein großer Aufstand bevorstehe“ (Stepanova, 2011:1).

Die schnelle Ausbreitung der Proteste - ausgehend von Tunesien - sei eine Folge „des mobilisierenden Effektes der Informationstechnologie und sozialen Medien“ (ebd.). Hier wird ebenso eine gewichtige Rolle sozialer Medien in der Organisation und dadurch in weiterer Folge für die Mobilisierung der Proteste verortet, allerdings treten diese eher als Multiplikator bzw. Katalysator in Erscheinung. Dies spricht dafür, dass sich - wie von Breuer et al. beschrieben - eine „digitale Elite“ herausbilden konnte, welche abseits der staatlich kontrollierten Strukturen Informationen verbreitete.

Allerdings warnen Autoren wie Morozov davor, das rasche Übergreifen der Proteste von Tunesien aus alleine der Rolle sozialer Medien zuzuschreiben. Vielmehr gab es auch Austausch zwischen der „digitalen Elite“ der beiden Länder in der „Offline-Sphäre“, was sich nicht zuletzt in gemeinsamen Workshops in Kairo vor der Revolution manifestierte (Morozov, 2011). Während der Einsatz sozialer Medien im Zuge der Proteste gegen Mubarak für die Organisation evident ist, bleibt deren konkrete Rolle vage definiert.

Vielfach wird das Potenzial sozialer Medien erwähnt, konkrete empirische Erhebungen dazu sind allerdings selten. Die Möglichkeiten sozialer Medien für die Organisation der Proteste scheinen der Literatur zufolge eher von jungen, gebildeten Menschen genutzt worden zu sein, welche als nicht repräsentativ für die gesamte Gruppe der Protestierenden gesehen werden können.

4.3 Kommunikation

Hinsichtlich der Verbreitung von Informationen existierte das Problem, dass die verfügbaren Medien in der Hand des Staates waren. Daher erschien eine „objektive“ Information über die Geschehnisse als unwahrscheinlich. Die von Breuer et al. im Beispiel Tunesiens erwähnten „digitalen Eliten“ konnten anstelle der öffentlichen Medien die Bevölkerung mit Informationen versorgen (Breuer et al., 2014:3). Dies war auch in Ägypten der Fall. Hier wurden ebenso alle zentralen Medien von staatlicher Seite kontrolliert, während Dissidenten von dessen Seite verfolgt wurden (vgl. Stepanova, 2011:1f).

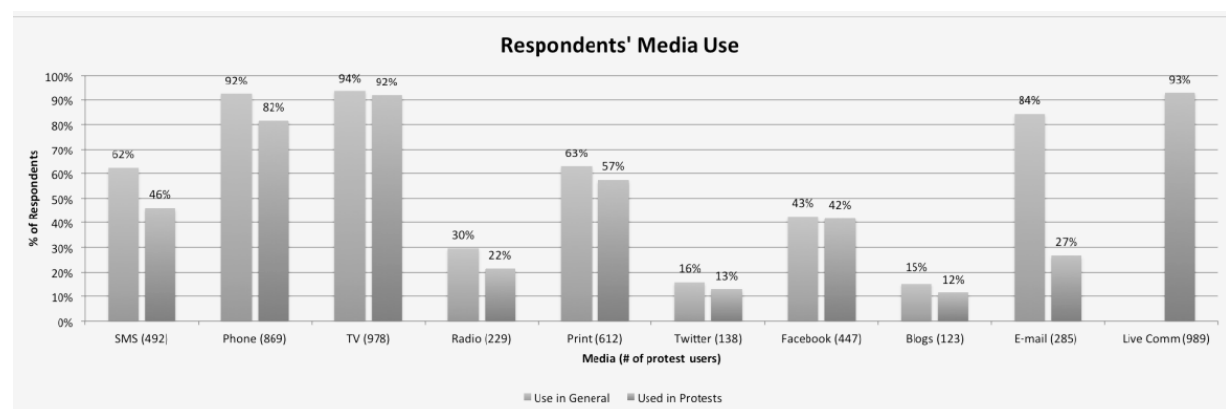
Durch diese staatliche Kontrolle der Medien entstand ein großer Bedarf an alternativen Medien. Howard schreibt sowohl im Fall Tunesiens als auch Ägyptens Bloggern eine große Bedeutung zu.

Diese „veröffentlichen ihre Artikel ohne Angabe der Namen, um dadurch staatlicher Verfolgung zu entgehen und veröffentlichen so Informationen, welche kritisch gegenüber der Regierung sind“ (vgl. Howard, 2011:7). Während sich die staatlichen Medien Ägyptens bemühten, die Berichte über den Rücktritt Ben Alis so gering wie möglich zu halten, verbreitete sich die Meldung über soziale Medien und via Mobiltelefon wie ein Laubfeuer. Wie bereits vorhin skizziert wurde, liegt der Verwendung des Internets bzw. sozialer Medien eine Vorgeschichte zugrunde. Hinzu kommt der Umstand, dass etwa in Ägypten die Zahl der Internetzugänge von 400.000 im Jahr 2000 auf 17 Millionen im Jahr 2010 gestiegen war. Die Zahl der Blogger war mit 160,000 (wovon sich 30% auf Politik fokussierten) eine relativ hohe (vgl. Stepanova, 2011:2f).

So existierte bereits vor Ausbrechen der Proteste eine Grundlage hinsichtlich der Verwendung des Internets, auf die in weiterer Folge zurückgegriffen werden konnte. Howard verortet in der Online-Kommunikation einen essentiellen Part für die Ablösung der Regime in Tunesien und Ägypten. Unterhaltungen in sozialen Medien über „Freiheit, Demokratie und Revolution mündeten oftmals umgehend in großen Protesten“ (vgl. Howard, 2011:3).

Christian Fuchs hingegen schätzt die Bedeutung sozialer Medien für die ägyptischen Proteste weitaus zurückhaltender ein. Zwar stellten diese ein zweifelsohne wichtiges Instrument dar, allerdings wird deren konkrete Bedeutung überschätzt, so Fuchs (vgl. Fuchs, 2012:790). Er spricht davon, dass „die empirischen Untersuchungen den Mythos des Arabischen Frühlings als eine Revolution der sozialen Medien dekonstruieren (ebd.).

Abbildung 3 - Mediennutzung im Zuge der Proteste gegen Mubarak nach Fuchs (2012)



Fuchs zeigt anhand dieser Grafik, dass konventionelle Medien wie TV, das Telefon oder Printmedien einen weitaus höheren Anteil als Facebook, Twitter und Blogs hinsichtlich der Mediennutzung der TeilnehmerInnen an den Protesten in Ägypten verfügen. Einen ähnlichen Analyse-Zugang wie Fuchs wählten auch Tufekci und Wilson (2012), kamen jedoch zu gänzlich anderen Schlussfolgerungen.

Tabelle 3 - Mediennutzung bei Protesten gegen Mubarak nach Tufekci/Wilson (2012)

	Use In General			For Communicating About Protests		
	Male (n = 792)	Female (n = 258)	Total (N = 1,050)	Male (n = 792)	Female (n = 258)	Total (N = 1,050)
Blog	14	18	15	10	16	12
E-mail	83	85	83	25	33	27
Facebook	49	60	52	48	60	51
Phone	92	93	92	80	87	82
Print	64	59	63	59	52	58
Satellite TV	93	94	94	92	93	92
Text	61	67	62	46	49	46
Twitter	15	20	16	11	19	13

Für die beiden AutorInnen ist die Logik eine andere. So hatten „traditionelle Massenmedien weitaus weniger Bedeutung“ als zwischenmenschliche Arten der Kommunikation wie Face-to-Face, Telefon oder Facebook (Tufekci/Wilson, 2012:370). Des Weiteren sprechen die Gegenmaßnahmen der Regierung für eine immanente Rolle sozialer Medien im Zuge der Proteste. Die zeitweise (versuchte) Stilllegung des Internets verdeutlicht die potenzielle Gefährdung, die das Regime in Ägypten und Tunesien in sozialen Medien sah.

4.4 Bildung der kollektiven Identität und Mobilisierung

Soziale Medien waren, so Breuer et al. (2014), in Tunesien bei der „emotionalen Mobilisierung“ behilflich. Diese erfolgte durch die Offenbarung des Umgangs des Regimes mit den Protesten und führte schlussendlich zur Entstehung einer „nationalen kollektiven Identität“, welche mit den Protesten sympathisierte (vgl. Breuer et al., 2014:3). Diese verstärkte sich durch die Verwendung sozialer Medien. Auch in Ägypten zirkulierten Bilder von der Brutalität des Regimes in sozialen Netzen wie Facebook. Sie wurden häufig geteilt und konnten so weitere Menschen für eine Teilnahme an den Protesten gewinnen (vgl. Breuer et al., 2014:6ff, Howard,

2011:15). Als die Polizei am Tahrir-Platz mit Gewalt gegen die Protestierenden einschritt wurde das über soziale Medien kommuniziert. Die Bilder der Gewalt sorgten für eine Stärkung der kollektiven Identität der Protestierenden. So war es ein Weg, eine kollektive Identität innerhalb einer ansonsten sehr heterogenen Gruppe aus Anhängern der Muslimbruderschaft, perspektivenlosen und gut gebildeten jungen Menschen sowie Liberalen zu generieren. Soziale Medien erleichterten somit den Prozess der Etablierung einer solchen Identität; Lim spricht hier von einer gemeinsamen Identität als „Opfer“ (Lim, 2012:242).

Ebenso bot sich via Facebook im Zuge der Proteste eine Möglichkeit, „all jene einzubinden, die schwächere oder keine Bindung an vorherigen Oppositionsbewegungen hatten“ (ebd.). Als „Trigger“ der Mobilisierung für die Proteste verortet Lim einerseits die fortlaufende Ungerechtigkeit des Regimes, andererseits durch soziale Medien gebotenen Möglichkeiten (vgl. ebd.). Zentrale Merkmale sind in diesem Zusammenhang die Bedeutung sozialer Medien sowohl für Prozesse der Kommunikation als auch der Organisation.

4.5 Mobilisierung

Eltantawy und Wiest (2011) verorten durch den Einsatz sozialer Medien im Zuge der Proteste einen Wandel in der Dynamik sozialer Mobilisierung. Hier werden vor allem die Interaktivität und die Geschwindigkeit, mit der sich Informationen verbreiten lassen, genannt. Diese waren in traditionellen Mobilisierungstechniken nicht vorhanden. Das zeigte sich, so die AutorInnen weiter, auch in dem Umstand, dass nicht nur AktivistInnen vor Ort erreicht werden, sondern auch internationale UnterstützerInnen miteinbezogen werden konnten (vgl. Eltantawy und Wiest, 2011:1213).

Generell war die Mobilisierung von vielerlei unterschiedlichen Prozessen abhängig. So wurde eine gemeinsame kollektive Identität ausgebildet: ein Unterfangen, welches bei der Homogenität der Protestierenden eine große Herausforderung darstellte. Hier dienten soziale Medien als Katalysator; Bildern der Brutalität des Regimes, welche sich rasend auf Facebook und Twitter verbreiteten, führten die Menschen auf die Straßen und ließ sonstige Dissonanzen der Protestierenden verstärkt in den Hintergrund rücken.

Die Erhebung Tufekcis und Wilsons (2012) zeigt, dass die Nutzung sozialer Medien unter den ProtestteilnehmerInnen am ersten Tag stark ausgeprägt war. So waren auch diejenigen, die sich über soziale Medien informierten, in weiterer Folge eher bei weiteren Protestaktionen involviert (vgl. Tufekci/Wilson 2012:370f). Die Mobilisierung über soziale Medien bzw. das Internet wurde bereits für andere Proteste genutzt.

Die Kefaya-Bewegung verblieb zwar ein reines Online-Phänomen, die Bewegung des 6. Aprils hingegen versuchte, nach Protesten auf der Straße über soziale Medien zusätzliche Aufmerksamkeit über soziale Medien auf sich zu ziehen (vgl. Lim, 2012:240). Die Rolle des Protestkatalysators scheint sozialen Medien auch in den Protesten zum arabischen Frühling zuzukommen. Erstaunlicherweise zeigt sich das vor allem dadurch, dass - wie bei Eltantawy und Wiest (2011) beschrieben - die Rolle sozialer Medien im Verlauf der Proteste abnahm (vgl. Eltantawy/Wiest, 2011:1217). Sie gehen davon aus, dass die Kommunikation und Organisation über das Internet ab einem gewissen Zeitpunkt ausschließlich bzw. weitgehend vor Ort passierte. Dadurch wird sozialen Medien eine immanente Rolle bei der Mobilisierung in der Planungs- und Organisationsphase der Proteste bescheinigt. Sobald sich die Strukturen der Bewegung verfestigten, nahm - so die beiden AutorInnen - auch deren Bedeutung ab (vgl. Eltantawy/Wiest, 2011:1217).

4.6 Bewertung

Die Bewertung der Rolle sozialer Medien im Zuge der ägyptischen Proteste von 2011 fällt in Summe ambivalent aus. Während Autoren wie Fuchs (2012) deren Bewertung als zu positiv betrachten und traditionelle Tools als weitaus gewichtiger ansehen, beschreiben viele andere AutorInnen soziale Medien als wichtigen Baustein der Revolution (vgl. Tufekci/Wilson 2012; Eltantawy/Wiest 2011; Lim, 2012).

Vor allem die Geschwindigkeit, mit der Nachrichten verbreitet werden konnten, die Intensität der Interaktionen und die (weitgehende) Unabhängigkeit vom Einfluss der Regierung Mubaraks erwiesen sich als wichtige Faktoren für die Nutzung sozialer Medien. Vor allem der letzte Punkt ist dafür verantwortlich, dass (zumindest Teile) der Bevölkerung den taktischen Umgang mit sozialen Medien beherrschten und sich so in die Proteste einbringen konnten.

5. Occupy

Chronologisch folgte auf den arabischen Frühling die Occupy-Bewegung. Diese wandelte sich schnell von einem lokalen zu einem internationalen Phänomen. Diese Entwicklung wird unter anderem als eine Folge des Einflusses sozialer Medien beschrieben. Was am 17. September 2011 in New York begann, erreichte schnell viele andere Städte dieser Welt. 324 verschiedene Occupy-Facebook-Seiten, in ebenso vielen Städten waren die Folge (vgl. Caren/Gaby, 2011:1). Die AutorInnen betonen des Weiteren, dass die Mehrzahl dieser Seiten zwischen dem 23. September und dem 5. Oktober 2011 entstand (vgl. ebd.). Dieser Umstand spricht für eine rasche globale Reichweite der Occupy-Proteste.

Der 17. September nimmt eine zentrale Rolle in der Geschichte der Occupy-Bewegung ein. An diesem Tag kamen „ungefähr tausend Protestierende in den New Yorker Zuccotti Park in einer geplanten Aktion gegen die Macht von Konzernen, Korruption und ökonomischer Ungleichheit“ zusammen (vgl. Lubin, 2012:184). Über die konkrete Entstehung der Bewegung existieren jedoch unterschiedliche Sichtweisen, welche in weiterer Folge dargestellt werden.

5.1 Entstehung und Formierung

Ähnlich wie bei den Protesten des arabischen Frühlings wurde die Occupy-Wallstreet-Bewegung nicht zufällig erfunden, sondern ist als ein Resultat verschiedener Begebenheiten zu verstehen. Vasi und Suh nennen hier eine Reihe von Ereignissen, wie jene Proteste gegen die Wallstreet zu Beginn des 20. Jahrhunderts, während der großen Depression und im Zuge der globalen Gerechtigkeitsbewegung in den 1990er und 2000er-Jahren (vgl. Vasi/Suh, 2013:8). Die beiden AutorInnen sehen die Ursprünge der Occupy-Wallstreet-Proteste im Bereich der Verteilungsgerechtigkeit, denn „die Ungleichheit hat seit den 1970er Jahren stetig zugenommen“ (Vasi/Suh, 2013:9).

Am 13. Juli 2011 wurde in einem Blog-Eintrag der kanadischen Anti-Konsum-Organisation Adbusters vorgeschlagen, das „finanzielle Zentrum Amerikas zu besetzen“ (Vasi/Suh, 2013:10). Hier entstand das Hashtag #occupywallstreet. das passierte noch bevor am 17. September 2011 erstmals der Aufruf erging, den New Yorker Zuccotti-Park zu besetzen (vgl. Tremayne, 2014:110). Tremayne beschreibt die Wirkung des Hashtags als „für einige Tage auf niedrigem Level verharrend, um

dann Zugkraft zu erhalten und schlussendlich mit tausenden Nachrichten förmlich zu explodieren“ (Tremayne, 2014:111).

Lubin beschreibt die Voraussetzungen für die Entstehung dieser Bewegung - ähnlich wie Vasi und Suh - als optimal, denn das Jahr 2011 „bot verminderte Aussichten auf wirtschaftliche Teilhabe und soziale Mobilität“ (Lubin, 2012:185). Mitten in der ökonomischen Krise waren „[...] die Hoffnungen für eine verwundbare Mittelklasse gering, während Konzerne Rekordgewinne vermeldeten“ (ebd.) So wurden zwar „Banken und Unternehmen vom Staaten gerettet, Millionen von Amerikanern hingegen verloren ihre Jobs und Häuser“ (ebd.).

Lubin erwähnt des Weiteren die Proteste gegen die Abschaffung der Tarifverhandlungen für öffentliche Bedienstete in Wisconsin im Februar und März 2011 als Inspiration für die Occupy-Proteste. Calhoun sieht die Occupy-Proteste in einer globalen Welle der Mobilisierung einbettet und nennt hier die Referenzen zu Griechenland und dem Nahen Osten (vgl. Calhoun, 2013:30). Während Autoren wie Tremayne den Ausgang der Bewegung in der digitalen Sphäre verorten, beschreiben andere diese als Offline-Protest (vgl. Caren/Gaby, 2011).

5.2 Organisation

Die Occupy-Bewegung konnte vor allem jene Menschen, die in sozialen Netzwerken aktiv waren und über ein Interesse für „Innenpolitik und soziale Bewegungen“ verfügen (vgl. Conover et al., 2013:1), agitieren. Tremayne spricht von einer „Kreation des Occupy-Konzepts“ durch die Adbusters-Organisation (Tremayne, 2014:124). Ebenso spricht er dieser eine zentrale Rolle in der Organisation der ersten Protestaktion am 17. September 2011 zu (vgl. Tremayne, 2014:122). Diese Einschätzung basiert auf der Analyse von Tweets, in denen die Häufigkeit der Interaktionen festgehalten wurde. Da das Hashtag #Occupywallstreet von dieser Seite erfunden wurde, sieht Tremayne hier den Ausgangspunkt der Bewegung. Eine andere Einschätzung über die Rolle sozialer Medien bieten Caren und Gaby. Sie beschreiben Occupy-Wallstreet als eine weitgehende Offline-Aktivität (vgl. Caren/Gaby, 2011).

Zentraler Punkt der Organisation sind für sie die regelmäßig stattfindenden Versammlungen vor Ort. Hier kommen die AktivistInnen zusammen und beraten weitere Schritte (vgl. ebd.). Eine zentrale Organisationsinstanz fehlt.

Das Novum in der Struktur des Occupy-Protests selbst, ist laut Vasi und Suh, dass die Bewegung selbst über keine formellen Organisationsstrukturen verfügte. Dies wurde auch von den anderen Ablegern, die sich mit der Zeit formierten, übernommen (vgl. Vasi/Suh, 2013:10f).

Die TeilnehmerInnen an den Protesten der Occupy-Bewegung sind nach der Einschätzung verschiedener AutorInnen hinsichtlich ihres sozioökonomischen Status divers ausgeprägt. Dies mag mit dem Umstand zusammenhängen, dass eines der zentralen Bilder die Selbstbeschreibung als „we are the 99%“ ist. Tarrow (2011) stellt in Abgrenzung zur Tea Party-Bewegung fest, dass es sich bei Occupy nicht um ein politisch linkes Gegenstück zu dieser handelt.

Hinsichtlich der Organisationsstruktur notieren Penney und Dadas, dass diese im Fall von Occupy horizontal funktionierte (vgl. Penney/Dadas, 2013:3). Diese Einschätzung basiert auf der Überlegung Hardts und Negris, die in sozialen Medien am Beispiel der Occupy-Bewegung einen Ort der „echten Demokratie“ sehen (Hardt/Negri, 2011). Ähnlich wie bei PEGIDA entstanden auch bei Occupy lokale Ableger der Bewegung. Diese Taktik und die führungslose Organisation wurden, so Lubin, „als Lehren aus den Protesten in Griechenland, Spanien und Ägypten gezogen“ (Lubin, 2012:187). Ebenso würde eine hierarchische Organisation „den Zielen der Bewegung“ diametral widersprechen (ebd.). Durch das Fehlen einer zentralen Führung entfällt die Option einer „top-down“-Organisation. Ob die Proteste über soziale Medien tatsächlich nach „bottom-up“-Prinzip und dadurch inklusiv gestaltet waren, offenbart der Blick auf den Einsatz von Facebook und anderen Plattformen hinsichtlich der Organisation und Kommunikation.

Als zentralen Punkt der organisatorischen Verwendung von sozialen Medien durch die Occupy-Bewegung nennen Caren und Gaby die Akquirierung neuer UnterstützerInnen und die Mobilisierung für Protestevents. So bezeichnen sie Facebook als ein „recruiting tool“ (Caren/Gaby, 2011). Es wurde des Öfteren dazu aufgerufen, neue Personen mitzubringen und mit Slogans wie „Be There! Occupy Together!“ mobilisiert (ebd.).

Ebenso wurde Facebook zur Akquirierung von Ressourcen genutzt, „da hier eine große Gruppe an Mitgliedern erreicht werden kann“ (ebd.). Im konkreten Fall waren dies vor allem praktische Anfragen wie die Bitte, Insulin für einen Teilnehmer mitzunehmen oder Zelte zur Verfügung zu stellen (vgl. ebd.). Sozialen Medien als Tool zur Mobilisierung und Organisation für und von Protestevents haben seit ihrem Bestehen eine wichtige Rolle inne. So wurde bereits für die erste Besetzung am 27. September 2011 über Twitter und Facebook zur Teilnahme aufgerufen. Im weiteren Verlauf der Proteste wiederholte sich dieses Prinzip in anderen Städten. Neben den bereits erwähnten praktischen Aspekten wurden über diverse Occupy-Profiles Informationen geteilt und Anliegen diskutiert. Aus diesem Grund erschien auch ein Blick auf die Kommunikationsmuster von Occupy Wallstreet spannend.

5.3 Kommunikation

Conover et al. schreiben sozialen Medien, insbesondere Twitter, eine „bemerkenswerte“ Rolle hinsichtlich der Kommunikation unter den ProtestteilnehmerInnen zu (Conover et al., 2013:1). Fuchs (2012) zeigt in seiner Auswertung einer Umfrage (siehe Tabelle 4) die gewichtige Rolle von Facebook, welches von 90% der befragten TeilnehmerInnen im Zuge der Proteste zumindest einmal zur Information verwendet wurde. Caren und Gaby sprechen den Multiplikator-Effekt Facebooks an. So wurden Beiträge der Bewegung geteilt, was wiederum zur Folge hatte, dass die gesamte Freundesliste der Person Beiträge sehen konnte, ohne Teil von Occupy zu sein. Auf diesem Weg konnten neue TeilnehmerInnen akquiriert werden (vgl. Caren/Gaby, 2011).

Soziale Medien nahmen bei der Occupy-Bewegung nicht nur hinsichtlich der Organisation von Protestevents und der Kommunikation innerhalb der Bewegung eine bedeutende Rolle ein, sondern auch hinsichtlich der öffentlichen Sichtbarkeit. DeLuca et al. (2012) beschreiben den Umstand, dass der Bewegung anfangs wenig mediales Interesse entgegengebracht wurde. Eine Studie des PEW Research Centers (2011) ³ verdeutlicht diese Erkenntnis.

³ <http://www.journalism.org/numbers/tale-two-protests/>

Durch den massiven Einsatz sozialer Medien konnte dennoch eine größere Öffentlichkeit erreicht werden (vgl. DeLuca et al. 2012:499f). Das führte in weiterer Folge auch zu einem größeren Interesse der Massenmedien an den Occupy-Protesten (vgl. ebd.). Facebook wurde, so Caren und Gaby, zur Sammlung und zum Teilen relevanter Berichte verwendet (vgl. Caren/Gaby, 2011). Ebenso fanden soziale Medien für organisatorische Belange Anwendung. Die Schaffung einer „Gegenöffentlichkeit“ zeigt ein weiteres Feld des Einsatzes. Die Rolle sozialer Medien im Zuge der Occupy-Proteste ist demnach eine vielfältige.

Wie von Hardt und Negri angesprochen wurde, bietet die horizontale Organisationsstruktur Raum für eine aktive Partizipation seitens der ProtestteilnehmerInnen. Als Beispiel wird Twitter genannt, wo eine „Entscheidungsfindung in Echtzeit möglich war“ (vgl. Hardt/Negri, 2011).

Caren und Gaby betonen eine rege Interaktion auf den Facebook-Seiten der Occupy-Bewegung und ihren lokalen Ablegern (vgl. Caren/Gaby, 2011). Beiträge werden nicht nur mit einem „Gefällt Mir“ markiert und kommentiert, sondern auch auf lokalen Ablegern und in privaten Profilen geteilt (vgl. ebd.). Penney und Dadas befinden die Nutzung des sozialen Netzwerkes Twitter als ideales Werkzeug für die horizontale Struktur der Organisation. Der „partizipativen und verbindenden Struktur der Verbreitung von Nachrichten scheint eine spezielle Bedeutung zuzukommen, da ihre Form mit der breiten organisatorischen Dynamik mithält“ (vgl. Penney/Dadas, 2013:16). Allgemein wird in der Literatur von einer hohen Affinität der Protestierenden für soziale Medien und damit im Umkehrschluss von einer hohen Bedeutung eben dieser gesprochen.

Tabelle 4 - Mediennutzung der Protestierenden bei Occupy Wallstreet (Fuchs, 2012)

Media dimension of the survey question "These are some sources that you might or might not use for news and information about the Occupy movement. Please indicate whether you used these sources for news and information about the Occupy movement"	Share of respondents who used the specific medium at least once or more often in the past week for informing themselves about the Occupy movement	N
Email	79.1%	1132
Occupy websites	83.4%	1127
Facebook	89.7%	1126
Word of mouth	85.2%	1125
Discussions face-to-face or at Occupy camps	51.9%	1117
YouTube	72.2%	1113
Livestreams	61.4%	1109
Local newspapers	52.4%	1099
National or international newspapers	58.5%	1099
Local radio	52.4%	1099
Blogs	62.8%	1090
Twitter	41.9%	1078
Local television	33.1%	1073
National or international television	45.1%	1064
Chat rooms/IRC	21.2%	1057
Tumblr	20.5%	1052

Christian Fuchs (2012) hat hierzu Daten über das Mediennutzungsverhalten eines Teiles der Occupy Protestierenden ausgewertet. In dieser Tabelle wird ersichtlich, dass sich im Mediennutzungsverhalten der ProtestteilnehmerInnen die Schaffung einer Gegenöffentlichkeit manifestiert. So wurden über traditionelle Medien kaum Informationen über die Proteste eingeholt, während soziale Medien wie Facebook, Twitter und YouTube eine sehr breite Nutzung erfuhren.

5.4 Bildung der kollektiven Identität

Die Rolle sozialer Medien bei der Entstehung einer kollektiven Identität wird in der Literatur als gewichtig beschrieben. So sprechen Conover et al. davon, dass Twitter in der Lage war, den bekannten Slogan „We are the 99 percent“ zu verbreiten (vgl. Conover et al., 2013:1). Auch Tremayne verortet eine zentrale Rolle sozialer Medien hinsichtlich der Formierung der kollektiven Identität. Er spricht davon, dass viele Organisationen mit ähnlichen Zielsetzungen im Sommer 2011 entstanden (vgl. Tremayne, 2011:114). Ihr Entstehen erfolgte auf mehreren Ebenen: Ein zentrales Element war die Wahl des Protestmittels, nämlich der Besetzung. Calhoun spricht hier von einer „symbolischen Taktik“ (Calhoun, 2013:29).

Dieses Vorgehen sei „a medium of action, and at the same time a desired state of being. It manifests ‘the people’ or ‘the citizens’ occupying the public sphere. And for ordinary citizens to claim public spaces in protest is among other things to upset the usual symbolic control of those spaces by government and ‘forces of order’“

(Calhoun, 2013:30). Dieser Ansicht stimmen auch Pickerill und Krinsky zu, indem sie dem Wort „Occupy“ eine stärkere Ausdruckskraft als „Camp“ zuschreiben (vgl. Pickerill/Krinsky, 2012:281).

Die Besetzung des öffentlichen Raumes passierte jedoch nicht nur offline. AutorInnen wie DeLuca et al. beschreiben diesbezüglich die Vereinnahmung (oder den Versuch einer solchen) des digitalen Raumes. Sie begründen dies mit dem Umstand, dass „soziale Medien einen neuen Kontext für Aktivismus erschaffen, welcher in der Welt traditioneller Massenmedien nicht existiert“ (vgl. DeLuca et al, 2012:500). Mit sozialen Medien hat sich die Grundlage der Möglichkeiten für Aktivismus vervielfacht und verändert“ (ebd.). Für Caren und Gaby ist Facebook „ein Ort zum Austausch von Erfahrungen innerhalb der Bewegung“ (Caren/Gaby, 2011). Was auf den ersten Blick wie eine Art der Gruppentherapie wirkt, kann in weiterer Folge ebenso ein Gefühl der Zusammengehörigkeit, welches sich positiv auf die Generierung einer kollektiven Identität auswirkt, erzeugen.

Neben den räumlichen Dimensionen spielen auch konventionelle Aspekte von Protestbewegungen (zum Beispiel Slogans) eine Rolle. „We are the 99 Percent“ erhielt mittlerweile Eingang in die Alltagssprache. Pickerill und Krinsky bezeichnen diesen deswegen als „äußerst kraftvoll“. Im Gegensatz zu früheren Slogans wie „Bring back our troops“ oder „This is what democracy looks like“ waren diese in der Lage, sehr schnell ein Gefühl der Inklusion und Mehrheit zu generieren“ (Pickerill/Krinsky, 2012:281). Dieser Slogan erfuhr sowohl online als auch offline große Resonanz.

Abbildung 4 - "We are the 99%" -Protestierende der Occupy-Wallstreet-Bewegung



Neben den genannten Slogans wurde viel mit Bildern und Metaphern gearbeitet. Hier wurde einerseits versucht, die inhaltlichen Schwerpunkte - Verteilungsgerechtigkeit, Ablehnung der kapitalistischen Wirtschaftsordnung, Menschenrechte etc. - in Bildsprache zu übersetzen. Andererseits wurde oftmals mit Bildern von Protesten, insbesondere jenen, in denen viele Menschen abgebildet waren, versucht, zu suggerieren, Teil einer großen Gemeinschaft zu die sich einem Ziel verschrieben hat, zu sein. Das entspricht wiederum dem Slogan der 99%. Schlussendlich zeigt sich daher eine Konsistenz zwischen den Slogans.

5.5 Mobilisierung

Eine der daraus resultierenden Online-Initiativen war die Website <http://wearethe99percent.tumblr.com/>. Hier zeigten sich Menschen, die sich selbst zu den „99 Prozent“ zählen, mit ihren Anliegen und persönlichen Geschichten. Hier zeigt sich, wie am konkreten Beispiel die kollektive Identität der Protestierenden online wie offline abgestimmt war. Dadurch sollte vor allem ein mobilisierender Effekt erzeugt werden, indem das Gefühl, Teil der 99% zu sein (welches bereits zuvor beschworen wurde) verstärkt wurde.

Hinsichtlich der Mobilisierung über soziale Medien zeigte sich ein Wechselspiel mit anderen Kategorien. So wurde bereits mit der Initiierung des Hashtags #occupywallstreet gezielt für die Besetzung des Zuccotti-Parks mobilisiert. Hier findet sich wiederum eine Überschneidung mit der Generierung einer kollektiven Identität. Das bekannte Credo der 99% findet sich sowohl offline als auch online. Ebenso wurden, um diese Inhalte zu transportieren, verschiedene Formen gewählt. So wurden die Slogans der Bewegung nicht nur durch Bilder, sondern auch durch Memes, Cartoons und Metaphern in sozialen Medien transportiert. Festzuhalten bleibt in Bezug auf die Mobilisierung der Occupy-Wallstreet-Bewegung daher, dass diese in allen Phasen präsent war und über vielschichtige Kanäle und vor allem soziale Medien durchgeführt wurde. Dieser Umstand resultierte vor allem daraus, dass Occupy in der Berichterstattung klassischer Medien kaum Berücksichtigung fand und auf diesem Wege versuchte, eine Gegenöffentlichkeit aufzubauen.

5.6 Bewertung

Occupy Wallstreet nutzte soziale Medien auf vielfältige Weise. Zentrales Element waren die Mobilisierungsversuche, welche sich durch alle Bereiche zogen.

Elemente kollektiver Identität fanden sich sowohl offline als auch online in gleichem Ausmaß. Ebenso wurden Ressourcen aller Art für das Protestcamp mobilisiert. Bereits die Entstehung zeigt eine enge Interaktion zwischen Offline- und Online-Aktionen. Der Aufruf, den Zuccotti-Park zu besetzen, wurde schlussendlich in die Tat umgesetzt. In weiterer Folge folgten viele andere Städte dem Vorbild der New Yorker Proteste; ein Umstand, der ohne soziale Medien wohl (in diesem Ausmaß) nicht vorstellbar gewesen wäre. Die bedeutsame Rolle sozialer Medien für die Occupy-Wallstreet-Proteste steht dadurch außer Zweifel, ihre finale Bewertung erfolgt im Anschluss der Analyse der nächsten Bewegung.

6. PEGIDA

Als letztes Beispiel dient das vergleichsweise jüngste: die PEGIDA-Bewegung. Auch wenn die Datenlage eher gering ausfällt, existieren zu PEGIDA bereits zwei Studien. Diese sahen sich jedoch mit den gleichen Problemen konfrontiert. So beschreiben sowohl Rucht (2015) als auch Geiges et. al. (2015) das Phänomen, wonach TeilnehmerInnen an den Spaziergängen wenig auskunftsfreudig waren bzw. die Zusammenarbeit gänzlich verweigerten. Ebenso verhält es sich mit den im Zuge der Demonstrationen verteilten Fragebögen. Die Rückläufe waren stets weitaus geringer als die ausgegebene Anzahl, ebenso kann nicht sichergestellt werden, dass die gemachten Angaben der Realität entsprechen.

Hinsichtlich grundlegender demographischer Aspekte wie Alter, Bildungsgrad und Geschlecht scheint eine gewisse Tendenz ausgemacht werden zu können. Dies wird mit den unterschiedlichen durchgeführten Erhebungen begründet, welche alle zu ähnlichen Ergebnissen kamen (vgl. Geiges et. al, 2015:65). Auch wenn sich daraus keine Repräsentativität ableiten lässt, gelten besagte Studien dennoch als Grundlage für meine eigene Betrachtung mittels teilnehmender Beobachtung des Wiener PEGIDA-Spazierganges am 02.02.2015. Die Wiener PEGIDA-Bewegung wurde bewusst ausgewählt, weil diese am einfachsten zu erreichen war. Zusätzlich zur teilnehmenden Beobachtung wurde eine Analyse der Interaktionen auf der Facebook-Seite der Wiener PEGIDA-Bewegung durchgeführt, was ermöglichte, die Mobilisierungsversuche PEGIDA Wiens für den Protestevent nachzuzeichnen. Hier wurden mittels des Facebook-Add-Ons „netvizz“ die Interaktionen (geteilte Beiträge, Kommentare und „Likes“) der einzelnen Beiträge auf der Facebook-Seite von PEGIDA Wien quantifiziert und mit dem zeitlichen Verlauf (vor, während, nach) des Spaziergangs in Kontext gesetzt. Während die teilnehmende Beobachtung auf den ersten Spaziergang beschränkt war, wurden bei den Mobilisierungsversuchen auch die Versuche, einen zweiten (schlussendlich untersagten) Spaziergang durchzuführen, miteinbezogen, was eine Ausweitung des Untersuchungszeitraumes zur Folge hatte. Dadurch wurde ein Vergleich der beiden Mobilisierungsversuche ermöglicht. Der Zeitraum der Untersuchung beträgt daher ein Jahr, beginnend mit der Erstellung der Facebook-Seite von PEGIDA Wien.

6.1 Entstehung und Formierung

Am 20. Oktober 2014 fand der erste „Spaziergang“ durch Dresden statt und nach und nach bekam die PEGIDA-Bewegung vor allem in Deutschland immer mehr Zulauf. Die Anzahl der TeilnehmerInnen umfasste zu ihrem vorläufigen Höhepunkt an die 25.000 Menschen (vgl. Zeit Online, 2014). Die „Spaziergänge“ wurden auch in anderen Städten abgehalten, so auch in Wien am 2. Februar 2015. Dieses Ereignis diente als Grundlage meiner empirischen Erhebung.

Die eigentliche Gründung der PEGIDA-Bewegung fand am 11. Oktober 2014 statt, als Lutz Bachmann auf der sozialen Plattform Facebook eine nichtöffentliche Gruppe gründete. Als Motiv dafür sollte er später die „Demonstration von PKK-Anhängern in Dresden sowie ethnisch-religiös motivierte Auseinandersetzungen in Celle und Hamburg“ nennen (Vorländer et al., 2015:5).

Bereits neun Tage nach der Gründung konnte der erste „Spaziergang“ abgehalten werden. Kurz nach dem Erlangen größerer Öffentlichkeit durch die deutsche PEGIDA-Bewegung erblickten auch außerhalb Deutschlands die ersten Ableger das Licht der Welt. So gründete sich PEDGIA Wien am 13. Dezember 2015 - ebenso wie das deutsche Vorbild - über eine Facebook-Seite. Bereits nach 24 Stunden konnte der Wiener Ableger die Unterstützung von mehr als 1000 Menschen erlangen, kurz vor dem ersten Spaziergang am 2. Februar stieg diese Zahl auf über 8000 an.

PEGIDA ist allerdings nicht primär als eine Protestbewegung, die plötzlich auf der Bildfläche erschien, zu verstehen. Die islamfeindliche Haltung dieser Bewegung fand bereits zuvor in Teilen der deutschen Bevölkerung Zuspruch. So gab es bereits im Sommer 2014 im Zuge einer Kundgebung gegen „die Islamisierung“ in Köln gewaltsame Zusammenstöße. Ebenso kam es in Hamburg zu vermehrten Zusammenstößen zwischen Salafisten und rechten Gruppierungen. Diese setzten sich aus Hooligans verschiedener Fußballvereine zusammen und nannten sich in weiterer Folge HoGeSa (Hooligans gegen Salafisten). Bereits im Jänner 2014 gab es sogenannte „Mahnwachen für den Frieden“, die ebenso für sich beanspruchten, „islamkritisch“ zu sein. PEGIDA kann als Resultat dieser Entwicklung angesehen.

6.2 Organisation

Die Organisationsstruktur der PEGIDA-Bewegung blieb seit ihrer Gründung durch besagte Gruppe im Untersuchungszeitraum bis zum Februar 2015 intakt.

Ausgangspunkt für PEGIDA selbst waren die ersten „Spaziergänge“ in Dresden. Nach und nach fanden sie in weiterer Folge rasche Verbreitung in anderen Städten des deutschsprachigen Raums und auch darüber hinaus fanden Protestereignisse statt, was Dimensionen einer Bewegung annahm. Allerdings waren diese regionalen Ableger in der Regel autonome PEGIDA-Organisationen, welche sich zwar ähnlicher Symbole und Inhalte bedienten, sich aber hinsichtlich der Strukturen unterschieden (vgl. Gleiches et al., 2015:62f; Vorländer et al., 2015:6ff).

Insofern gleicht die PEGIDA-Bewegung in gewisser Weise einem „Franchise System“, wie es aus der Wirtschaft bekannt ist. Mit der Gründung eines Vereines am 19.12.2014 verfügte PEGIDA e.V. nun über einen eigenen Rechtsstatus, der auch namensrechtliche Vorteile brachte (vgl. Gleiches et al., 2015:20; Rucht, 2015b:2). Dadurch war PEGIDA in der Lage, ihr genehme Ableger zu „lizenzieren“ oder sich im Bedarfsfall wie beispielsweise bei HAGIDA (Gleiches et al., 2015:21) zu distanzieren. Die Ableger erfahren in der Regel keine materielle Unterstützung durch PEGIDA, verwenden aber eine ähnliche Symbolik bzw. verschreiben sich den gleichen Zielen. Selbiges trifft auch auf den Wiener PEGIDA-Ableger zu.

Die Dresdner PEGIDA Bewegung wurde im Oktober 2014 von zwölf Personen gegründet. Diese bildeten auch das „Organisationsteam“. Vorländer et al. (2015) beschreiben die Entscheidungsfindung innerhalb des Gremiums als dem Mehrheitsprinzip folgend (vgl. Vorländer et al., 2015:10). Das Spektrum der hier zu treffenden Entscheidungen richtet sich von „der inhaltlichen Ausrichtung über den Ablauf der montäglichen Demonstrationen bis hin zum Umgang mit der Öffentlichkeit und der Politik“, so die AutorInnen weiter (ebd.).

Für den Wiener PEGIDA Ableger konnte eine solche organisatorische Struktur nicht festgestellt werden. Im Unterschied zu Deutschland findet sich bei PEGIDA Wien eine eher dezentrale Struktur. Während sich in Deutschland eine klare Führungsriege rund um Lutz Bachmann und Kathrin Örtel aufbaute, dauerte es im Fall von PEGIDA Wien einige Zeit bis mit Georg Immanuel Nagel ein „Kopf“ für die Bewegung gefunden werden konnte.

Dieser Prozess lief jedoch im Geheimen ab, weshalb hier der Zugang zum Feld fehlt. Im Gegensatz zu PEGIDA bleibt bei PEGIDA Wien nicht nur der Gründungsprozess im Dunkeln, sondern auch die konkrete Ausgestaltung der organisatorischen Strukturen. Es zeigt sich allerdings, dass die PEGDIA-Bewegung „top-down“ geführt ist, was sich durch die Partizipation einiger weniger Personen an der Entscheidungsfindung und Kommunikation verdeutlicht.

Soziale Medien nahmen bei PEGIDA hinsichtlich der Organisation eine gewichtige Rolle ein. Geiges et al. (2015) beschreiben den Umstand, dass die Facebook-Seite in Summe über doppelt so viele „Gefällt Mir“-Angaben verfügt wie alle im Bundestag vertretenen Parteien zusammen. Das verdeutlicht vor allem das Potenzial bzw. die große Anzahl an Menschen, die PEGIDA über diese Kanäle erreichen kann. Dennoch ist PEGIDA aufgrund der Tatsache, dass der Bewegung ein zwölfköpfiges Führungsteam vorsteht, eine eher exklusive Bewegung. Dieser Umstand schränkt die Möglichkeiten der aktiven Mitarbeit in der Organisation der Proteste ein. Dieter Rucht (2015) beschreibt die Organisation der PEGIDA-Bewegung als intransparent. „Über das Innenleben [...] ist wenig bekannt“ (Rucht, 2015:2). Das 12-köpfige „Orga-Team“ setzte sich nur aus Gründungsmitgliedern zusammen (vgl. ebd.) All diese Aspekte verdeutlichen das Bild einer „top-down“-geführten Organisationsstruktur, welche ProtestteilnehmerInnen wenig Spielraum für individuelle Mitwirkung und Konzeptualisierung bietet. Für die konkretere Erforschung des „Orga-Teams“ fehlt aufgrund des nicht vorhandenen Zuganges zur geheimen Facebook-Gruppe die Grundlage.

Ähnlich verhielt es sich mit PEGIDA Wien. Hier war es nicht, möglich eine konkrete Struktur in der Organisation zu erkennen. Allerdings zeigte die Analyse der Facebook-Seite von PEGIDA Wien ein ähnliches Phänomen wie es Rucht und andere für die deutsche PEGDIA-Bewegung beschreiben. Im Gegensatz zur deutschen PEGDIA-Bewegung ist hier allerdings keine klare Führungsgruppe erkennbar. Im Zuge der Vorbereitungen für den PEGIDA-Spaziergang in Wien wurde mit Georg Immanuel Nagl zwar ein Kopf für die Bewegung auserkoren, konkrete Details zur sonstigen Organisationsstruktur und zur Entscheidungsfindung bzw. der Rolle sozialer Medien in diesem Prozess bleiben allerdings reine Spekulation. Sowohl am Beispiel PEGIDA als auch PEGIDA Wien wurden einige Ähnlichkeiten hinsichtlich der Organisation erkannt.

In beiden Fällen funktionierte diese nach dem „top-down“-Prinzip, daher wird wenig Raum für Partizipation abseits der „Eliten“ in Form des Organisationsteams geboten. Ebenso sind die Strukturen intransparent. Durch diese Umstände entfiel hier zu großen Teilen der potenzielle Nutzen durch den Einsatz sozialer Medien. Es bot sich also in Summe ein ambivalentes Bild, weswegen sich der Fokus über die Rolle sozialer Medien für die PEGIDA-Proteste auf andere Ebenen verschoben.

6.3 Kommunikation

Soziale Medien wurden bei PEGIDA, wie bereits erwähnt wurde, zu unterschiedlichen Zwecken eingesetzt. Laut Geiges et al. (2015) bot der Einsatz sozialer Medien für die PEGIDA-Bewegung vor allem strategischen Nutzen. Da von Gegnern oftmals Gerüchte über mögliche Absagen von Demonstrationen gestreut wurden, konnten diese von offizieller Seite quasi „in Echtzeit“ dementiert werden (vgl. Geiges et al., 2015:16). Vielfach dienten soziale Medien auch zur Verbreitung von Informationen oder zur Verlinkung von die Forderungen und Ziele der Bewegung untermauernden Berichten. Diese führten oft - aufgrund der ablehnenden Haltung gegenüber traditioneller Medien (vgl. Rucht, 2015:1) zu alternativen Medien.

Ebenso konnte bei der Untersuchung des Facebook Auftritts von PEGIDA Wien eine hohe Intensität an geteilten Artikeln, welche sich in irgendeiner Form mit den Themen „Islam“ oder „Flüchtlingen“ beschäftigten, festgestellt werden. In weiterer Folge wurde ebenso beobachtet, dass auf diesen Weg versucht wurde, eine Art geschlossenes Netzwerk aus Informationen aufzubauen. Viele dieser Artikel fanden regen Anklang und wurden von UnterstützerInnen diskutiert. Ein zentrales Merkmal der PEGIDA-Bewegung ist die Ablehnung der Massenmedien, welche als „Lügenpresse“ bezeichnet werden. Diese würden laut Aussagen von UnterstützerInnen von politisch links eingestellten Menschen kontrolliert, wodurch der Bevölkerung in großen Teilen die „Wahrheit“ vorenthalten würde. Unter diesem Gesichtspunkt ist es logisch, dass PEGIDA Wien sowie einzelne UnterstützerInnen auf ihren Facebook-Auftritten überproportional häufig auf „alternative“ Medienportale verwiesen.

Abbildung 5 - PEGIDA Wien - "Alternative Medien"



Wurde jedoch „positiv“ oder in einer Art und Weise gewinnbringend für bzw. über die Bewegung berichtet, so fanden auch etablierte Medien Berücksichtigung.

Abbildung 6 - PEGIDA Wien- Umgang mit etablierten Medien

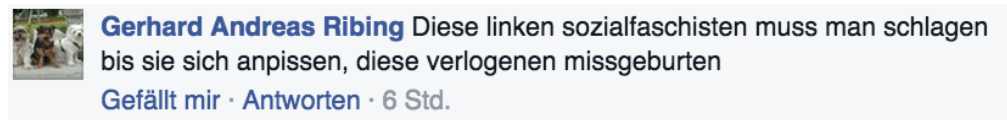


Zentrales Merkmal der Verwendung sozialer Medien zu Zwecken der Kommunikation scheint deren Ambivalenz zu sein. So wird einerseits die konventionelle Presse abgelehnt, allerdings bei für die Bewegung nützlicher Berichterstattung durchaus zitiert. Die Referenz auf alternative Medien soll dazu dienen, die eigenen Positionen zu bestätigen, und etablierte Medien unter dem Label „Lügenpresse“ zusammen zu fassen. Hier entsteht ein quasi geschlossener Informationskreis, welcher eine perspektivische Hegemonie herstellt.

Eine fortlaufende Kommunikation einzelner TeilnehmerInnen konnte im Zuge der Untersuchung der Diskussionen auf der Facebook-Seite von PEGIDA Wien nicht ausgemacht werden. Vielmehr wurden immer wieder einzelne Statements abgesetzt, welchen von anderen TeilnehmerInnen mittels der „Like“-Funktion Zustimmung verliehen wurde. Auf die Beiträge anderer TeilnehmerInnen wurde selten näher eingegangen.

Thematisch knüpfen die Kommentare an die Forderungen der überregionalen Bewegung an, allerdings sind sowohl Formulierung als auch der Tonfall weitaus radikaler als jene der „offiziellen“ Bewegung.

Abbildung 7 - PEGIDA Wien - Hassposting



Ebenso werden Beiträge der PEGIDA Wien-Seite häufig von Individuen auf deren Profilen geteilt. Dies generiert wiederum weitere Öffentlichkeit, deren genauere Untersuchung aufgrund der Privatsphäre-Einstellungen Facebooks nicht möglich war.

Abbildung 8 - PEGIDA Wien - Europa vs. Islam



Hier spiegelt sich in der Kommunikation die Organisationsstruktur der Bewegung wider. Um vertiefend zu erkennen, wie die Mobilisierung über soziale Medien verlief, gilt es, in weiterer Folge zu klären, wie versucht wurde, eine kollektive Identität über die Facebook.-Seite zu bilden und wie diese zur Teilnahme an dem konkreten Protestevent motivieren sollte.

6.4 Bildung der kollektiven Identität

Zur Bildung einer kollektiven Identität können mehrere Faktoren beitragen. Diese manifestieren sich meist in einer gemeinsamen Zielsetzung und führen dazu, dass sich Menschen mit ähnlichen soziodemographischen Hintergründen zusammenschließen (vgl. McCarthy/Zald, 1977:1123f). Besagte persönliche Hintergründe waren Bestandteil der unterschiedlichen Studien zu PEGIDA. Dieter Rucht (2015) analysierte die Bewegung und ihre UnterstützerInnen näher, um zu sehen, wer sich von PEGIDA und ihren Inhalten angesprochen fühlte. Die Mehrheit der AnhängerInnen unterbilden hier eher gebildete ältere Männer. 35% haben einen akademischen Hintergrund und weitere 23% verfügen zumindest über ein Abitur. Auf der politischen Links-Rechts-Skala sehen sich 48,7 % in der Mitte des politischen Spektrums, wohingegen 33,3 % sich selbst am rechten Ende der Skala wiederfinden. Hinsichtlich ihrer letzten Wahlentscheidung gaben 33 % an, die EU-skeptische AFD gewählt zu haben, während 21% für eine der konservativen Unionsparteien CDU/CSU stimmten. Der Anteil für die AFD würde jedoch weitaus höher ausfallen, wenn am nächsten Sonntag Wahlen wären. Hier gaben 89% der befragten Personen an, für die AFD stimmen zu wollen.

Geiges et al. (2015) kommen zu einer ähnlichen Conclusio. So wird der „durchschnittliche PEGIDA-Teilnehmer“ als „44,2 Jahre alt, männlich und ziemlich misanthropisch“ beschrieben (vgl. Geiges et al., 2015:63). Unter den retournierten Fragebögen waren 81,9% der TeilnehmerInnen Männer und 18,1% Frauen, welche zur Hälfte in der Alterskategorien 35-55 zu finden ist (vgl. ebd., 2015:66). Diese Einschätzungen decken sich auch mit meinen Beobachtungen des Wiener PEGIDA „Spaziergangs“. Der deutliche Überhang männlicher Teilnehmer war ebenso evident wie der Umstand, dass mehrheitlich Menschen, die älter als 35 Jahre alt waren, anzutreffen waren.

Andere Faktoren (wie politische Einstellung und Grad der Ausbildung) konnten wie im Fall von Rucht (2015) und Geiges (2015) nicht erhoben werden. Dennoch lässt sich eine gewisse Zielgruppe für die Forderungen der PEGIDA-Bewegung definieren: Männer mittleren Alters. Diese beiden Faktoren sind per definitionem nicht ausreichend für eine Etablierung von kollektiver Identität.

Diese muss daher umgekehrt erklärt werden. Sowohl Rucht (2015) als auch Geiges et al. (2015) sowie Vorländer (2015) betonen die Bedeutung der Verwendung unterschiedlicher Fahnen und Parolen (z.B.: „Wir sind das Volk“). Auch diese Beobachtung konnte von im Zuge des Wiener PEGIDA-Spazierganges gemacht werden. Zur Etablierung einer kollektiven Identität wurde in der Facebook-Veranstaltung des Wiener „Spaziergangs“ darum gebeten, Flaggen unterschiedlicher Nationalstaaten Europas mitzubringen. Grundsätzlich nahmen „patriotische Symbole“ einen großen Stellenwert ein. Gerade im Zuge der Kommunikation auf Facebook wurden immer wieder Flaggen oder Metaphern für „patriotische Aktivitäten“ verwendet. Exemplarisch ist beispielsweise die Verwendung von Bildern des Tiroler „Freiheitskämpfers“ Andreas Hofer als Symbol des Widerstands.

Abbildung 9 - PEGIDA Wien - Mobilisierungsaufwurf



So kommen neben der erwähnten demographischen Gemeinsamkeiten (Alter und Geschlecht) auch die Kategorien Nation und Symbole als verstärkende Elemente hinzu. Dieser Screenshot verdeutlicht dadurch das von Garrett (2006) angesprochene Phänomen, dass kollektive Identitäten mit Symbolen geschaffen und diese mittels sozialer Medien reproduziert werden.

Im konkreten Fall wird sich der Geschichte um Andreas Hofer bedient welcher noch heute in rechten und konservativen Kreisen als Freiheitskämpfer gilt. Der „patriotische Moment“ dieser Erzählung wird auf den Status Quo umgemünzt. Dadurch wird das Bild der PEGIDA Wien Anhänger als „Freiheitskämpfer“ gegen die „Islamisierung“ produziert. In Kombination mit dem in Kapitel 6.3 ausgeführten Informationsverlauf im Rahmen wird dieser Eindruck reproduziert und in weiterer Folge verfestigt.

6.5 Mobilisierung

Bei den Mobilisierungsversuchen durch PEGIDA Wien deckt sich die Verwendung von Symbolen und Parolen sowohl auf Facebook als auch im Rahmen des Spazierganges am 02.02.2015. Dem entgegen steht der Umstand, dass zwar 711 Personen ihre Teilnahme auf Facebook ankündigten, schlussendlich aber lediglich ca. 250 Menschen den Weg auf die Straße fanden. Hier muss hinsichtlich der Wirksamkeit der Mobilisierung gezweifelt werden.

Diese Identität wurde zwar im Verlauf der Mobilisierungsbestrebungen vonseiten der Organisatoren stetig forciert, über das Ausmaß einer erfolgreichen Mobilisierung besteht an dieser Stelle Zweifel. Einerseits entstand eine kollektive Identität über soziale Medien, andererseits trug diese nur mäßig zur Mobilisierung bei. Die erste Annahme wurde durch den Umstand bestätigt, dass gemeinsame Symbole und Parolen aus dem Internet auch im Zuge des Spazierganges genutzt wurden. Die Tatsache, dass von den 711 Menschen, welche auf Facebook eine Teilnahme angekündigt hatten, weniger als 30% tatsächlich an der Kundgebung teilnahmen, muss nicht zwingend für eine mangelnde Mobilisierungsfähigkeit der Bewegung sprechen.

Zentraler Moment dieses Abschnittes ist es, nachzuzeichnen, wie für den Wiener Spaziergang mobilisiert wurde. Da es sich um einen Ableger der Dresdner PEGIDA-Bewegung handelt, wurde, um einen Vergleich zu ermöglichen, auch die Entwicklung der Dresdner Spaziergänge umrissen. Dort erschienen zur ersten Demonstration am 20.10.2015 ca. 350 Menschen (vgl. Vorländer et al., 2015:7). Diese wurden vor allem aus dem Bekanntenkreis Lutz Bachmanns und anderer MitstreiterInnen rekrutiert (vgl. ebd.). Eine zentrale Rolle kam hier der Plattform Facebook zu.

Bereits für den „Spaziergang“ am 20.10.2015 versuchte Bachmann, hier TeilnehmerInnen anzuwerben (vgl. Geiges et al. 2015:12). Die nächste Mobilisierung für eine Demonstration fand bereits eine Woche später statt und erneut nahm Facebook eine zentrale Rolle in der Mobilisierung ein. Für den „Spaziergang“ am 27.10.2015 wird jedoch erstmals die schwer zu bestimmende Rolle der Zusagen für eine Veranstaltung deutlich. Sagten im konkreten Fall online auf Facebook noch 1000 Menschen ihr Kommen zu erschien schlussendlich nur die Hälfte von ihnen tatsächlich auf der Straße (vgl. ebd.). Durch den Einsatz sozialer Medien konnten sich in weiterer Folge relativ schnell lokale Ableger formieren. Hinsichtlich der Mobilisierung bleiben diese lokalen Ableger weit hinter den Zahlen aus Dresden zurück (vgl. Vorländer et al., 2015:8ff). Ein ähnliches Bild bietet diesbezüglich auch der Wiener Spaziergang vom 02.02.2015. Auch hier war die Anzahl der Zusagen auf Facebook (711) weitaus höher als die tatsächliche TeilnehmerInnenanzahl bei der Kundgebung (225 – 350).

Generell empfinden die meisten Menschen Zusagen auf der Veranstaltungsfunktion als nicht bindend, weil soziale Medien eher schwache Bindungen erzeugen (vgl. Tremayne, 2014:112). Andererseits entsprachen viele der TeilnehmerInnen vor Ort nicht jenen sozioökonomischen Faktoren, welche eine Nutzung sozialer Medien wahrscheinlicher machen. Daher erscheint es fraglich, wie weit die Reichweite sozialer Medien hinsichtlich der Mobilisierung im konkreten Fall tatsächlich war.

Da aus bereits erwähnten Gründen von einer Verteilung von Fragebögen Abstand genommen wurde, lässt sich dieser Zwiespalt nicht zweifelsfrei klären. Die Auswirkung der auf Facebook generierten kollektiven Identität auf die Mobilisierung lässt sich anhand der erhobenen Daten nicht im Detail analysieren. Dass eine solche Identität hergestellt werden konnte und diese sich auch auf der Straße manifestierte, ist angesichts der Ergebnisse der teilnehmenden Beobachtung allerdings evident.

6.6 Bewertung

Die Initiierung von PEGIDA selbst fand über die Online- Plattform Facebook statt. Ebenso dienten soziale Medien als Mittel zur Mobilisierung für die Spaziergänge und zur Generierung vieler Ableger. Aufgrund der Ablehnung etablierter Medien und deren Bezeichnung als „Lügenpresse“ waren soziale Medien für die PEGIDA-Bewegung einen Raum, in dem sie eine Gegenöffentlichkeit aufbauen konnte.

Neben den inhaltlichen Forderungen waren ebenso Slogans und Metaphern (sowohl on- als auch offline) ident. Daraus kann abgeleitet werden, dass soziale Medien und Proteste auf der Straße miteinander interagieren.

7. Vergleich

Nach der Beschreibung der Nutzung sozialer Medien innerhalb der einzelnen Bewegungen folgt an dieser Stelle die Bewertung der Erkenntnisse. Das Ziel dieser Arbeit war es, einen Vergleich ausgewählter Protestbewegungen hinsichtlich ihrer Nutzung von sozialen Medien zu bieten. Diese wurden abschließend - anhand der zu Beginn abgehandelten theoretischen Ansätze - näher analysiert. Zu Beginn dieser Arbeit wurden unterschiedliche Phasen, nach welchen dieser Vergleich durchgeführt werden sollte, definiert. Damit wird nun fortgefahren.

7.1 Entstehung der Protestbewegungen

Betrachtet man die Rolle sozialer Medien bei der Entstehung der drei Beispiele, so erhöht sich deren Bedeutung in chronologischer Reihenfolge. Während bei den Protesten des arabischen Frühlings in Ägypten die Facebook-Seite „We are all Khaled Shahid“ als Vorläufer der Proteste gilt und auch aktiv in die Mobilisierung involviert war, folgte Occupy Wallstreet direkt einem Aufruf zur Besetzung des Zuccotti-Parks via Twitter. Die Gründer der PEGIDA-Bewegung fanden via Facebook zueinander.

Dass das Hashtag #occupywallstreet bereits zwei Monate vor Stattfinden der eigentlichen Besetzung des Zuccotti-Parks in New York verbreitet worden war, zeigte dessen Bedeutung für die Formierung der Protestbewegung. So wurde das Hashtag durch die kanadische Organisation Adbusters ins Leben gerufen, in weiterer Folge allerdings von vielen unterschiedlichen Personen online geteilt und verwendet. Hier ist auch ein deutlicher Unterschied zur PEGIDA-Bewegung zu erkennen. Selbst wenn sich beide im Internet formierten, sind sie grundsätzlich unterschiedliche Organisationen. Während sich PEGIDA aus einer privaten, geheimen Facebook-Gruppe aus zwölf mehr oder weniger persönlich bekannten Personen, welche in weiterer Folge auch die Geschicke der Bewegung maßgeblich bestimmen sollten, gründete, ist im Fall Occupys das Gegenteil der Fall.

Zum einen fehlt die zentrale Führungsfigur wie beim Beispiel PEGIDA, zum anderen scheint der Zirkulierung des Hashtags #occupywallstreet zum Aufbau einer weitgehend demokratischen Struktur unter den TeilnehmerInnen beigetragen zu haben. Denn auch wenn Adbusters eine durchaus zentrale Rolle in der Formierungsphase von Occupy zukam, ist diese Rolle keine, die einer Führungsposition gleichen würde. Vielmehr konnte unter diesem Hashtag die Unzufriedenheit der Menschen mit dem damaligen Status Quo innerhalb des Rahmens sozialer Medien artikuliert werden. Diese Bündelung des Online-Protests mündete schlussendlich in dem Aufruf, den Zuccotti-Park physisch zu besetzen und damit den Protest auf die Straße zu tragen.

Im Gegensatz dazu entstanden die Proteste, die zum Sturz Mubaraks führten, auf der Straße selbst. Jedoch waren diese in einer langanhaltenden Unzufriedenheit mit dem Regime begründet. So kommt sozialen Medien auch in diesem Beispiel eine gewichtige Rolle zu. Dadurch, dass die Menschen in Tunesien und Ägypten mit autoritären Regimen konfrontiert waren, gestalteten sich die persönlichen Kosten einer Protestteilnahme bedeutend höher (vgl. u.A. Breuer et al., 2014). Dieser Umstand führte bereits vor den Protesten zu regimekritischen Aktivitäten über soziale Medien - auf diese Strukturen und Erfahrungen wurde im Zuge der Proteste zurückgegriffen. Ebenso wird angeführt, dass sich die Proteste von Tunesien aus erst durch den Einsatz sozialer Medien verbreiten konnten. Dieser Punkt ist zwar umstritten (vgl. Morozov, 2011), spricht aber ein Phänomen an, welches bei allen drei Protesten beobachtet werden konnte: eine Ausweitung der Proteste über ihren Ursprungsort hinaus.

Dieser Ursprungsort war beim Fallbeispiel PEGIDA die deutsche Stadt Dresden. In weiterer Folge formierte sich in beinahe jeder größeren deutschen Stadt ein Ableger. Ebenso konnten sich diese Ableger auch über die Landesgrenzen hinaus entwickeln, wie die Beispiele Newcastle, Wien und Göteborg zeigen. Eine weitaus globalere Dimension erreichten die Occupy-Proteste. Von New York ausgehend breiteten sich diese in allen größeren Städten der USA aus, des Weiteren in beinahe jeder Hauptstadt der westlichen Hemisphäre. In der Literatur wird deshalb auch von einer internationalen Bewegung gesprochen (vgl. Calhoun, 2013:30). Bei zwei der drei untersuchten Bewegungen erweisen sich soziale Medien dadurch eindeutig als Entstehungsort der Proteste.

Beim Beispiel Ägypten erhalten soziale Medien zumindest die Zuschreibung als „protestfördernd“. Vor allem Ägypten ist hier hinsichtlich der Überlegungen von Castells (2012) ein interessantes Beispiel. Die Ansicht, dass sich Individuen zu einem Kollektiv verbinden und dadurch ihre Anliegen mitteilen, scheint im Falle Ägyptens nicht unwahrscheinlich. Die von Castells angesprochene Möglichkeit einer „autonome[n] Kommunikation im Internet“ (Castells, 2012:10) scheint hier angesichts der restriktiven Reaktionen des Mubarak-Regimes ein Faktor zu sein, welcher die Entstehung einer Protestbewegung zumindest unterstützen konnte. Der Wandel vom klassischen „Sender-Empfänger“-Modell zur „Self-Communication“, wie ihn Castells bereits vollzogen sieht, kann zumindest am Beispiel Ägyptens nicht nachvollzogen werden. Hier zeigen Erhebungen von Fuchs (2012) und Elthawny/Wiest (2012), dass die Protestierenden am Tahrir-Platz vornehmlich klassische Medien konsumierten. Anders verhält sich dies bei der Occupy-Wallstreet-Bewegung. Hier kam sozialen Medien eine bedeutend größere Rolle zu. Internationale Solidaritätsbekundungen mit den Protestierenden am Tahrir-Platz, Ableger in allen größeren Städten der Welt der Occupy-Bewegung und auch die PEGIDA-Ableger im deutschsprachigen Raum sprechen eindeutig für eine solche Wirkung sozialer Medien. Eine solch breite Ausrichtung und Solidarisierung konnte auch die kollektive Identität stärken.

7.2 Kollektive Identität

Zeichen kollektiver Identität waren in allen drei Fällen sowohl offline als auch online präsent. Diese zeigten sich vor allem in Metaphern, Bildern, Slogans und Memes, welche in beiden Sphären ident waren. So waren es in Ägypten vor allem Bilder der Brutalität des Regimes, die zur Mobilisierung genutzt wurden (vgl. Breuer et al., 2014:3ff), bei Occupy vor allem der Slogan („We are the 99%“) oder Bilder von Sympathisanten, welche ein Blatt Papier mit ihrer persönlichen Geschichte in die Kamera hielten und sich damit den „99%“ verbunden zeigten. Bei PEGIDA Wien war vor allem nationalistische bzw. - wie es die Bewegung selbst bezeichnen würde - „patriotische“ Symbolik gefragt. Der Slogan „Wir sind das Volk“, der bereits bei den BürgerInnenprotesten in der DDR skandiert worden war, hatte für PEGIDA eine ähnliche Bedeutung wie die 99% bei Occupy Wallstreet.

Für den ersten Spaziergang wurde versucht, mittels Symbolen nationaler Identität wie (europäischen) Fahnen eine kollektive (europäische) Identität gegen die für die Bewegung präsente Bedrohung einer „Islamisierung“ Europas zu generieren.

Tatsächlich konnte beim ersten Spaziergang der Slogan „Wir sind das Volk“ durchgängig wahrgenommen werden und auch der Aufforderung Fahnen, mitzubringen, wurde nachgegangen.

Auch wenn Zeichen kollektiver Identität sowohl online als auch offline in ähnlichem Maße präsent waren, lässt sich die Rolle sozialer Medien nicht abschließend beschreiben. Am Beispiel PEGIDA Wien liegt die Vermutung nahe, dass diese Zeichen durch die Facebook-Seite der Bewegung gefördert wurden, um dadurch schlussendlich eine stärkere Mobilisierung zu erreichen. Auch wenn hierfür eine empirische Vergleichsmöglichkeit fehlt, lässt sich dennoch der Versuch beobachten, mit der auf Facebook generierten kollektiven Identität zusätzliche Mobilisierungskraft für das Protestevent zu erreichen. Ähnlich verhält es sich bei den Protesten am Tahrir-Platz. Mit der Sichtbarmachung der Brutalität des Vorgehens der Polizei sollte ein zusätzlicher Mobilisierungsschwung für weitere Protestevents geschaffen werden und das Gefühl des Zusammenhalts gestärkt werden.

Es konnten schlussendlich bei allen drei untersuchten Bewegungen Ansätze einer Verstärkung der kollektiven Identität durch soziale Medien entdeckt werden.

7.3 Mobilisierung

Der Literatur zufolge wurden bei allen drei Falleispielen Versuche unternommen, über soziale Medien für das Protestevent zu mobilisieren. Generell ist die Rolle sozialer Medien bei der Mobilisierung für Protestevents in der Literatur umstritten. Vielfach wird ihnen eine indirekte Rolle in der Mobilisierung (vgl. Breuer et. al., 2014:3ff) oder eine Verstärkung (vgl. Garrett, 2006:3) zugeschrieben. Zur Beurteilung der Rolle sozialer Medien für die Mobilisierung werde ich in weiterer Folge jene Kriterien, wie sie Dieter Rucht definiert, anwenden.

So war vorweg „die Diskrepanz zwischen der nahezu unendlichen Aufnahmekapazität des Netzes und der gleichbleibenden Aufnahmekapazität der Nutzer“ (Rucht, 2014:119) zu klären. Diese Annahme von Dieter Rucht scheint hier wenig zutreffend zu sein. Vor allem Occupy Wallstreet und PEGIDA vermochten durch den Einsatz sozialer Medien so etwas wie eine „Gegenöffentlichkeit“ herzustellen. In diesem Kreis an interessierten Menschen konnten die Bewegungen auch Mobilisierungsversuche, die ansonsten weitaus weniger Aufmerksamkeit erregt hätten, unternehmen.

Das zweite von Rucht identifizierte Problem des clicktivism traf auf keine der drei Bewegungen zu, da diese allesamt auf der Straße präsent waren. Ebenso erweist sich das dritte von Rucht vorgebrachte Argument als wenig nachhaltig. So wurde bereits in Kapitel 2.1 hinsichtlich der Resource Mobilization Theory (RMT) davon gesprochen, dass einzelne Güter in die Bewegungen einbringen die der Bewegung in weiterer Folge Kosten verursachen um sie zu erhalten (McCarthy/Zald, 1977:1216). Dass - wie von Rucht erwähnt wurde - „Adresslisten gepflegt, Daten geschützt, [...] und eingehende Anfragen beantwortet werden“ (Rucht, 2014:119) müssen, mag daher zutreffend sein, verkennet jedoch die Realität sozialer Medien. Auf den meisten Plattformen beschränkt sich der organisatorische Aufwand auf die Interaktion mit anderen Protestierenden und der Ausgabe taktischer und strategischer Informationen. Adresslisten funktionieren in der Regel automatisiert. Earl und Kimport (2011) verweisen in ihrer Abhandlung auf die Möglichkeiten für Protestbewegungen, auf diesem Weg ressourcensparend zu agieren. Deshalb kann bei allen drei Beispielen von einer Kostenersparnis im Sinne der RMT ausgegangen werden.

Dass für eine erfolgreiche Mobilisierung organisatorische Strukturen geschaffen werden müssen (vgl. Rucht, 2014:120), konnte bei den drei Protestbewegungen nicht beobachtet werden. So war Occupy Wallstreet sogar explizit dem Grundsatz einer hierarchiefreien Ausrichtung verpflichtet (vgl. Caren/Gaby, 2011:3ff). Die beiden beschreiben Facebook gar als ein „recruiting toll“ (ebd.), Caren und Gaby (2011) attestieren damit der Bewegung eine durchaus gelungene Mobilisierung von Protestierenden und anderen Ressourcen mithilfe von Facebook.

Der laut Rucht nicht stattgefunden „parallele Anstieg von Internet-Nutzung und Protestaufkommen in Deutschland“ (Rucht, 2014:120) ist daher aus mehreren Gründen nicht aussagekräftig. Zum einen zeigt sich, dass soziale Medien erst seit 2011 eine bedeutende Rolle für Proteste einnehmen, zum anderen verkennet die Fokussierung auf einen Staat die globale Dimension, die Proteste mitunter annehmen können. Diese zeigt sich am Beispiel Ägyptens. Dass „kaum für ein intensives und möglicherweise auch risikoreiches Engagement“ (vgl. Rucht, 2014:ebd.) über soziale Medien stattfindet, negiert das Beispiel Ägyptens.

Ebenso konnte die von Rucht definierte „größte Schwäche sozialer Medien“ (Rucht, 2014:121) nicht festgestellt werden.

Die erleichterte Überwachung durch „staatliche Organe, aber auch Gegenbewegungen“ (ebd.) führte weder bei den Tahrir-Platz Protesten (durch das Mubarak Regime) noch bei PEGIDA (durch die Gegenbewegungen) zu einem Stopp der Proteste. Andererseits waren in beiden Fällen negative Konsequenzen spürbar (in Ägypten jene der zusätzlichen Repression, für PEGIDA Wien, weil linke Gegendemonstranten erfolgreich den Spaziergang stoppen konnten). Somit bleibt dieser Punkt hinsichtlich eines realen Gewinnes umstritten.

Hinsichtlich der von Rucht definierten Formen der Abstimmung zwischen Online- und Offline-Mobilisierung lässt sich für die Beispiele jene der reinen Online-Bewegungen klar ausschließen. Ob jedoch die Maßnahmen „ergänzende“ oder von „Anfang [an] aufeinander abgestimmt und integriert“ (Rucht, 2014:120f) waren, lässt sich nicht eindeutig festlegen. Dies liegt einerseits in der Dynamik der Proteste selbst, andererseits in der Ermangelung eines Zuganges zu den Personen, die diese Entscheidungen trafen.

Auch ist festzuhalten, dass im Verlauf der Zeit bei allen Bewegungen eine „Professionalisierung“ des Umgangs mit sozialen Medien beobachtet werden kann. Das spricht für eine hybride Form der von Rucht definierten Typen.

8. Analyse

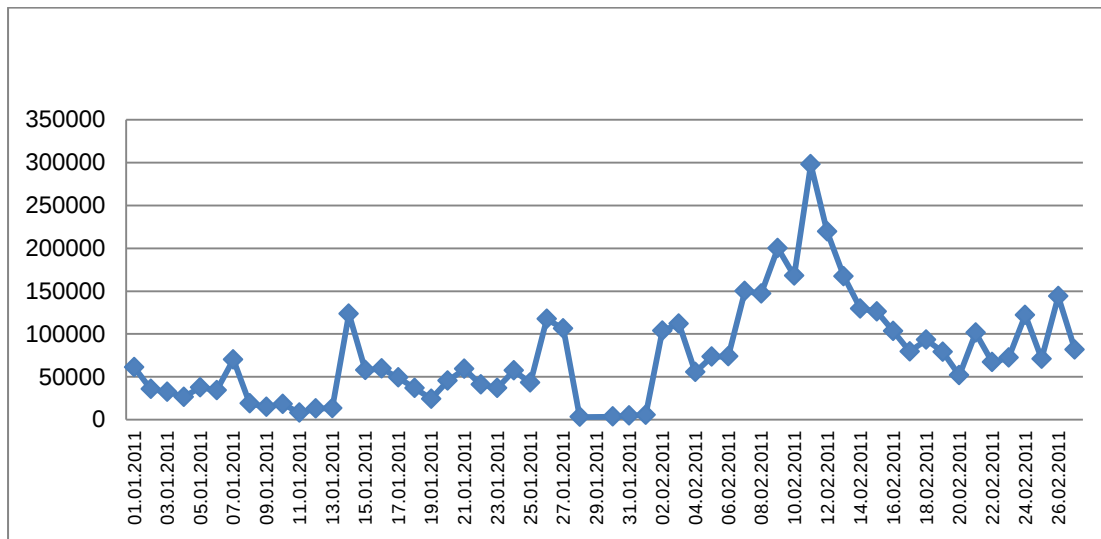
Nachdem Ähnlichkeiten und Unterschiede der drei Fallbeispiele entlang der Forschungsinteressen näher ausgeführt wurden, folgt in diesem Abschnitt eine Analyse der Interaktionen auf den jeweiligen Facebook-Seiten in Zusammenhang mit den wichtigen Protestevents auf der Straße. Hierfür wurden vor allem die in der Literatur aufgeworfenen Überlegungen in Kontrast zu den Ergebnissen meiner digitalen Datenerhebung gestellt. Am Ende dieser Analyse wurden die Ergebnisse in Kontext mit den Grundsätzen der Resource Mobilization Theory gestellt. Durch dieses Vorgehen konnte in weiterer Folge die Rolle sozialer Medien für Protestbewegungen beschrieben werden. Nun sollen die Interaktionen der ausgewählten Fallbeispiele chronologisch analysiert werden.

8.1 Arabischer Frühling

Für die Analyse des arabischen Frühlings in Ägypten sind die folgenden Daten von Bedeutung: 1) der 25.01.2011, als erstmals zehntausende Menschen gegen Hosni Mubarak demonstrierten und 2) der 11.02.2011, der Tag seines Rücktrittes.

Hier lässt sich anhand der Grafik ein spannendes Bild zeichnen. Die höchste Interaktion auf der Facebook-Seite wurde am 11.02.2011 erreicht, also dem Tag Mubaraks Rücktritts. Dieser Tag stellt die Erfüllung der zentralen Forderung der Protestierenden dar, weshalb ein intensiver Austausch darüber wenig überraschend ist. Anders verhält es sich hinsichtlich der Mobilisierung für den ersten Protestevent am 25.01.2011. Hier zeigte sich die Interaktion limitiert. Auch nach dem Rücktritt Mubaraks verringert sich die Interaktion massiv.

Abbildung 10 - Zeitreihe Ägypten - Proteste gegen Mubarak



Die Beurteilung sozialer Medien als zentrale Mobilisierungsplattform für den Protestevent scheint dadurch vermessen. Auch wenn die Interaktionen vor dem Protestevent mit etwa 50000 nicht gering waren, nimmt diese Anzahl im Vergleich zu jenen der Protestierenden vor Ort (Schätzungen reichen von 200.000-500.000 Menschen⁴) einen eher niedrigen Anteil ein. Viel treffender erscheint die Einschätzung Breuers et al. (2014) und Ruchts (2014), dass eine gewisse „digitale Elite“ die Proteste über soziale Medien organisierte. Auch die von Fuchs (2012) in Abbildung 4 präsentierten Daten zeigen, dass traditionelle Medien weitaus mehr Reichweite bei den Protestierenden erreichten als soziale Medien. Diese Schlussfolgerung wird auch durch meine Erhebung bestärkt. So konnte ein gezielter und vor allem erfolgreicher Einsatz sozialer Medien zur Mobilisierung für den Protestevent nicht ausgemacht werden. Zwar kann ein solcher nicht gänzlich negiert werden, die gewichtige Rolle sozialer Medien - wie sie von Castells (2012) postuliert wurde - konnte auf diesem Weg jedoch nicht bestätigt werden. Ebenso bleibt es fraglich, wie soziale Medien am konkreten Beispiel als Katalysator (vgl. Breuer et al., 2014:3f) für die Proteste fungiert haben könnten.

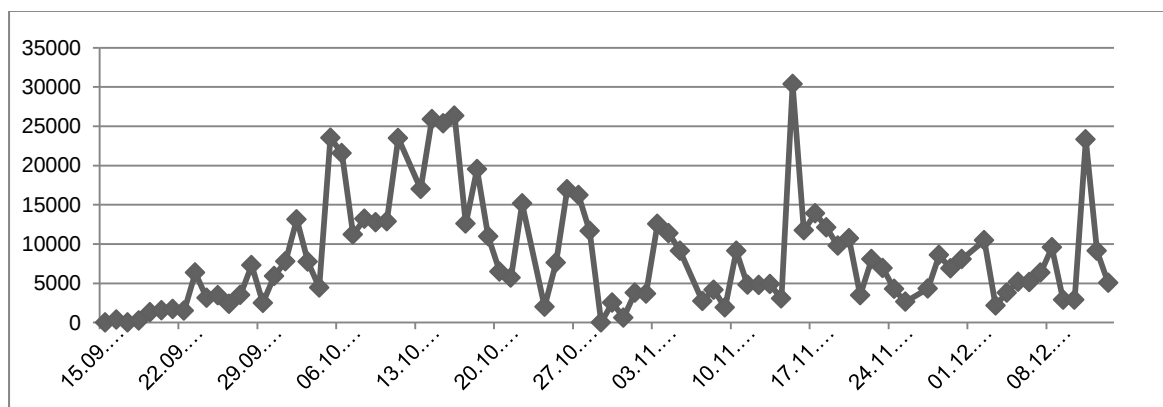
⁴ <http://www.bbc.com/news/magazine-23312656>

Auch wenn die Zahl der Interaktionen auf Facebook hoch ausfällt, so ist sie verglichen mit den Zahlen der Protestierenden auf der Straße weitaus geringer. Ein gewisser Spielraum existiert dann wenn man der Auffassung folgt, dass soziale Medien bei den Protesten gegen Hosni Mubarak von einer (kleinen) digitalen Elite eingesetzt wurden. Da diese Gruppe relativ klein ist, kann innerhalb dieses Kreises jedoch von einer (erfolgreichen) Mobilisierung ausgegangen werden. In einer allgemeineren Perspektive muss die Rolle sozialer Medien für die ägyptischen Proteste somit etwas bescheidener formuliert werden. Die Besonderheiten der Proteste gegen das Regime Mubaraks werden in der Literatur mitunter als „Facebook-Revolution“ (Castells, 2012) bezeichnet. Dieser Titel scheint in Anbetracht der geringen Bedeutung sozialer Medien an der Gesamtheit der Proteste überhöht. Dennoch bleiben die Proteste in Ägypten und die des arabischen Frühlings die ersten, in denen sozialen Medien eine bedeutsame Rolle zukam. Gegen Ende des Jahres fand sich mit Occupy Wallstreet abermals eine Protestbewegung, der später in der wissenschaftlichen Debatte eine große Beeinflussung durch soziale Medien attestiert werden sollte.

8.2 Occupy Wallstreet

Für Occupy Wallstreet wurden die Interaktionen nach denselben Kriterien gemessen. Hier waren ebenso zwei Daten entscheidend: 1) die Besetzung des Zuccotti-Parks am 17.09.2011 und 2) die Räumung des Protestcamps am 15.11.2011. Während für den Beginn am 17.09.2011 (und davor) kaum Interaktionen auf der Facebook-Seite ausgemacht werden konnten, waren diese während der Räumung am 15.11.2011 am häufigsten.

Abbildung 11 - Zeitreihe Occupy Wallstreet



Auch am Beispiel von Occupy Wallstreet zeigt sich, dass soziale Medien nicht zur großflächigen Mobilisierung verwendet wurden. Die Betrachtung der Anzahl der Interaktionen zeigt wie bei den Protesten am Tahrir-Platz eine geringere Zahl an Interaktionen als die Gesamtzahl der Protestierenden.

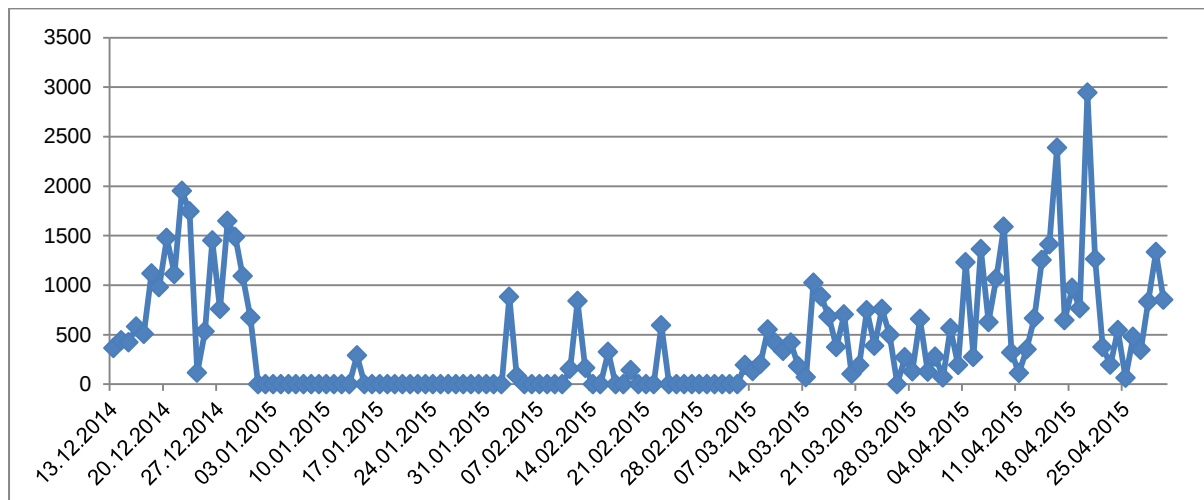
Laut Jones et al. lebten ungefähr 2000 Menschen im Protestcamp und bis zu 15.000 Protestierende waren anwesend (Jones et al., 2014:133). Diese im Vergleich zu den ägyptischen Protesten geringere Anzahl an ProtestteilnehmerInnen schlägt sich auch in der Anzahl der Interaktionen auf der Facebook-Seite von Occupy Wallstreet nieder. In Relation zu Ägypten können zwar ähnliche Schlussfolgerungen gezogen werden, allerdings unterscheidet sich das Verhältnis zwischen Protestierenden auf der Straße und den Interaktionen auf der Facebook-Seite.

So zeichnet sich bei Occupy Wallstreet nach der physischen Besetzung des Zuccotti-Parks ein Aufschwung in den Interaktionen ab. Dieser resultiert auch aus Interaktionen mit den Ablegern in der ganzen Welt, welche Beiträge teilten oder kommentierten, um Solidarität auszudrücken. Für diese These spricht, dass zu Beginn noch eine kaum bis keine Interaktion stattfand, obwohl sich die Bewegung über soziale Medien begründete. Die globale Dimension, die sich in weiterer Folge etablieren konnte, erhöhte auch die Bedeutung der ursprünglichen Seite.

8.3 PEGIDA

Ebenso spannend zeigte sich die Analyse der Intensität der Interaktionen auf der PEGIDA Facebook-Seite des Wien-Ablegers. Diese wies zu Beginn einen durchaus hohen Grad an Interaktion (Kommentare, geteilte Beiträge und „Likes“) auf, die Anzahl der Interaktionen fiel aber stetig bis zum ersten Spaziergang am 02. Februar 2015.

Abbildung 12 - Zeitreihe PEDIGA Wien



In den Tagen vor dem Spaziergang fanden gar keine Interaktionen statt. Im Anschluss an den Spaziergang lässt sich eine leichte Aufwärtskurve verzeichnen, welche allerdings - verglichen mit den Zahlen zu Beginn - eher schwach ausfällt. Die meisten Interaktionen konnte PEGIDA Wien im Vorfeld und nach dem versuchten zweiten Spaziergang erreichen. Hier konnten bis zu 3000 Interaktionen erzielt werden. Im Anschluss daran verliert nicht nur die Bewegung selbst an Zulauf, auch die Interaktionen fallen merklich zurück - allerdings auf höherem Niveau als dies vor dem gescheiterten zweiten Spaziergang der Fall war. Erst danach kann anhand der Interaktion von einer Konsolidierung der Bewegung gesprochen werden, auch wenn diese zu diesem Zeitpunkt bereits ohne Führung war.

8.4 Analyse

Die Rolle sozialer Medien variiert in den verschiedenen Protesten. Sie orientiert sich auch nach den jeweiligen Bedürfnissen der Bewegungen. Im arabischen Frühling konnten sich soziale Medien als schwer zu überwachender Raum gegen das Regime etablieren und so den AktivistInnen gewisse Freiräume öffnen, was einen erfolgreichen Protest ermöglichte.

Für die Occupy-Bewegung waren soziale Medien vor allem nach der physischen Besetzung von Bedeutung. Hier wurden Menschen und Ressourcen mobilisiert. PEGIDA Wien nutzte soziale Medien sowohl für die Schaffung einer Gegenöffentlichkeit als auch für die Mobilisierung und Stärkung der kollektiven Identität.

Nun soll die Beantwortung der eingangs gestellten Forschungsfragen vorgenommen werden. So umfasste das erste Forschungsinteresse die Frage, welche Rolle soziale Medien in der Phase der Initiierung einnahmen. Dieses Erkenntnisinteresse deckt bereits ein sehr breites Spektrum ab und beschreibt bereits verschiedene Sphären des Einsatzes sozialer Medien. Für die Initiierung der Proteste zeichnet sich dadurch ein diverses Bild. In den Protesten gegen Mubarak hatten soziale Medien bereits im Vorfeld eine gewichtige Rolle inne. Diese begründet sich aus der Verwendung sozialer Medien in den Vorläufern des 25.01.2011.

Bei Occupy Wallstreet offenbart sich eine Diskrepanz zwischen den verschiedenen Online-Plattformen. Während auf Twitter das Hashtag #occupywallstreet für die Besetzung des Zuccotti-Parks von großer Bedeutung war, zeigte sich erst nach der Besetzung eine relevante Aktivität auf Facebook. Sowohl für PEGIDA Wien als auch die Gründungsbewegung selbst war Facebook hingegen die zentrale Plattform. Beide gründeten sich über diese und mobilisierten in weiterer Folge Gleichgesinnte für ihre Spaziergänge.

Die Rolle sozialer Medien für die Mobilisierung muss daher differenziert betrachtet werden. So lässt sich bei keinem der drei untersuchten Fälle im Vorfeld des Protestevents eine erhöhte Interaktion auf der jeweiligen Facebook-Seite feststellen. Diese ist erst im Anschluss an den Event bzw. bei relevanten Ereignissen festzustellen. Solch ein relevantes Ereignis war für die Occupy-Wallstreet-Bewegung die Räumung des Protestcamps am 15.11.2011, für die Protestierenden am Tahrir-Platz der Rücktritt Hosni Mubaraks am 11.02.2011.

Bei Occupy Wallstreet ist Anzahl der Interaktionen verglichen mit jenen in Ägypten und in Relation zu den Protestierenden auf der Straße generell hoch gewesen. Da der Unterschied in der Anzahl zwischen TeilnehmerInnen am eigentlichen Protest und jenen die an Online Debatten partizipierten gering scheint, ist der RMT zu Folge davon auszugehen, dass die Möglichkeiten einer Mobilisierung zu geringen Kosten genutzt wurden.

Elemente kollektiver Identität waren sowohl online als auch offline zu beobachten. Diese Tatsache verdeutlicht den Versuch, auch über soziale Medien durch die Betonung einer kollektiven Identität und die Generierung gemeinsamer Narrative („We are the 99%“ oder „Wir sind das Volk“) eine erfolgreiche Mobilisierung zu erreichen.

Selbst wenn wie im Falle Ägyptens die etablierten Medien meist in staatlicher Hand waren, lieferten diese dennoch ausreichend Informationen um eine Protestteilnahme zu ermöglichen. Anders lässt sich die hohe Prozentzahl der Protestierenden, die sich hauptsächlich über diese Kanäle informierten, nicht erklären lassen. Die Rolle des Protestkatalysators scheinen sozialen Medien nicht in allen Protesten einzunehmen. Dem bei Eltantawy und Wiest beschriebenen Umstand, dass die Rolle sozialer Medien im Verlauf der Proteste abnimmt, kann zu nicht zur Gänze zugestimmt werden (vgl. Eltantawy/Wiest, 2011:1217).

Auch wenn es Anzeichen dafür gibt, dass die Kommunikation und Organisation ab einem gewissen Zeitpunkt nur noch bzw. weitgehend vor Ort passierte, zeigen zentrale Ereignisse für die Protestbewegungen eine erhöhte Interaktion in sozialen Medien. Bei Occupy zeigte sich dies bei der Räumung und dem damit verbundenen Versuch, TeilnehmerInnen zu mobilisieren, um diese abzuwehren; bei den Protesten gegen Hosni Mubarak war dies bei seinem Rücktritt der Fall.

Bei PEGIDA Wien zeigte sich eine erhöhte Interaktion überhaupt erst, nachdem die Bewegung nicht mehr auf der Straße vertreten war. Interessant war hinsichtlich der Kommunikation der Aspekt, dass soziale Medien klassische Medien dann ersetzen, wenn die Generierung von Öffentlichkeit über den traditionellen Weg nicht möglich ist. Hier unterscheiden sich Occupy und PEGIDA Wien von den Protesten gegen Mubarak.

Abschließend gilt es, meine zu Beginn der Arbeit verfassten Hypothesen zu überprüfen. H1 besagt, dass soziale Medien wichtig für die Initiierung der untersuchten Protestbewegungen waren. Diese Hypothese kann abschließend verifiziert werden, wenn auch aus individuell unterschiedlichen Hintergründen.

Wie von Lim (2012) und Tufekci/Wilson (2012) beschrieben, spielte das Internet und somit auch soziale Medien eine wichtige Rolle im Vorfeld der Proteste am 25.01.2011 am Tahrir-Platz. Dies zeigt sich auch daran, dass die Seite „We are all Khaled Said“ bereits vor den Protesten, die schlussendlich zum Sturz Mubaraks führten, eine hohe Zahl an Interaktion aufwies. Breuer et al. (2014) argumentieren, dass die starke Rolle sozialer Medien in der von ihnen gebotenen Möglichkeit, einen freien Raum in einem restriktiven System zu schaffen, begründet liegt.

Für Occupy zeigt sich, dass sozialen Medien (insbesondere Twitter) eine besondere Rolle zukommt, weil für die Besetzung des Zuccotti-Parks im Vorfeld mit dem Hashtag #occupywallstreet mobilisiert worden war (vgl. Tremayne, 2014:110). Ebenso gründete sich PEGIDA über eine Gruppe auf der Plattform Facebook. Auch wenn diese geheim war, konnten in weiterer Folge bis zu 35.000 Menschen mobilisiert werden. Für PEGIDA Wien ist die Verflechtung mit sozialen Medien aufgrund der Entstehung als lokaler Ableger der PEGIDA-Bewegung gegeben. In Ermangelung an lokalen Strukturen konnten soziale Medien dabei helfen, rasch Gleichgesinnte zu rekrutieren und den ersten Spaziergang am 02.02.2015 abzuhalten.

In H2 wurde von einem Zusammenhang zwischen der Aktivität der Protestbewegung in sozialen Medien und jenen auf der Straße ausgegangen. Diese Frage musste interpretativ geklärt werden. Soziale Medien wurden in den untersuchten Protesten auf vielfältige Art verwendet. So wurde einerseits für das Protestevent mobilisiert, in weiterer Folge wurden SympathisantInnen über das aktuelle Geschehen informiert sowie andere Ressourcen für die Bewegung mobilisiert. Hier lässt sich eine Reziprozität der Ereignisse auf der Straße mit den Aktivitäten in sozialen Medien erkennen. Allerdings zeigt die digitale Datenerhebung auch, dass die Mobilisierung über Facebook bei keinem der drei Beispiele besonders ausschlaggebend war. Taktische Verwendung fand während der Protestevents vor allem Twitter, weil dieser Plattform eine höhere Dynamik zugesprochen wird. Allerdings wurden Bilder und andere Symbole kollektiver Identität auf Facebook geteilt.

H3 ging davon aus, dass die Symbole kollektiver Identität sowohl in sozialen Medien als auch bei Protestevents auf der Straße zu finden sind.

Diese Annahme bestätigte sich. Fraglich bleibt jedoch, ob diese gezielt forciert wurden oder ob diese der Dynamik sozialer Interaktion geschuldet waren. Dieser Aspekt konnte nicht abschließend geklärt werden, weshalb er weiterhin zur Debatte gestellt wird.

In H4 wurde davon ausgegangen, dass soziale Medien die aufzubringenden Kosten für Proteste reduzieren und dabei helfen, eine breitere Öffentlichkeit zu erreichen. Diese Beurteilung muss mithilfe der Resource Mobilization Theory getroffen werden. Ein zentraler Punkt ist hier, dass es für die Erklärung „kollektiver Handlungen eine Auswahl der Anreize sowie der kosten-reduzierenden Mechanismen“ benötigt (McCarthy/Zald, 1977:1213). Die Anreize scheinen auf den ersten Blick durchaus simpel gestaltet. So haben sozialen Medien das Potential inne, innerhalb kurzer Zeit eine große Anzahl an Menschen zu erreichen. Daraus ergibt sich für ressourcenschwache Gruppen die Möglichkeit, eine Öffentlichkeit, die auf anderen Wegen schwer zu erreichen wäre, zu schaffen.

Auf die drei Fallbeispiele umgemünzt bedeutet dieser Umstand allerdings eine gewisse Ambivalenz. Die Protestierenden am Tahrir-Platz konnten bereits von Erfahrungen und Mobilisierung bzw. Strukturen vorangegangener Bewegungen profitieren. Dadurch sind diese nicht mehr zu ressourcenarmen Bewegungen zu zählen. Ähnlich verhält es sich bei Occupy Wallstreet, wo es sich bei den Protestierenden mehrheitlich um im Umgang mit sozialen Medien vertraute Studierende handelte. Bei PEGIDA Wien war die Mehrheit der TeilnehmerInnen am Spaziergang männlich und zwischen 30-55 Jahre alt. Weitere demographische Daten konnten nicht erhoben werden, weshalb konkrete Informationen über das Wissen hinsichtlich des Umganges mit sozialen Medien fehlt.

Dennoch können entlang der fünf von McCarthy und Edwards (2004) definierten Ressourcen dennoch Schlüsse gezogen werden. Hinsichtlich der Moral, die bei den beiden Autoren Solidarität, Unterstützung und Legitimation einschließt, konnten soziale Medien durch ihre globale Dimension durchaus kostensparend einwirken. Hinsichtlich der kulturellen Ressourcen konnten soziale Medien ebenso kostensparend wirken. Was die Breuer et al. (2014) in Bezug auf die Situation in Ägypten als digitale Elite bezeichneten, konnte auch in den anderen Bewegungen ausgemacht werden.

Ein bestimmter Teil der Protestierenden verfügt über großes Wissen im Bereich sozialer Medien und Kommunikation und ermöglicht dadurch ihre effiziente Nutzung für die Bewegung. Hinsichtlich der sozio-organisatorischen Ressourcen konnten soziale Medien bei den drei Fällen ebenso kostensparend wirken. Bei Occupy Wallstreet wurden, wie bereits erwähnt wurde, nicht bloß Protestierende, sondern auch alle anderen notwendigen Güter über soziale Medien mobilisiert: ein Umstand, der mit konventionellen Technologien wie Briefen oder Telefonie weitaus zeit- und kostenintensiver gewesen wäre. Dies trifft auch auf die Mobilisierung materieller Ressourcen zu. Hinsichtlich der Mobilisierung menschlicher Ressourcen konnten ähnliche Zusammenhänge beobachtet werden. So konnten mittels sozialer Medien nicht nur viele Menschen erreicht werden, sondern auch ihre Fähigkeiten für die Bewegung gewonnen werden. Es sprechen also alle von Edwards und McCarthy definierten Formen von Ressourcen für einen Kostenersparnis.

Denn auch wenn die konkrete Rolle im Detail variiert, verwendeten alle drei Bewegungen soziale Medien in einem durchaus gewichtigen Ausmaß für ihre Anliegen. Der Kostenersparnis und der damit verbundenen Rolle sozialer Medien für Proteste widmet sich meine abschließende Conclusio.

9. Conclusio und Ausblick

Eine zentrale Schlussfolgerung ist am Ende dieser Abhandlung festzuhalten: Die Rolle sozialer Medien variiert in den untersuchten Bewegungen derart, dass eine Generalisierung schwer fällt bzw. unzulässig wäre.

Dieser Umstand spricht dafür, dass soziale Bewegungen sowie Protestbewegungen soziale Medien schon heute als zusätzliches Repertoire verwenden.

Die Analyse mithilfe der Resource Mobilization Theory legt kostensparende Möglichkeiten für Protestbewegungen nahe - ein Umstand, der durchaus Auswirkungen für das zukünftige Handeln von Protestakteuren haben könnte. Auch wenn sich kein generalisiertes Bild über die Rolle sozialer Medien zeichnen lässt, so ermöglichte die Betrachtung der drei Fälle einige grundlegende Mechanismen aufzuzeigen. Ihnen wohnt nicht das revolutionäre Moment inne, wie es Autoren wie Castells (2012) beschreiben. Vielmehr scheint primär die Betrachtung Earls und Kimports (2011) richtig: Soziale Medien bieten ein zusätzliches Repertoire für Protestierende.

Neue Technologien bieten stets Vor- und Nachteile, so verhält es sich auch mit sozialen Medien. Wenn Rucht argumentiert, dass soziale Medien die Überwachung der Protestbewegungen erleichtern würden, erkennt er den Umstand, dass soziale Medien ein dynamisches Netzwerk, mit dem in Echtzeit kommuniziert werden kann, bilden. Das bietet vor allem bei Protestevents großes Potenzial.

Ebenso zeigt sich, dass alle drei Protestbewegungen den Versuch über soziale Medien unternommen hatten, eine Gegenöffentlichkeit zu generieren. Hier wurden vor allem alternative Medien und Blogs bedient, da in den Medien mit hoher Reichweite vergleichsweise wenig Aufmerksamkeit generiert wurde. Dies hatte vor allem beim Beispiel PEGIDA zur Folge, dass sich für das Individuum eine alternative Medienlandschaft offenbart, die nicht verlassen werden muss.

Bis neue Technologien von Gesellschaften inkorporiert werden, vergeht stets eine gewisse Zeit. Auch bei sozialen Medien wird diese Zeit notwendig sein. Im Laufe der Beobachtung über die Rolle sozialer Medien zeigte sich, dass ein Teil der Protestierenden in der Lage war, mittels sozialer Medien ressourcensparend zu arbeiten. Dieser Anteil ist bildet allerdings nicht die Mehrheit, was sich auch in der

Datenerhebung zeigte. Allerdings kann sich dieser Zustand mit einer zunehmenden Adaptierung sozialer Medien durch einen noch größeren Teil der Menschen, ändern. Grundsätzlich bleibt es schwierig, einen Blick in die Zukunft zu wagen. Da auch die sozialen Netzwerke einem Verwertungsdruck unterliegen und deren Algorithmen dementsprechend umgestaltet werden, könnte der kostensparende Vorteil in Zukunft verschwinden. Diesen Umstand sollte zukünftige Forschung zu diesem Thema berücksichtigen. Generell zeigt sich allerdings, dass auch abseits der von mir gewählten Fälle sozialen Medien in Protesten eine zunehmend wichtigere Rolle zukommt. Der Protestforschung ist davon abzuraten, die Rolle sozialer Medien zu negieren oder zu unterschätzen. Zukünftige Forschung zu dieser Thematik muss sich daher auch stets der Rolle sozialer Medien als Ressource im Repertoire von Protestbewegungen widmen. Die Rolle sozialer Medien dabei nur zu quantifizieren wird der komplexen Wirkungsrealität dieser nicht mehr gerecht werden. Für die Protestforschung bieten sich jedoch viele spannende Ansätze.

Hier wäre vorweg die Wechselwirkung zwischen sozialen Medien und der Realität auf den Straßen zu nennen. Diese Arbeit hat einige Verknüpfungen zwischen diesen beiden Sphären aufgezeigt. Die Fluidität bei Mobilisierung und Generierung einer kollektiven Wahrnehmung wurde bei allen drei Protesten sichtbar. Da auch bereits AutorInnen wie Visser/Stolle (2014) die Reziprozität zwischen diesen Sphären beschreiben, hat sich diese Annahme im Zuge dieser Arbeit zusätzlich verstärkt. Denkbar ist zukünftig eine Verwendung sozialer Medien für Proteste in einer Art wie sie von Dieter Rucht (2014) bereits beschrieben wurde: Der auf den Ebenen „Online“ und „Offline“ abgestimmten Verwendung sozialer Medien.

Dass schlussendlich nicht generalisiert werden konnte, welche genaue Rolle soziale Medien in Protesten erfüllen, spricht für ihr Wirken als taktisches und strategisches Element, das Protestbewegungen nach Belieben einsetzen können. Ebenso spricht die Fluidität der Einsatzmöglichkeiten für den Zusammenhang mit der Resource Mobilization Theory. Dass soziale Medien Einfluss auf zeitgenössisches Protestverhalten haben, steht hingegen außer Zweifel. Ihr Wirken als taktisches und strategisches Repertoire bedarf allerdings weiterer Beobachtung und Analyse.

10. Literatur

- Adedoyin-Olowe, M., Gaber, M. M., & Stahl, F. (2013). A survey of data mining techniques for social media analysis.
- Bachmann-Medick, D. (2006). Cultural turns. *Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften*, 2, 26.
- Baringhorst, S. (2014). Internet und Protest. Zum Wandel von Organisationsformen und Handlungsrepertoires – Ein Überblick. In K. Voss (Ed.), *Internet und Partizipation* (89–113). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Bernard, H. (1994). Research methods in anthropology: qualitative and quantitative approaches (second edition). AltaMira Press.
- Berntzen, L. E., & Weisskircher, M. (2016). Anti-Islamic PEGIDA Beyond Germany: Explaining Differences in Mobilisation. *Journal of Intercultural Studies*, 37(6), 556–573.
- Breuer, A., Landman, T., & Farquhar, D. (2014). Social media and protest mobilization: evidence from the Tunisian revolution. *Democratization*, 1–29.
- Calhoun, C. (2013). Occupy Wall Street in perspective. *The British Journal of Sociology*, 64(1), 26-38.
- Caren, N., & Gaby, S. (2011). Occupy online: Facebook and the spread of Occupy Wall Street.
- Castells, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age* (1. Auflage). Cambridge, UK ; Malden, MA: John Wiley & Sons.
- Christensen, H. S. (2011). Political activities on the Internet: Slacktivism; or political participation by other means? *First Monday*, 16(2).
- Conover, M. D., Ferrara, E., Menczer, F., & Flammini, A. (2013). The digital evolution of occupy wall street. Retrieved from <http://dx.plos.org/10.1371/journal.pone.0064679>
- Della Porta, D., & Diani, M. (2006). *Social movements: an introduction* (2nd ed). Malden, MA: Blackwell Publishing.
- DeLuca, K. M., Lawson, S., & Sun, Y. (2012). Occupy Wall Street on the Public Screens of Social Media: The Many Framings of the Birth of a Protest Movement. *Communication, Culture & Critique*, 5(4), 483–509
- Earl, J. & Kimport, K (2011). Digitally Enabled Social Change. MIT Press

- Edwards, B., & Gillham, P. F. (2013). Resource Mobilization Theory. In D. A. Snow, D. Della Porta, B. Klandermans, & D. McAdam (Eds.), *The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Social and Political Movements*. Oxford, UK: Blackwell Publishing Ltd.
- Edwards, B., & McCarthy, J. D. (2004). Resources and social movement mobilization. *The Blackwell Companion to Social Movements*, 116–152.
- Eltantawy, N., & Wiest, J. B. (2011). The Arab spring| Social media in the Egyptian revolution: reconsidering resource mobilization theory. *International Journal of Communication*, 5, 18.
- Refaie, E. E. (2003). Understanding visual metaphor: The example of newspaper cartoons. *Visual communication*, 2(1), 75-95.
- Flynn, S. I. (2011). Resource Mobilization Theory. *Sociology Reference Guide*, 111–121.
- Fuchs, C. (2012). Some Reflections on Manuel Castells' Book " Networks of Outrage and Hope. Social Movements in the Internet Age". *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, 10(2), 775–797.
- Gamson, W. A., Croteau, D., Hoynes, W., & Sasson, T. (1992). Media Images and the Social Construction of Reality. *Annual Review of Sociology*, 18(1), 373–393.
- Geiges, L., Marg, S., & Walter, F. (2015). Pegida : Die schmutzige Seite der Zivilgesellschaft? Bielefeld: transcript Verlag.
- Gil de Zúñiga, H., Molyneux, L., & Zheng, P. (2014). Social Media, Political Expression, and Political Participation: Panel Analysis of Lagged and Concurrent Relationships. *Journal of Communication*, 64(4), 612–634.
- Goosseff, K. (2014). Only narratives can reflect the experience of objectivity: effective persuasion, *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 27 Issue: 5, 703-709
- Hardt, M., Negri, A. (2011). Arabs are democracy's new pioneers. *The Guardian*.
- Abgerufen von: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2011/feb/24/arabs-democracy-latin-america>
- Howard, P.N. (2011). The Arab Spring's cascading effects. Miller-McCune..
- Höykinpuro, R. & Ropo, A. (2014). Visual narratives on organizational space, *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 27 Issue: 5, 780-792
- Jones et al. (2014). An Introduction to Political Geography: Space, Place and Politics
- Kawulich, B. (2005). Participant Observation as a Data Collection Method [81 paragraphs]. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 6(2), Art. 43

- Kelly Garrett, R. (2006). Protest in an Information Society: a review of literature on social movements and new ICTs. *Information, Communication & Society*, 9(2), 202–224.
- Koopmans, R., & Rucht, D. (2002). Protest event analysis. *Methods of social movement research*, 16, 231–259.
- Lim, M. (2012). Clicks, Cabs, and Coffee Houses: Social Media and Oppositional Movements in Egypt, 2004–2011. *Journal of Communication*, 62(2), 231–248.
- Lubin, J. (2012). The “Occupy” movement: emerging protest forms and contested urban spaces. *Berkeley Planning Journal*, 25(1).
- Mayring, P. (2003). Qualitative Inhaltsanalyse : Grundlagen und Techniken (8. Auflage. ed.). Weinheim: Beltz.
- McCarthy, J. D., & Zald, M. N. (1977). Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory. *American Journal of Sociology*, 82(6), 1212–1241.
- Morozov, E. (2011). America’s Internet Freedom Agenda. *New Perspectives Quarterly*, 28: 61–63.
- Müller, M. G. (2011). Iconography and iconology as a visual method and approach. *The SAGE handbook of visual research methods*, 283–97.
- Penney, J., & Dadas, C. (2013). (Re)Tweeting in the service of protest: Digital composition and circulation in the Occupy Wall Street movement. *New Media & Society*
- PEW (2016). Social Media Update, <http://www.pewinternet.org/2016/11/11/social-media-update-2016/>, zuletzt aufgerufen am 28.07.2017.
- Pickerill, J., & Krinsky, J. (2012). Why Does Occupy Matter? *Social Movement Studies*, 11(3–4), 279–287.
- Rieder, B. (2013). Studying Facebook via data extraction: the Netvizz application. In *WebSci '13 Proceedings of the 5th Annual ACM Web Science Conference* (pp. 346–355). New York: ACM.
- Rogers, R. (2013). Digital methods. Cambridge, Massachusetts, The MIT Press.
- Rucht, D. (2013). Demokratie ohne Protest? Zur Wirkungsgeschichte sozialer Bewegungen. *Neue Soziale Bewegungen*, 26(3).
- Rucht, D. (2014). Die Bedeutung von Online-Mobilisierung für Offline-Proteste. In K. Voss (Ed.), *Internet und Partizipation* (115–128). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Rucht, D. (2015). Pegida & Co.–Aufstieg und Fall eines populistischen Unternehmens. Berlin: Friedrich-Ebert Stiftung.

- Sajuria, X. (2015). For social movements, the online world replicates traditional offline structures and networks of social capital. <http://bit.ly/1GBdYiy>, zuletzt abgerufen am 28.07.2017.
- Schmitt, R. (2003). Methode und Subjektivität in der systematischen Metaphernanalyse. In Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research (Vol. 4, No. 2, 22). Deutschland.
- Sommerfeldt, E. (2011). Activist online resource mobilization: Relationship building features that fulfill resource dependencies. *Public Relations Review*, 37(4), 429–431.
- Spitzmüller, Jürgen & H Warnke, Ingo. (2011). Diskurslinguistik. Eine Einführung in Theorien und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse.
- Statista.com (2017). Facebook Usage <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>, zuletzt aufgerufen am 28.07.2017.
- Stepanova, E. (2011). The role of information communication technologies in the “arab spring.” *Ponars Eurasia*, 15, 1–6.
- Steinert-Threlkeld, Z. C., Mocanu, D., Vespignani, A., & Fowler, J. (2015). Online social networks and offline protest. *EPJ Data Science*, 4(1), 19.
- Tarrow, S. G. (2011). Power in movement: social movements and contentious politics (Rev. & updated 3rd ed.). Cambridge; New York: Cambridge University Press.
- Tremayne, M. (2014). Anatomy of Protest in the Digital Era: A Network Analysis of *Twitter* and Occupy Wall Street. *Social Movement Studies*, 13(1), 110–126.
- Tufekci, Z. (2014). Social movements and governments in the digital age: Evaluating a complex landscape. *Journal of International Affairs*, 68(1), 1.
- Tufekci, Z., & Wilson, C. (2012). Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations From Tahrir Square. *Journal of Communication*, 62(2), 363–379.
- Valenzuela, S. (2013). Unpacking the use of social media for protest behavior the roles of information, opinion expression, and activism. *American Behavioral Scientist*, 57(7), 920–942.
- Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation¹. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 875–901.
- Vasi, I. B., & Suh, C. S. (2013). Protest in the Internet age: Public attention, social media, and the spread of “Occupy” protests in the United States. *Unpublished Manuscript*. Retrieved November, 24, 2013.

- Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (1995). Voice and equality : civic voluntarism in American politics. Cambridge, Mass.: Harvard University Press
- Vesnic-Alujevic, L. (2012). Political participation and web 2.0 in Europe: A case study of Facebook. *Public Relations Review*, 38(3), 466–470.
- Vissers, S., & Stolle, D. (2014). Spill-Over Effects Between Facebook and On/Offline Political Participation? Evidence from a Two-Wave Panel Study. *Journal of Information Technology & Politics*, 11(3), 259–275.
- Vorländer, H., Herold, M., Schäller, S.(2015). PEGIDA Entwicklung, Zusammensetzung und Deutung einer Empörungsbewegung. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Zeit Online (2014). Dresden: PEGIDA passt nach Sachsen. <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2014-12/pegida-dresden-politische-tradition>, zuletzt aufgerufen am 28.07.2017

11. Anhang

11.1 Interaktionen Arabischer Frühling

Datum	01.01.2011	02.01.2011	03.01.2011	04.01.2011	05.01.2011	06.01.2011	07.01.2011
Interaktion	61133	35744	32548	26570	37639	34279	70292
	08.01.2011	09.01.2011	10.01.2011	11.01.2011	12.01.2011	13.01.2011	14.01.2011
	18865	14960	18305	7976	12981	13382	123652
	15.01.2011	16.01.2011	17.01.2011	18.01.2011	19.01.2011	20.01.2011	21.01.2011
	57873	59589	49156	36757	24211	45463	59226
	22.01.2011	23.01.2011	24.01.2011	25.01.2011	26.01.2011	27.01.2011	28.01.2011
	40899	36929	57322	43216	117405	106179	3263
	30.01.2011	31.01.2011	01.02.2011	02.02.2011	03.02.2011	04.02.2011	05.02.2011
	3618	4851	5350	103563	111944	55386	73646
	06.02.2011	07.02.2011	08.02.2011	09.02.2011	10.02.2011	11.02.2011	12.02.2011
	73732	149862	147082	200100	167861	297801	219263
	13.02.2011	14.02.2011	15.02.2011	16.02.2011	17.02.2011	18.02.2011	19.02.2011
	167339	129559	126239	103268	79523	93146	79105
	20.02.2011	21.02.2011	22.02.2011	23.02.2011	24.02.2011	25.02.2011	26.02.2011
	51676	101355	67027	72206	122048	70992	143988
	27.02.2011						
	81718						

* keine Interaktion am 29.01.2011

11.2 Interaktionen Occupy Wallstreet

Datum	14.09.2011	15.09.2011	16.09.2011	17.09.2011	18.09.2011	19.09.2011	20.09.2011
Interaktion	47	15	375	3	225	1284	1529
	21.09.2011	22.09.2011	23.09.2011	24.09.2011	25.09.2011	26.09.2011	27.09.2011
	1700	1504	6338	3150	3473	2373	3506
	28.09.2011	29.09.2011	30.09.2011	01.10.2011	02.10.2011	03.10.2011	04.10.2011
	7304	2496	5902	7790	13139	7741	4446
	05.10.2011	06.10.2011	07.10.2011	08.10.2011	09.10.2011	10.10.2011	11.10.2011
	23524	21558	11192	13204	12742	12865	23489
	13.10.2011	14.10.2011	15.10.2011	16.10.2011	17.10.2011	18.10.2011	19.10.2011
	17013	25869	25357	26319	12587	19542	10950
	20.10.2011	21.10.2011	22.10.2011	24.10.2011	25.10.2011	26.10.2011	27.10.2011
	6496	5689	15148	2014	7638	16958	16240
	28.10.2011	29.10.2011	30.10.2011	31.10.2011	01.11.2011	02.11.2011	03.11.2011
	11654	6969	2544	618	3777	3678	12552
	04.11.2011	05.11.2011	07.11.2011	08.11.2011	09.11.2011	10.11.2011	11.11.2011
	11370	9137	2745	4169	1905	9122	4794
	12.11.2011	13.11.2011	14.11.2011	15.11.2011	16.11.2011	17.11.2011	18.11.2011
	4757	4882	3048	30346	11733	13909	12085
	19.11.2011	20.11.2011	21.11.2011	22.11.2011	23.11.2011	24.11.2011	25.11.2011
	9795	10721	3478	8058	6935	4266	2632
	27.11.2011	28.11.2011	29.11.2011	30.11.2011			
	4336	8593	6894	8058			

* keine Interaktionen für den 12.10, 23.10, 06.11, 26.11.
und 01.12 existieren keine Interaktionen

11.3 Interaktionen PEGIDA Wien

Datum	13.12.2014	14.12.2014	15.12.2014	16.12.2014	17.12.2014	18.12.2014	19.12.2014
Interaktion	365	444	424	582	508	1117	979
	20.12.2014	21.12.2014	22.12.2014	23.12.2014	24.12.2014	25.12.2014	26.12.2014
	1477	1112	1953	1745	116	533	1450
	27.12.2014	28.12.2014	29.12.2014	30.12.2014	31.12.2014	01.01.2015	02.01.2015
	758	1649	1488	1092	673	0	0
	03.01.2015	04.01.2015	05.01.2015	06.01.2015	07.01.2015	08.01.2015	09.01.2015
	0	0	0	0	0	0	0
	10.01.2015	11.01.2015	12.01.2015	13.01.2015	14.01.2015	15.01.2015	16.01.2015
	0	0	0	0	290	0	0
	17.01.2015	18.01.2015	19.01.2015	20.01.2015	21.01.2015	22.01.2015	23.01.2015
	0	0	0	0	0	0	0
	24.01.2015	25.01.2015	26.01.2015	27.01.2015	28.01.2015	29.01.2015	30.01.2015
	0	0	0	0	0	0	0
	31.01.2015	01.02.2015	02.02.2015	03.02.2015	04.02.2015	05.02.2015	06.02.2015
	0	0	0	883	83	0	0
	07.02.2015	08.02.2015	09.02.2015	10.02.2015	11.02.2015	12.02.2015	13.02.2015
	0	0	0	0	154	840	164
	14.02.2015	15.02.2015	16.02.2015	17.02.2015	18.02.2015	19.02.2015	20.02.2015
	0	0	325	0	0	141	0
	21.02.2015	22.02.2015	23.02.2015	24.02.2015	25.02.2015	26.02.2015	27.02.2015
	0	0	595	0	0	0	0
	28.02.2015	01.03.2015	02.03.2015	03.03.2015	04.03.2015	05.03.2015	06.03.2015
	0	0	0	0	0	0	193
	07.03.2015	08.03.2015	09.03.2015	10.03.2015	11.03.2015	12.03.2015	13.03.2015
	132	205	553	417	337	421	183
	14.03.2015	15.03.2015	16.03.2015	17.03.2015	18.03.2015	19.03.2015	20.03.2015
	70	1023	886	683	376	704	104
	21.03.2015	22.03.2015	23.03.2015	24.03.2015	25.03.2015	26.03.2015	27.03.2015
	191	747	387	760	499	0	272
	28.03.2015	29.03.2015	30.03.2015	31.03.2015	01.04.2015	02.04.2015	03.04.2015
	130	658	126	278	68	565	193
	04.04.2015	05.04.2015	06.04.2015	07.04.2015	08.04.2015	09.04.2015	10.04.2015
	1231	275	1365	628	1065	1589	320
	11.04.2015	12.04.2015	13.04.2015	14.04.2015	15.04.2015	16.04.2015	17.04.2015
	113	353	667	1255	1413	2387	647
	18.04.2015	19.04.2015	20.04.2015	21.04.2015	22.04.2015	23.04.2015	24.04.2015
	974	765	2943	1264	374	197	546
	25.04.2015	26.04.2015	27.04.2015	28.04.2015	29.04.2015	30.04.2015	
	65	477	346	835	1334	854	

11.4 Codebuch

Code Nummer	Code	Subcode
1.	Zeichen kollektiver Identität	
1.1		Fahnen
1.2		Parolen, Slogans
1.3		Metaphern
2.	PEGIDA	
2.1		PEGIDA Wien
2.2		Pegida (andere)
3.	Islam	
3.1		Islamisierung
3.2		Islamophobie
3.3		Kopftuch
4.	Presse	
4.1		Lügenpresse
4.2		Anderes
5.	Mobilisierung	
5.1		Mobilisierungsaufrufe
5.2		Andere
6.	Anderes	

Abstract

This thesis puts emphasis on the role of social media networks within the protests on Tahrir Square, Occupy Wallstreet and PEGIDA Vienna. The main focus is on how these movements emerged and how they used social media for mobilizing people for their protest events. Furthermore the role of social media in regard of communication and organizing the protests was paid attention to. To display the reciprocities between the activities within protest events and social media, the usage of the respective Facebook Pages was conducted and analyzed. The results were put in context with the Resource Mobilization Theory according to McCarthy and Zald (1977) and Dieter Rucht's work on the On- and Offline Mobilization.

This offered a broader understanding on the role of social media within these three selected protest movements.