



Münchener Beiträge zur Politikwissenschaft

herausgegeben vom
Geschwister-Scholl-Institut
für Politikwissenschaft

2019

Clara Bohle

**Neue Soziale Bewegungen 2.0:
Mobilisierungspotenzial im
Digitalen Zeitalter am Beispiel
der
#NeverAgain-Bewegung.**

Bachelorarbeit bei
Dr. Tanja Zinterer
2018

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	5
2. Kontext: Waffenpolitik und Waffengewalt in Amerika	7
3. Theorie	10
3.1. Soziale Bewegungen in der Protest- und Bewegungsforschung.....	10
3.2. Soziale Bewegungen im Digitalen Zeitalter.....	11
3.3. Theoretischer Rahmen.....	15
3.3.1. Political-Opportunity Structure.....	16
3.3.2. Ressourcenmobilisierungs-Ansatz.....	17
3.3.3. Framing-Ansatz	19
4. Methode.....	20
4.1. Datengrundlage.....	20
4.2. Analyse.....	21
4.3. Operationalisierung.....	22
5. Fallstudie: Die #NeverAgain-Bewegung.....	24
5.1. Ergebnisse.....	24
5.2. Diskussion	35
5.2.1. Methodendiskussion.....	35
5.2.2. Erkenntnisdiskussion.....	36
6. Fazit.....	41
Literaturverzeichnis	43
Anhang	55

Abkürzungsverzeichnis

MFOL	March For Our Lives
NRA	National Rifle Association
OWS	Occupy Wall Street Bewegung
POS	Political Opportunity Structures
RM-Ansatz	Ressourcenmobilisierungsansatz
SMO	Social Movement Organization
USA	Vereinigte Staaten von Amerika

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Typologie Collective und Connective Action	14
Abbildung 2: Theoretisches Modell.....	16
Abbildung 3: Verteilung der Tweets nach Kanal.....	24
Abbildung 4: Die Online-Kommunikation Zeitverlauf.....	24

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kategoriensystem	23
Tabelle 2: Verhältnis Tweets zu Retweets	25
Tabelle 3: Political Opportunity Structures	25
Tabelle 4: Ressourcenmobilisierungsstrategie.....	29
Tabelle 5: Kollektives und Individuelles Handeln.....	30
Tabelle 6: Framing-Prozess.....	31
Tabelle 7: Frame-Art.....	31

1. Einleitung

In der Protest- und Bewegungsforschung wird das 21. Jahrhundert auch als das „Jahrzehnt der Protestbewegungen“ (Kneuer / Richter 2015:13) bezeichnet. Weltweit sind (trans-) nationale Massenprotestbewegungen wie die Occupy Wall Street Bewegung (OWS), die Indignados in Spanien oder die Black Lives Matter Bewegung in den Vereinigten Staaten (USA) zu beobachten, die in kürzester Zeit hunderttausende Menschen über soziale Netzwerke mobilisierten. Diese Protestbewegungen stellen nicht nur nationale Regierungen vor große Herausforderungen, sondern auch die Protest- und Bewegungsforschung: Wie lässt sich der rasante Anstieg dieser weltweit zu beobachtenden partizipativen Schübe im 21. Jahrhundert erklären?

Die Wissenschaft sieht einen klaren Zusammenhang zwischen dem Aufstieg des Web 2.0¹ und den ab dem Jahr 2010 zu beobachtenden neuartigen Protestbewegungen. Als Schlüsselmoment wird in der Literatur regelmäßig auf den Arabischen Frühling verwiesen (vgl. Gerbaudo 2012; Khondker 2011). Diese Revolutionsbewegungen in der arabischen Welt formierten und mobilisierten sich zum Großteil über soziale Netzwerke², weshalb einige Forscher wie Castells (2015), Bennett / Segerberg (2012) oder Margetts / John / Hale / Yasseri (2016) davon ausgehen, dass sich durch den rasanten Anstieg der Bedeutung sozialer Netzwerke, sowohl im gesellschaftlichen, als auch im politischen Leben, eine neue Art der sozialen Bewegung herausgebildet hat: Die Neuen Sozialen Bewegungen 2.0.³ Dieser neue Typus sozialer Bewegungen weist im Vergleich zu seinen Vorgängern, den klassischen sozialen Bewegungen der 1920er Jahre und den Neuen Sozialen Bewegungen der 1960er und 1970er Jahre grundlegende Unterschiede auf: Die Neuen Sozialen Bewegungen 2.0 folgen einer fundamental anderen Mobilisierungs- und Organisationsdynamik, die von Bennett / Segerberg (2012: 753) als „*connective action*“ bezeichnet wird. Sie treten spontan und innerhalb kürzester Zeit auf und mobilisieren unabhängig von politischen Parteien und traditionellen Medien (Castells 2015: 3f.). Auch wenn einige Forscher*innen der Protest- und Bewegungsforschung wie Rucht (2014) oder Morozov (2009a; 2009b) der These der Entstehung einer neuen Art sozialer Bewegung im digitalen Zeitalter widersprechen und soziale Medien bloß als zusätzliches Kommunikationsmittel betrachten, so besteht wissenschaftlicher Konsens insofern, als dass soziale Medien auf die eine oder andere Weise Protestverhalten und Mobilisierungsprozesse langfristig verändert haben.

¹ „Web 2.0 is a web platform that can accommodate interactive information sharing, interoperability, user-centred design and collaboration on the World Wide Web, and is characterised by applications such as video-sharing sites, wikis, blogs and SNS (e.g. Facebook, YouTube, Twitter)“ (Theocharis 2012: 167).

² In der folgenden Arbeit werden „Soziale Netzwerke“, „das Web 2.0“, „soziale Medien“ und „digitale Medien“ synonym verwendet.

³ Die Neuen Sozialen Bewegungen 2.0 werden in der Literatur auch als „E-movements“ (Earl / Kimpton 2011: 5ff.) oder „networked social movements“ (Castells 2015: 3) bezeichnet. In dieser Arbeit wird aus Gründen der Einheitlichkeit der Überbegriff „Neue Soziale Bewegung 2.0“ verwendet.

Der 14.02.2018 wird als Geburtsstunde einer, von Jugendlichen angeführten, neuen sozialen Bewegung gesehen, die plötzlich und überraschend die politische Bühne in den USA betreten hat: Die #NeverAgain-Bewegung. Diese, von überlebenden Schüler*innen des Amoklaufs von Parkland, Florida, gegründete Bewegung, entwickelte sich in kürzester Zeit zu einer nationalen Protestbewegung, die seitdem mittels einer geschickten und emotionalen *Social-Media*-Strategie für eine Verschärfung der Waffengesetzgebung in den USA kämpft. Obwohl es sich bei den Aktivist*innen größtenteils um Jugendliche und Kinder handelt, die zum einen über stark begrenzte Ressourcen und zum anderen über geringe Einflussmöglichkeiten auf politische Prozesse verfügen, schafften sie es am 24.03.2018 mehr als 800.000 Unterstützer*innen in Washington und an weiteren 800 Orten weltweit zur Teilnahme an einem der größten Protestmärsche der US-Geschichte, dem *MarchForOurLives* (MFOL),⁴ zu mobilisieren (Durando 2018). Amerikanische Medien sprechen daher auch von dem „Frühlingserwachen“ (Schulman 2018) einer ganzen Generation von Jugendlichen.

Der Frage, inwiefern soziale Medien das politische Leben beeinflussen, gehen viele Forscher*innen der Sozialwissenschaften aktuell hinsichtlich des Einflusses auf Wahlkämpfe (vgl. Tumasjan / Sprenger / Sandner / Welpe 2010; Larsson / Moe 2012), oder des Zusammenhangs zwischen sozialen Medien und Populismus nach (vgl. Oliver / Rahn 2016). Der Einfluss sozialer Medien auf Protestbewegungen ist zur Zeit eines der Hauptinteressensgebiete der Protest- und Bewegungsforschung und Erkenntnisse diesbezüglich sind von hoher Bedeutung, um diese neuen Bewegungen einerseits ganzheitlich zu verstehen, andererseits besser prognostizieren zu können. Die Forschungsdichte bezüglich einiger ausgewählter Neuer Sozialer Bewegungen 2.0 ist dabei sehr hoch, wie bei der OWS (vgl. DeLuca / Lawson / Sun 2012; Tremayne 2014), der Indignados- (vgl. Castaneda 2012) oder der Umbrella-Bewegung (vgl. Lee / Chan 2018). Allerdings fehlt es einerseits an Erkenntnissen über den konkreten Online-Mobilisierungsprozess der #NeverAgain-Bewegung, andererseits versuchen nur wenige der vorhandenen Studien durch Verknüpfung bestehender Theorien der Protest- und Bewegungsforschung, Erkenntnisse über diese Mobilisierungsprozesse zu sammeln. Während die Forschungsdichte bezüglich der allgemeinen Waffendebatte in den USA sehr hoch ist (vgl. Kerr 2018; Spitzer 2018; Vizzard 2015), existiert laut Goss (2006:14) eine gravierende Forschungslücke in Bezug auf Erkenntnisse über die Gun-Control-Bewegung in den USA.

Aus diesem Kontext ergeben sich zwei Forschungsfragen, die als Grundlage der folgenden Arbeit dienen:

RQ1: Wie beeinflussen soziale Medien die Mobilisierungsstrategie der #NeverAgain-Bewegung?

RQ2: Inwiefern kann die #NeverAgain-Bewegung als eine „Neue Soziale Bewegung 2.0“ betrachtet werden?

⁴ MFOL (MarchForOurLives) steht sowohl für das Großevent MarchForOurLives, welches am 24.03.2018 in Washington und an weiteren Orten weltweit stattfand, als auch für die gleichnamige übergeordnete Organisation der Bewegung.

Die Bearbeitung dieser Fragen ist nicht nur aus wissenschaftlicher Sicht von Interesse, sondern besitzt auch konkrete politische und gesellschaftliche Relevanz. Zunächst dürfen viele der (Post-) Millennials⁵, die den Großteil der #NeverAgain Aktivist*innen ausmachen, im November 2018 zum ersten Mal im Rahmen der *Midterm Elections* wählen und werden dabei einen nicht zu unterschätzenden Teil der Wahlbevölkerung darstellen (Fry 2018). In Folge des nationalen Protests verabschiedeten neben Florida zehn weitere Bundesstaaten strengere Waffengesetze (Park 2018) und die National Rifle Association (NRA) wurde durch Online-Boykotte der Bewegung wirtschaftlich stark geschwächt.

Das Ziel dieser Arbeit ist es daher durch eine geschickte Verknüpfung bestehender Theorien der Protest- und Bewegungsforschung (Political Opportunity Structure (POS), Ressourcenmobilisierungs-Ansatz (RM-Ansatz), *Framing*-Ansatz) und einer quantitativ-qualitativen Inhaltsanalyse die Rolle, die soziale Medien bei der Mobilisierung Neuer Sozialer Bewegungen 2.0 spielen, am Fallbeispiel der #NeverAgain-Bewegung zu analysieren.

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in fünf Teile: Um die #NeverAgain-Bewegung in einen größeren gesamtgesellschaftlichen Kontext einzuordnen, wird zunächst der Status Quo der amerikanischen Waffenpolitik beleuchtet. Anschließend folgt die theoretische Einbettung anhand aktueller Erkenntnisse über soziale Bewegungen im digitalen Zeitalter und die detaillierte Erklärung des Theorie-Mixes aus POS, RM- und *Framing*-Ansatz. Das Vierte Kapitel befasst sich mit der Darstellung und Beschreibung der verwendeten Methoden. Im fünften Kapitel werden die Ergebnisse der Fallstudie präsentiert und mit Blick auf die Forschungsfrage diskutiert. Abschließend folgt eine Einschätzung, inwiefern die #NeverAgain-Bewegung als „Neue Bewegung 2.0“ bezeichnet werden kann.

2. Kontext: Waffenpolitik und Waffengewalt in Amerika

„A well regulated militia being necessary to the security of a free state, the right of the people to keep and bear arms shall not be infringed.“ – (U.S. Const. Amend. II)

Dieser kurze Satz des zweiten Verfassungszusatzes der amerikanischen Verfassung steht im Mittelpunkt einer fortwährend intensiv geführten und höchst kontroversen Debatte um das individuelle Recht auf Waffenbesitz und die Verantwortung und Grenzen staatlichen Handelns (Spitzer 2018: 5). Das Recht auf Waffenbesitz geht weit über das bloße Recht auf Selbstverteidigung hinaus und gilt als tief in der amerikanischen Kultur und Identität verwurzelt (Spitzer 2018: 16f.). Keine andere politische und gesellschaftliche Debatte hat es geschafft sich mit einer solch hohen Intensität und Dauer auf der

⁵ Das Pew Research Institute definiert die Millennials als demographische Kohorte von Menschen, die zwischen 1981 und 1996 geboren wurden (Dimock 2018). Die darauffolgende Generation, also Menschen, die nach 1996 geboren wurden, werden als „Post-Millennials“ (Dimock 2018) bezeichnet. Die Aktivist*innen der #NeverAgain-Bewegung setzen sich aus beiden Kohorten zusammen, daher werden in der folgenden Arbeit beide Begriffe synonym verwendet.

nationalen Agenda zu halten (Spitzer 2018: 5) und laut Parker / Horowitz / Igielnik / Oliphant / Brown (2017: 12f.) ist sogar eine zunehmende Polarisierung der Debatte in den letzten Jahren zu beobachten.

Schätzungen gehen davon aus, dass sich aktuell ca. 310 Millionen Schusswaffen in den Händen von amerikanischen Privatbürger*innen befinden (Krouse 2012: 8). Gleichzeitig sterben durchschnittlich 96 Amerikaner*innen pro Tag durch Schusswaffengebrauch (Everytown For Gun Safety 2018). Vor allem Jugendliche und Kinder werden immer wieder Opfer von Waffengewalt. Allein im laufenden Jahr 2018 wurden rund 1.680 Kinder und Teenager durch Schusswaffengebrauch verwundet oder getötet (Gun Violence Archive 2018).⁶ Die Waffendebatte wird in besonderem Maße von (Schul-)Amokläufen geprägt (Kerr 2018: 3). Auch wenn Bildungseinrichtungen im Vergleich zu anderen Orten als sicher gelten (Spitzer 2018: 104), kommt es doch im Durchschnitt einmal pro Woche zu einem Amoklauf an einer amerikanischen Bildungseinrichtung (Ahmed / Walker 2018). Zwar provozieren Schulamokläufe regelmäßig einen gewaltigen gesellschaftlichen Aufschrei (Spitzer 2018: 72f.), jedoch führte langfristig kein Amoklauf der letzten Jahre zu radikalen Reformen der Waffenpolitik und politische Handlungen beschränkten sich lediglich auf die Erhöhung von Sicherheitsstandards in Schulen und die Einführung von Anti-Mobbing Programmen (vgl. Kerr 2018)⁷.

Das aktuelle amerikanische Waffenrecht zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass auf nationaler Ebene nur eine geringe Anzahl an Waffengesetzen existiert (Spitzer 2018: 1), gleichzeitig aber eine Reihe von „*loopholes*“ (DeGrazia / Hunt 2016: 231f.) das bestehende Recht durchlöchern. Kerr (2018: 43) identifiziert seit 2009 eine klare Stagnation der amerikanischen Waffenpolitik, welche auf vier Faktoren zurückzuführen ist: 1) das „*dysfunctional political system*“ (DeGrazia / Hunt 2016: 241), 2) die föderale Struktur der USA, 3) die stark verwurzelte „*social gun culture*“ sowie 4) die Existenz einer starken Waffen-Lobby bei gleichzeitiger Schwäche der gegenläufigen Gun-Control-Bewegung.

Zum einen trägt der allgemeine Zustand des politischen Systems, der als „dysfunktional“ (DeGrazia / Hunt 2016:241) beschrieben wird, zur anhaltenden Stagnation bei. Besonders der Kongress, der als wichtigster Ansatzpunkt für die Waffengesetzgebung gilt (Spitzer 2018: 226), ist kaum in der Lage Gesetze durchzusetzen, die gegen die Interessen von starken Lobby-Gruppen wirken (De Grazia und Hunt 2016: 241). Aktuell wird er in beiden Häusern von einer republikanischen Mehrheit dominiert, die eine Verschärfung des Waffenrechts grundsätzlich unwahrscheinlich macht (Fleming / Rutledge / Dixon / Peralta 2016: 6). Kongressabgeordnete sind darüber hinaus finanziell stark von privaten Geldgeber*innen wie der NRA abhängig, sodass das Thema *Gun Control* im Härtestfall über politischen Erfolg und Misserfolg entscheiden kann (DeGrazia / Hunt 2016: 241f.). Ferner führt der stark ausgeprägte Föderalismus und die damit einhergehende große Macht von Bundesstaaten und lokalen

⁶ Stand: 03.07.2018.

⁷ Kerr (2018) bezieht sich in ihrer Analyse der amerikanischen Waffenpolitik auf die Amokläufe Columbine (1999), Virginia Tech (2007) und Sandy Hook (2012).

Regierungen zur Stagnation in der Waffenpolitik und zu einer hohen Variation an Waffengesetzen innerhalb der USA (Kerr 2018: 31f.). Auch wenn einzelne Staaten versuchen Waffengewalt durch eine strengere Regulierung einzuschränken, können sie so nicht gegen das Problem der inner- und intrabundesstaatlichen Mobilität von Waffen vorgehen (Spitzer 2018: 238). Viele Autor*innen betonen die Existenz einer „*social gun culture*“ in Amerika, die besonders aus dem libertären Erbe der amerikanischen Kultur und Geschichte stammt und eng vernetzt ist mit der nationalen Identität (DeGrazia / Hunt 2016: 230ff.). Waffen symbolisieren Werte wie Freiheit oder Unabhängigkeit und nehmen damit einen wichtigen Teil im amerikanischen Selbstverständnis ein (Kohn 2004: 61). Auch wenn Waffenbesitz weiterhin eine große Rolle bei der Wahlentscheidung spielt, zeigen aktuelle Umfragen, dass 67% der Amerikaner*innen eine strengere Regulierung der Waffengesetzgebung befürworten (Gallup Institute 2018).

Zum aktuellen Status Quo tragen auch die Stärke der Waffenbefürworter*innen der Gun-Rights-Bewegung und die Schwäche der Waffengegner*innen der Gun-Control-Bewegung bei. Während die NRA eine mächtige politische Einflussgröße darstellt, wird die Gun-Control-Bewegung als „nicht existent“ und schwach beschrieben (vgl. Goss 2006). Die NRA gilt als der inoffizielle Kopf der Gun-Rights-Bewegung in den USA und hat es geschafft die amerikanische Waffendebatte in hohem Maße nach ihren Grundsätzen zu beeinflussen (Spitzer 2018:130). Der Besitz von Waffen gilt als fundamentales individuelles Recht des Einzelnen und Waffengewalt wird als „*inevitable by-product of a modern, complex society*“ (Spitzer 2018:78) angesehen. Die heutige Macht der NRA erklärt sich vor allem historisch aus staatlich bewilligten Subventionen, die den Aufbau der Organisation begünstigten, der klaren und einfach verständlichen Botschaft, dem ausgeprägten Anreizsystem für die knapp vier Millionen NRA-Mitglieder*innen sowie dem stattlichen Budget für Lobby-Aktivitäten (Spitzer, 2018: 130ff.). Die NRA besitzt zum einen direkten Zugang zum politischen System und kann dadurch Druck auf Abgeordnete und deren Abstimmungsverhalten ausüben (Spitzer 2018: 144ff.). Gleichzeitig beeinflusst sie indirekt über geschicktes Selbst-Marketing und Politiker-Bewertungen das Wahlverhalten ihrer Mitglieder*innen (ebd.).

Im Gegensatz dazu besitzt die Gun-Control-Bewegung nur geringen direkten Zugang zu politischen Einflusskreisen. Sie wird von Goss als „missing“ (2006:190ff.) bezeichnet, da sich auch nach vielen Jahren des Protests und der intensiven Lobby-Arbeit keine klare Gegenbewegung zur Gun-Rights-Bewegung herausbilden konnte. Die wohl größte und bekannteste Organisation der Gun-Control Bewegung ist die *Brady Campaign*, die mit ca. 600.000 Mitgliedern und ähnlichen Taktiken wie die NRA für strengere Waffengesetze kämpft (Spitzer 2018:152ff.).⁸ Obwohl die Gun-Control-Bewegung heute organisatorisch und finanziell besser aufgestellt ist als je zuvor und die öffentliche Meinung hinter sich vereint (Kerr 2018: 235f.), fehlt es ihr an Macht und Stärke, um ein wahrer Gegenspieler zur Gun-

⁸ Der vollständige Name der Organisation lautet *Brady Campaign to Prevent Gun Violence*.

Rights-Bewegung zu sein (vgl. Goss 2006). Goss (2006: 190ff.) identifiziert als Gründe dafür vor allem die fragmentierte Steuerung der Bewegung und die Fixierung zu großer, unerreichbarer Ziele.

Der Status Quo lässt sich demnach folgendermaßen zusammenfassen: Hohe Waffengewalt und Waffenbesitzraten, bei gleichzeitig wenig Regulierung, prägen den Status Quo der amerikanischen Waffendebatte. Obwohl wissenschaftliche Daten belegen, dass Orte, in denen der Waffenbesitz gering ist, ebenfalls geringere Raten an Waffengewalt aufzeigen (Kates / Mauser 2007: 670ff.) und auch die öffentliche Meinung eine stärkere Regulierung befürwortet (Gallup Institute 2018), besteht weiterhin ein „*Opinion-Policy-Gap*“ (Spitzer 2018: 166) in der amerikanischen Waffenpolitik.

3. Theorie

3.1. Soziale Bewegungen in der Protest- und Bewegungsforschung

Soziale Bewegungen gelten seit Menschengedenken als „*treibende Kraft sozialen Wandels*“ (Kern 2008: 9) und sind fester Bestandteil unserer „*Bewegungsgesellschaften*“ (Rucht und Neidhardt 2002: 7f.). Die Protest- und Bewegungsforschung gewann vor allem durch die Neuen Sozialen Bewegungen der 1960er Jahren an Bedeutung und weitete sich vom ursprünglich soziologischen Hintergrund auf andere Forschungsdisziplinen der Sozialwissenschaften, aber auch der Psychologie, aus (della Porta 2014:1). Während sich die Wissenschaft zu Beginn vor allem mit den Ursprüngen und Gründen für das Auftreten der „klassischen“ sozialen Bewegungen wie der Arbeiterbewegung der 1920er Jahre beschäftigte und Protestverhalten als irrationales Handeln in Zeiten gesellschaftlicher Umgestaltung verstand (Buechler 2016:111), änderte sich dieses vorherrschende Verständnis mit dem Aufkommen der Neuen Sozialen Bewegungen in den 1960er Jahren rapide. Forscher wie McCarthy und Zald (1977, 1987), Oberschall (1973) und Tilly (1978) analysierten detailliert Organisations- und Mobilisierungsprozesse innerhalb sozialer Bewegungen, in denen Aktivist*innen nun rational handelnde und organisierte Akteur*innen darstellen, die strategisch Ressourcen mobilisieren, Aktionen planen und konkrete Ziele anstreben (Buechler 2016: 111ff.). Mit fortschreitenden Globalisierungsprozessen und der digitalen Revolution zu Beginn der 2000er Jahre wurde die dritte Phase der Protest- und Bewegungsforschung eingeläutet, die vordergründig den Einfluss sozialer Medien auf Protestverhalten (vgl. Castells 2015; Margetts et al. 2016; Earl / Kimpton, 2011; Bennett / Segerberg, 2012) und die zunehmende Transnationalität dieser neuen Bewegungen untersucht (vgl. della Porta / Tarrow 2005; della Porta 2007).

Innerhalb der Protest- und Bewegungsforschung existieren viele unterschiedliche Definitionen, die die diversen Formen des Phänomens der Sozialen Bewegungen zu beschreiben versuchen. Snow / Soule / Kriesi (2004) definieren Soziale Bewegungen als “*collectivities acting with some degree of organization and continuity outside of institutional or organizational channels for the purpose of challenging or*

defending extant authority, whether it is institutionally or culturally based, in the group, organization, society, culture, or world order of which they are a part“ (Snow et al. 2004: 11). Soziale Bewegungen zeichnen sich demnach dadurch aus, dass sie durch die Wahl kreativer und unkonventioneller Aktionsformen versuchen bestimmte politische oder gesellschaftliche Strukturen zu destabilisieren und Machtverhältnisse langfristig zu verändern (Lindekilde 2014: 206). Als zentrales Element von sozialen Bewegungen werden die zugehörigen Bewegungsorganisationen (SMO) gesehen (vgl. McCarthy / Zald 1977; Zald / McCarthy 1979). Eine solche wird definiert als „*complex, or formal, organization which identifies its goal with the preferences of a social movement or a countermovement and attempts to implement those goals*“ (McCarthy / Zald 1977: 1218). Sie sind essentiell, um kollektives Handeln zu koordinieren und aufrechtzuerhalten und gelten als das Aushängeschild der Bewegung (della Porta und Diani 2006: 138).

3.2. Soziale Bewegungen im Digitalen Zeitalter

Der Aufstieg des Web 2.0 und die Gründung der ersten sozialen Netzwerke hat nicht nur die private Kommunikation fundamental verändert, sondern auch die politische Kommunikation in eine Umbruchphase gestürzt (Chadwick / Dennis / Smith 2016:7), die in Folge bestehende Konzepte und Annahmen der Protestforschung grundsätzlich in Frage stellt. Das Web 2.0 hat dabei die Art und Weise wie Informationen produziert, geteilt und aufgenommen werden, revolutioniert. Die Massenkommunikation des 21. Jahrhunderts wird nicht mehr durch institutionelle Akteure monopolistisch kontrolliert, sondern erfolgt über andere Kanäle wie etwa die sozialen Medien, die einer fundamental anderen Dynamik, als ihre traditionellen Vorgänger, unterliegen (Castells 2015: 2). Nach Rucht (2014: 77ff.) zeichnen sich soziale Medien besonders durch geringe Nutzungskosten, hohe Interaktivität und Geschwindigkeit, globale Reichweite, ungefilterte Informationsweitergabe und die Verknüpfung von Sprache und anderen multimedialen Inhalten aus.

Soziale Medien werden in der folgenden Arbeit als „*a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of User Generated Content*“ (Kaplan / Haenlein 2010: 61) definiert. Kommunikation im 21. Jahrhundert wird gerade nicht mehr von passiver Informationsaufnahme geprägt, sondern Nutzer*innen werden zu aktiven Produzent*innen von Medieninhalten (*user-generated content*) und können so den öffentlichen Diskurs potentiell mitgestalten (Juris 2012: 261).

Die wissenschaftliche Debatte bezüglich sozialer Bewegungen im digitalen Zeitalter lässt sich grob in zwei gegenläufige Strömungen unterteilen. Während die Kritiker*innen (vgl. Rucht 2014; Morozov 2009a, 2009b) den Einfluss sozialer Medien vor allem als negativ und teilweise erfolgshemmend beurteilen, spricht Castells (2015) von der Entstehung einer „*new species of social movement*“ (Castells 2015: 15), eingeläutet durch eine neue Ära der Protestmobilisierung. Was diese neue Ära von

vorangegangenen Bewegungsphasen fundamental unterscheidet, ist die Nutzung sozialer Netzwerke, die einen vollständig neuen Typus sozialer Bewegungen hervorgebracht hat. Diesen Neuen Sozialen Bewegungen 2.0 werden viele „Superkräfte“ nachgesagt. Sie befeuern nicht nur die politische Willensbildung und stärken die Demokratie (vgl. della Porta 2013; Shirky 2011), sondern ermächtigen besonders ressourcenschwache Akteur*innen bei der Durchsetzung ihrer Ziele (Castells 2015: 21ff.).

Soziale Medien beeinflussen Soziale Bewegungen auf drei Ebenen⁹: Zum einen verändern sie das Protestverhalten auf der Mikro-Ebene des Individuums durch neue verfügbare Protestformen und gesunkene Partizipationskosten. Zum anderen wirken sie in direkter Weise auf Organisations- und Mobilisierungsstrukturen von SMOs auf der Meso-Ebene. Auf der Makro-Ebene ist vor allem die Revolution des traditionellen Mediensystems zu nennen, welche den Zugang von sozialen Bewegungen zum politischen System nachhaltig verändert hat.

Soziale Medien begünstigen die Entstehung völlig neuer Partizipationsformen für Individuen. Neben traditionellen Formen der Partizipation wie Wahlen oder klassische Petitionen treten nun innovative Online-Protestformen in den Vordergrund. Diese neu entstandenen Partizipationsformen wie Online-Petitionen oder Online-Boykotte werden von Margetts et al (2016) als „*microdonations*“ (Margetts et al. 2016: 55ff.) betitelt und zeichnen sich dadurch aus, dass sie sehr niederschwellig ansetzen, kostengünstig, vielfältig und schnell umsetzbar sind. Gleichzeitig erhöhen diese niederschwellige Online-Partizipationsakte die Sichtbarkeit kollektiver Handlungen durch das Teilen auf sozialen Netzwerken (Margetts et al. 2016: 69f.). Die Partizipationskosten für Aktivist*innen werden durch Online-Aktivitäten enorm abgesenkt, da das Unterzeichnen einer Online-Petition deutlich weniger Zeit und Ressourcen kostet als traditionelle Formen und darüber hinaus keine physische Präsenz fordert (ebd.). Durch diese neuen Partizipationsformen nehmen nicht nur potentiell mehr Leuten an Protestaktionen teil, sondern zusätzlich werden gesellschaftliche Gruppen zur Beteiligung motiviert, die im Regelfall eher wenig partizipatorisch aktiv sind, darunter vor allem junge Menschen (Vromen, Xenos und Loader, 2015: 95f.). Neue innovative und online-basierte Aktionsformen machen Beteiligung für Individuen nicht nur einfacher, sondern erodieren auch das Monopol, dass zuvor SMOs beim Entwurf und der Vorgabe von Aktivitäten ausübten (Bimber / Flanagan/ Stohl 2005: 366). Aktivist*innen ist es durch soziale Medien heute nicht nur erlaubt an neuen Aktionsformen teilzunehmen, sondern diese auch selbst zu erschaffen (ebd.).

Auch die SMOs sehen sich mit drastischen Umbrüchen im digitalen Zeitalter konfrontiert. Einige Forscher*innen der Protest- und Bewegungsforschung gehen davon aus, dass die Nutzung sozialer

⁹ In der folgenden Arbeit wird, angelehnt an den Ansatz von Orsini (2014), zwischen drei verschiedenen Analyseebenen unterschieden: Auf der Mikro-Ebene wird individuelles Protestverhalten betrachtet, während die Meso-Ebene Aufschluss über Organisationsstrukturen sozialer Bewegungen bietet. Auf der Makro-Ebene werden soziale Bewegungen im gesellschaftlichen Gesamtsystem betrachtet.

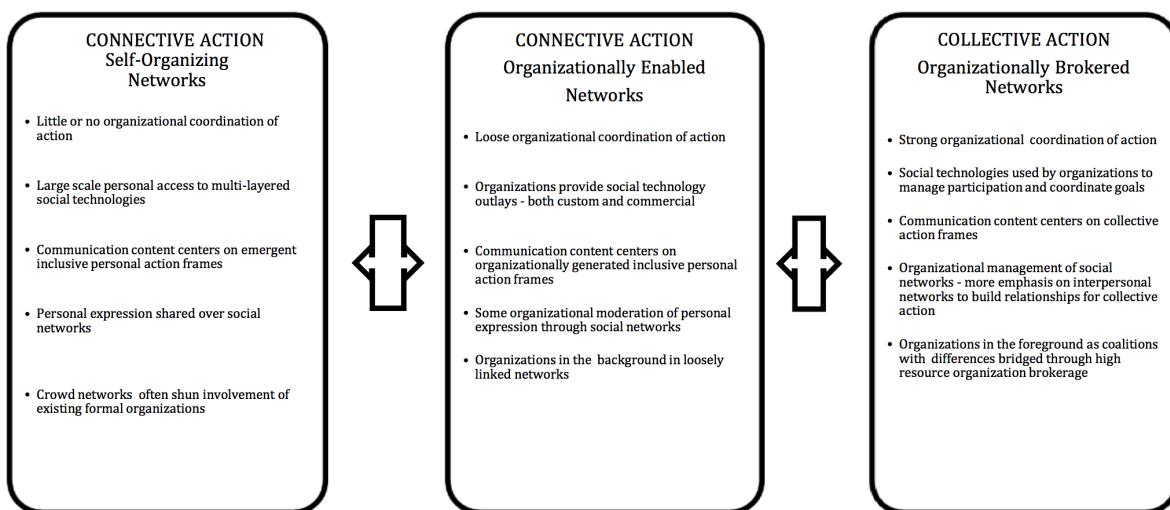
Medien die zu Grunde liegenden Dynamiken der Mobilisierung und Organisation von SMOs fundamental verändert (vgl. Bennett / Segerberg 2012). Durch die Verfügbarkeit und den Einsatz digitaler Medien können Organisationskosten enorm gesenkt werden und Mobilisierungsprozesse, die zuvor äußerst ressourcenintensiv waren, haben sich enorm vergünstigt. Digitale Medien werden zu „*organizing agents*“ (Bennett / Segerberg, 2012: 750), die 1) Mobilisierungskosten, 2) Koordinationskosten, 3) Partizipationskosten und 4) Kommunikationskosten erheblich senken.

Durch niedrigere Organisationskosten entstehen langfristig neue Organisationsformen innerhalb sozialer Bewegungen (vgl. Bennett / Segerberg 2012). Shirky (2008) beschreibt diesen Prozess in seiner Arbeit als „*organizing without organization*“. Anstelle von hierarchisch-zentralisierten Strukturen ist eine zunehmende Dezentralisierung der Organisationsstruktur hin zu der Entstehung loser Netzwerke zu erkennen (Bennett /Segerberg 2012: 754ff.). Oft besitzen diese neuen Organisationsstrukturen keine Führungselite oder lehnen diese offen ab, denn die Koordination und Planung wird dezentral im Netzwerk ausgeführt (Castells 2015: 4). Neue Soziale Bewegungen 2.0 funktionieren eher gemäß einer „Schwarmintelligenz“ (Tsatsou 2018:4), in der jeder Aktivist potentiell Führungspositionen übernehmen kann. Gleichzeitig findet eine zunehmende Personalisierung (Bennett /Segerberg 2012: 745) und Emotionalisierung (Kneuer / Richter 2015: 25f.) innerhalb der Neuen Sozialen Bewegungen 2.0 statt. Während in den sozialen Bewegungen der ersten und zweiten Phase ein kollektives „Wir-Gefühl“ vorherrschend war (Baringhorst, 2014: 97), wurde dieses größtenteils durch informelle Mitgliedschaften in zwanglosen Netzwerken und personalisierte sowie individualisierte Identitätsdebatten ersetzt (Bennett / Segerberg, 2012: 744). Eine weitere Eigenschaft, die dem neuen Typ Sozialer Bewegung zugeschrieben wird, ist die Unabhängigkeit von traditionellen Medien und Parteien (Castells 2015: 115). Durch soziale Medien können Bewegungen ihre Botschaft ungefiltert außerhalb des traditionellen Mediensystems in die Öffentlichkeit tragen und schaffen es so selbstständig gesellschaftliche Aufmerksamkeit zu erzeugen. Bewegungen wie OWS organisieren sich fernab institutioneller Akteure wie beispielsweise Parteien und weisen gleichzeitig häufig das Fehlen klarer politischer Zielsetzungen auf (Castells 2015: 187ff.).

Bennett und Segerberg (2012: 756ff.) unterscheiden zwischen drei Formen kollektiven Handelns im digitalen Zeitalter (Abb.1). Traditionelle soziale Bewegungen werden als „*organizationally brokered networks*“ bezeichnet und weisen starke, zentral und hierarchisch strukturierte SMOs auf. Soziale Medien werden als reine Management- und Koordinationstools verwendet, besitzen darüber hinaus aber kaum weitergehende Relevanz. Mobilisierungsaufrufe dieser Bewegungen beinhalten ausschließlich den Aufruf zu kollektiven Aktionen in der realen Welt. Die anderen zwei Formen werden als „*connective action*“ bezeichnet, die der Logik sozialer Medien unterstehen. „*Organizationally enabled networks*“ weisen eine lose, eher dezentrale Koordination kollektiven Handelns auf. SMOs, die diesem Typ zuzuordnen sind, stellen die verwendeten Technologien selbst zur Verfügung, übernehmen

begrenzte Moderationsaufgaben innerhalb der sozialen Netzwerke und rufen vor allem zu personalisierten Aktionen einzelner Individuen auf, anstatt kollektives Handeln in den Vordergrund zu stellen. Der dritte Typ, die „*self-organizing networks*“, weisen keinerlei bzw. sehr wenig zentrale Koordination durch SMOs auf. Massen an Menschen schließen sich in sozialen Netzwerken zusammen, ohne dass eine SMO dies steuern oder kontrollieren muss. Im Vordergrund stehen auch hier vor allem personalisierte Aktionsformen statt kollektivem Handeln. Auch wenn eine solche Typologie Nachteile aufweist und die Existenz von Hybridformen nicht ausgeschlossen werden kann, so erleichtert sie doch das Verständnis gegenüber den Neuen Sozialen Bewegungen 2.0 und vereinfacht das Einordnen einzelner Phänomene hinsichtlich der erstellten Kriterien.

Abbildung 1: Typologie Connective und Collective Action



Quelle: Bennett und Segerberg (2012: 757).

Auf Basis dieser theoretischen Grundlage können folgende zehn Eigenschaften Neuer Sozialer Bewegungen 2.0 aus der vorgestellten Literatur abgeleitet und zusammengefasst werden:

- 1) Spontanes Auftreten und schnelle Massenmobilisierung
- 2) Demokratisches Potenzial
- 3) Transnationale Wirkung
- 4) Personalisierungstendenzen
- 5) Unabhängigkeit von traditionellen Medien
- 6) Unabhängigkeit von politischen Parteien
- 7) Inklusion neuer Partizipationsformen
- 8) Keine Formulierung klarer politischer Forderungen
- 9) Eine hierarchielose, dezentrale Organisationsstruktur
- 10) Erhöhte Partizipationsraten in gesellschaftlichen Gruppen, die sich generell eher wenig politisch beteiligen

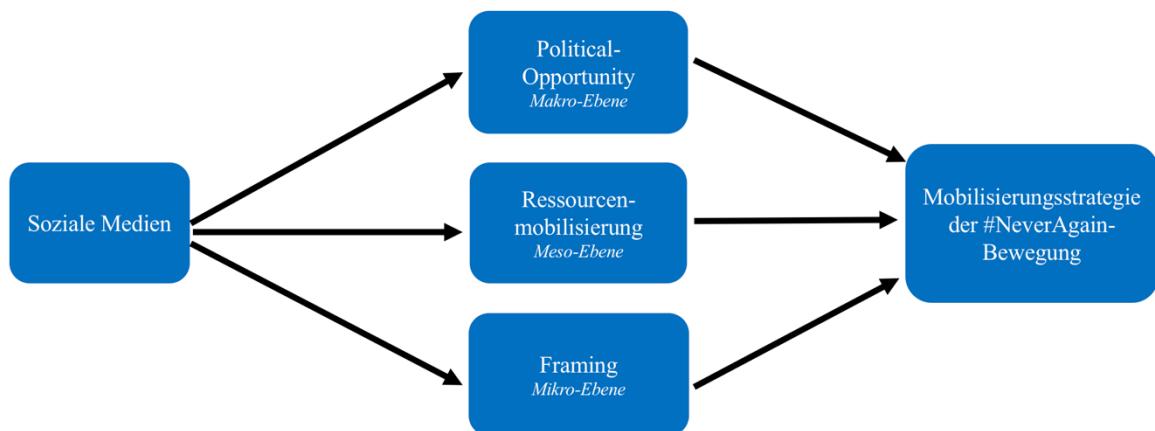
Diese charakterisierenden Eigenschaften bergen nicht nur ein enormes Mobilisierungspotenzial, sondern stellen Neue Soziale Bewegungen 2.0 auch vor konkrete Herausforderungen, die sich negativ auf ihren Erfolg auswirken können. In der Literatur sind zwei Kritikstränge zu erkennen, die sich vor allem mit der Effektivität dieses neuen Typus sozialer Bewegung im Hinblick auf das Verhältnis von Online- und Offline-Aktivitäten (vgl. Van Laer 2010; Rucht 2014) und den Folgen der veränderten Organisationsstruktur beschäftigen (vgl. Gladwell 2010). Der Meinung dieser Kritiker nach bedarf es für nachhaltigen sozialen Wandel weiterhin der physischen Präsenz in Form von Offline-Aktivitäten und einem gewissen Grad an Organisationsstruktur, um Ressourcen und Mitglieder*innen langfristig zu binden.

Trotz kritischer Stimmen innerhalb der wissenschaftlichen Debatte hinsichtlich der Existenz und Effektivität dieser Neuen Sozialen Bewegungen 2.0 zeigen die immer wieder auftretenden partizipativen Schübe weltweit, dass sich etwas an der Art und Weise, wie soziale Bewegungen im digitalen Zeitalter mobilisieren, verändert hat. Phänomene wie die Umbrella Bewegung in Hong Kong, die Sunflower Bewegung in Taiwan oder die Million Hoodies Bewegung in den USA sind nur einige aktuelle Beispiele für diese spontanen Protestausbrüche im 21. Jahrhundert. Diese Arbeit folgt daher der These, dass soziale Medien eben keine rein „unterstützende“ Funktion im Mobilisierungs- und Organisationsprozess besitzen, sondern vielmehr nachhaltig die Dynamik und Wirkungslogik sozialer Bewegungen verändern.

3.3. Theoretischer Rahmen

Um den Einfluss sozialer Medien auf den Mobilisierungsprozess zu untersuchen bedarf es eines theoretischen Konstrukts, aus welchem deduktiv Kategorien für die inhaltsanalytische Untersuchung abgeleitet werden können. Aus der Protest- und Bewegungsforschung ergeben sich drei Katalysatoren, die für einen erfolgreichen Mobilisierungsprozess essentiell sind. Nach McAdam / McCarthy / Zald (1996: 2) bedarf es vor allem 1) günstiger politischer Gelegenheitsstrukturen, 2) einer ausreichenden und nachhaltigen Versorgung mit Ressourcen sowie 3) einer überzeugenden *Framing*-Strategie. Um die Mobilisierungsstrategie der #NeverAgain-Bewegung umfassend zu analysieren, bietet sich daher ein Theorie-Mix aus den drei von McAdam, / McCarthy / Zald (1996) formulierten Erfolgsfaktoren an: POS, RM-Ansatz, und *Framing*-Ansatz (Abb. 2). Das Besondere an diesem Theorie-Mix ist, dass er nicht nur eine umfassende Analyse der Mikro-, Meso- und Makro-Ebene des Mobilisierungsprozesses erlaubt, sondern durch die komplementäre Anwendung die jeweiligen Schwächen der einzelnen Ansätze ausgleicht.

Abbildung 2: Theoretisches Modell



Quelle: Eigene Darstellung auf der Basis von McAdam/ McCarthy / Zald (1996:2).

Sicherlich kann dieser theoretische Rahmen an seine natürliche Grenze stoßen bezüglich der Tatsache, dass mit bestehenden Theorien der Protestforschung, die weit vor der digitalen Revolution ihren Ursprung haben, Neue Soziale Bewegungen 2.0 erklärt werden sollen. Allerdings kann dies auch als Vorteil betrachtet werden, um den Bedarf für neue theoretische Konstrukte hinsichtlich Neuer Sozialer Bewegungen 2.0 aufzuzeigen. Darüber hinaus ist hinzuzufügen, dass einige Forscher, die sich mit Neuen Sozialen Bewegungen 2.0 beschäftigen, einem ähnlichen Vorgehen folgen und ältere Erklärungsansätze auf den neuen Typus sozialer Bewegung übertragen (vgl. Earl / Kimpton 2011). Das Ziel soll demnach sein, mit Hilfe der komplementären Erklärungskraft der drei theoretischen Ansätze, zum einen nachzuvollziehen, welchen Einfluss soziale Medien auf die Mobilisierungsstrategie der #NeverAgain-Bewegung haben, und zum anderen zu untersuchen, welche Theorie die Entstehung und Entwicklung von #NeverAgain in Bezug auf den Einfluss soziale Medien am besten erklären kann.

3.3.1. Political-Opportunity Structure

Das Political-Opportunity-Modell wurde hauptsächlich von McAdam (1982), Tilly (1978) und Tarrow (1994) geprägt. Es hat sich im Laufe der Zeit als eigener Theoriestrang in der Bewegungsforschung etabliert, der als ein bedeutendes Instrument gesehen wird (Meyer, 2004: 125). Anhänger dieses Theoriestrangs betonen die Bedeutung des politischen Kontexts und exogener „Pull-Faktoren“ (Kern 2008: 153) für den Erfolg oder Misserfolg einer Bewegung. Diese exogenen Faktoren können entweder einen hemmenden oder begünstigenden Einfluss auf die Erfolgschancen sozialer Bewegungen haben (Eisinger 1973: 25). Kleinste Veränderungen dieses Kontexts können daher ein *window of opportunity* weit aufstoßen und sozialen Wandel möglich machen, oder genauso das endgültige Aus für eine soziale Bewegung bedeuten.

Hauptannahmen des POS-Models sind zum einen, dass systemexternen Akteuren wie sozialen Bewegungen der direkte Zugang zu Entscheidungsprozessen innerhalb des politischen Systems verwehrt bleibt, zum anderen, dass sich die Macht in den Händen politischer Entscheidungsträger, also systeminterner Akteure, konzentriert (Buechler 2016: 133f.). Soziale Bewegungen sind demnach gezwungen von außen auf sich aufmerksam zu machen und gegebene politische Kontextbedingungen zu nutzen oder geschickt zu umgehen (ebd.).

Autor*innen der Protest- und Bewegungsforschung identifizieren unterschiedliche Faktoren dieses politischen Kontexts. Während McAdam (1996) vor allem die Offenheit bzw. Geschlossenheit des politischen Systems, die Kohärenz der Eliten, die Existenz von Verbündeten und die Fähigkeiten des Staates Repression zu betreiben betont, ergänzen Meyer und Minkoff (2004: 1467ff.) in ihrer Analyse der Civil Rights Bewegung in den USA vor allem spezifische strukturelle Faktoren des politischen Systems der USA wie die Zusammensetzung des Kongresses, die Parteizugehörigkeit des Präsidenten oder Wahlen und Wahlbeteiligung um wahrgenommene Signale wie Art und Weise der Medienberichterstattung oder Entscheidungen des Verfassungsgerichts. Meyer und Staggenborg (1996) gehen noch weiter und fügen die Bedeutung der Stärke von Gegenbewegungen als hemmenden Faktor für das *window of opportunity* sozialer Bewegungen hinzu. Kerr (2018: 9) nennt in ihrer Analyse als weiteren exogenen Faktor Amokläufe, die als *focusing events* zu einem *window of opportunity* führen können. Aktivist*innen sozialer Bewegungen haben nach einem solchen Event einen kurzen Zeitrahmen, um sozialen und politischen Wandel anzustoßen (ebd.).

Digitale Medien können den Zugang zum politischen System zwar potentiell erleichtern, doch lässt sich im Falle der #NeverAgain-Bewegung basierend auf dem aktuellen politischen Kontext (republikanisch dominierter Kongress, republikanischer Präsident, schwache Verbündete bei gleichzeitig starker Gegenbewegung) und der Tatsache, dass es sich bei den Aktivist*innen um Jugendliche und Kinder handelt, folgende Hypothese formulieren:

H1: Die Nutzung digitaler Medien kann nur in geringem Maße die gegebenen political opportunity structures der #NeverAgain-Bewegung begünstigend beeinflussen.

3.3.2. Ressourcenmobilisierungs-Ansatz

Der RM-Ansatz entstand als Antwort auf die Protestbewegungen der 1960er Jahre. Anders als die sozialpsychologischen Theorien sehen Theoretiker*innen des RM-Ansatzes soziale Bewegungen als strategisch handelnde Akteure, die durch gezielte Aktionen und Taktiken versuchen, die Ressourcenknappheit als Hauptproblem zu überwinden (Buechler 2016: 111ff.). Der RM-Ansatz geht auf die Rational-Choice Theorie von Olson (1965) zurück, der alle handelnden Akteure als nutzenmaximierende rational denkende Wesen beschreibt. McCarthy / Zald (1977) betonen in ihrer

Arbeit die zentrale Bedeutung der Akkumulation von Ressourcen. Nur Bewegungen, denen es gelingt viele unterschiedliche Ressourcen schnell und kontinuierlich zu mobilisieren, können erfolgreich sein und langfristig gesellschaftlichen Wandel anstoßen. Der Mobilisierungsprozess selbst ist daher das zentrale Element einer Bewegung und kann als „*marketing mechanism*“ (Klandermans 2004:361) beschrieben werden. Die Ressourcenmobilisierung selbst wird in den meisten Fällen klassischer sozialer Bewegungen von den SMOs übernommen, die zentrale Organisations- und Koordinationsaufgaben ausführen (Edwards / McCarthy 2004: 136).

In der Protestforschung gibt es unterschiedliche Definitionen und Klassifizierungen von Ressourcen. Edwards und McCarthy (2004: 125ff.) unterscheiden zwischen 1) Moralischen, 2) Kulturellen, 3) Sozio-organisatorischen, 4) Menschlichen und 5) Materiellen Ressourcen. Rucht (2004a: 211f.) ergänzt als weitere wichtige Ressource die Sichtbarkeit auf Medienplattformen. Ressourcen können entweder aus verschiedenen internen Quellen aggregiert, selbst produziert, von externen Akteuren übernommen oder vermacht werden (Edwards/ McCarthy 2004: 131ff.). Edwards und McCarthy (2004: 136ff.) betonen darüber hinaus jedoch die Tatsache, dass nicht alleine die Akkumulation von möglichst vielen Ressourcen über den Erfolg kollektiven Handelns entscheidet. Vielmehr kommt es auf die strategische und effiziente Umwandlung der dem Kollektiv zur Verfügung stehenden Ressourcen an (ebd.). Dies kann entweder durch den Aufbau einer SMO, durch Fundraising, Mobilisierung oder kollektives Handeln erfolgen (ebd.).

Mit dem Wissen, dass sich Neue Soziale Bewegungen 2.0 fundamental von ihren Vorgängern, besonders in Bezug auf die Organisationsstruktur, unterscheiden, bleibt es fraglich, inwiefern sich die Art und Weise der Ressourcenmobilisierung ebenfalls mit der digitalen Revolution verändert hat. Einige Autor*innen der Bewegungsforschung sehen die sozialen Medien als zentrale, neu gewonnene Ressource sozialer Bewegungen (vgl. Eltantawy / Wiest 2011; della Porta / Mosca 2005). Soziale Medien erleichtern in besonderem Maße die Organisation, Planung und Durchführung von Aktionen sowie die Schaffung einer Kollektiven Identität (Eltantawy / Wiest, 2011: 1218f.). Aus der Literatur ist zu erkennen, dass die größte Veränderung der Neuen Sozialen Bewegungen 2.0 vor allem in der vereinfachten Organisationsfähigkeit liegt, da Organisationskosten dramatisch gefallen sind (vgl. Bennett / Segerberg 2012; Earl /Kimpton 2011). Aus diesem Grund lässt sich die folgende Hypothese aufstellen:

H2: Digitale Medien werden von #NeverAgain hauptsächlich für Organisationszwecke genutzt.

3.3.3. Framing-Ansatz

Der *Framing*-Ansatz ist ein beliebtes und ergiebiges Konzept in der Politik- und Medienwissenschaft. Er eignet sich unter anderem auch als Ansatz, um Mobilisierungsprozesse sozialer Bewegungen genauer zu untersuchen (vgl. Snow / Rochford / Worden / Benford 1986). Entman (1993) definiert *framing* wie folgt: „*To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation and/or treatment recommendation for the item described.*“ (Entman 1993: 53). *Framing* bezieht sich demnach auf die Schaffung von Deutungsmustern, durch welche der Empfänger die Realität in einem bestimmten Interpretationsrahmen wahrnimmt. Dieser Interpretationsrahmen umfasst die Definition des Problems und seiner Ursache sowie zentrale Lösungsansätze (ebd.). *Frames* existieren jedoch nicht durch das bloße Vorhandensein von Missständen oder bestimmten sozialen Strukturen, sondern setzen eine aktive Erschaffung voraus (Benford / Snow 2000:613). Die zentrale Bedeutung von *frames* liegt darin, dass sie in der Lage sind die öffentliche Meinung zu bestimmten gesellschaftlichen Themen langfristig zu beeinflussen (Chong / Druckman 2007: 104f.).

Snow / Benford (1988: 200ff.) beschreiben drei unterschiedliche *Framing*-Strategien: 1) *Diagnostic frames*, 2) *Prognostic frames*, 3) *Motivational frames*. Während die *diagnostic frames* vor allem Probleme, Verantwortliche und die damit einhergehende Ungerechtigkeit der wahrgenommenen Missstände identifizieren, liefern *prognostic frames* klar definierte Lösungsansätze für diese Missstände. *Motivational frames* versuchen Gründe für Partizipation und Mobilisierung aufzuzeigen und werden als „*call to arms*“ (Benford / Snow 2000: 617) wahrgenommen. Snow und Benfords (1988) Typologie von *frames* ist jedoch nicht die einzige, mit welcher *Framing*-Strategien sozialer Bewegungen analysiert werden können. Iyengar (1991) unterscheidet in seiner Studie über das *framing* in Nachrichtensendungen zwischen zwei Arten von Deutungsrahmen: *thematic* und *episodic frames*. Während *thematic frames* Themen in einem breiteren Kontext betrachten, deuten *episodic frames* Themen anhand von Einzelfällen (Gross 2008: 171). Beide *frames* haben unterschiedliche Wirkungen: *Episodic frames* generieren eine emotionale Reaktion beim Empfänger, während *thematic frames* zu einem größeren Gesamtverständnis beitragen und klare Verantwortlichkeiten zuweisen (ebd.).

Die digitale Revolution beeinflusst das *framing* sozialer Bewegungen auf unterschiedliche Weise. Während SMOs zuvor stark abhängig von einer positiven und extensiven Medienberichterstattung waren (Rucht 2004b: 25), können sie im digitalen Zeitalter gezielt selbstformulierte Deutungsmuster, Forderungen, Lösungsansätze und Mobilisierungsaufrufe ungefiltert in die Öffentlichkeit tragen (Castells 2015: 15). Zum anderen erlaubt das Web 2.0 allen Nutzern selbst zum Produzenten von Inhalten zu werden und ergänzend zur Interpretation der SMO, selbstständig Deutungsmuster in den Mobilisierungsprozess einzuschleusen (vgl. Bennett / Breunig / Terri 2008; Bennett / Segerberg 2011). Interessant für die Bewegungsforschung ist vor allem die Entscheidung der Bewegung, welcher *frame*

vordergründig für ihr Deutungsmuster ist und ob sie es schafft neue Interpretationsrahmen in die gesellschaftliche Debatte einzubringen sowie Themen in einen gesamtgesellschaftlichen Kontext zu setzen. Aktuelle Studien zeigen, dass die neue Generation von sozialen Bewegungen weniger auf die Vermittlung von *prognostic* and *diagnostic frames* abzielt, und das Hauptaugenmerk vermehrt auf die Vermittlung von *motivational frames* legt (Goh / Pang 2016: 530). Aus diesen Erkenntnissen abgeleitet lassen sich folgende Hypothesen formulieren:

H3: Die Online-Kommunikation der #NeverAgain-Bewegung wird vor allem motivational und episodic framing umfassen.

H4: Durch die Nutzung digitaler Medien ist die #NeverAgain-Bewegung in der Lage, eigene und noch nicht da gewesene frames in die Öffentlichkeit zu tragen und so das Problem „Waffengewalt in den USA“ neu zu deuten.

4. Methode

Um den Einfluss sozialer Medien auf den Mobilisierungsprozess Neuer Sozialer Bewegungen 2.0 zu untersuchen, wurde in dieser Arbeit auf zwei beliebte Methoden der Protest- und Bewegungsforschung zurückgegriffen: Anhand einer Einzelfallstudie der #NeverAgain-Bewegung wird die Online-Kommunikation mithilfe einer strukturierenden quantitativ-qualitativen Inhaltsanalyse systematisch und theoriegeleitet untersucht. Aufgrund der Aktualität des Falls bietet sich die Einzelfallstudie als besonders effektiv an, da sich mit ihr Phänomene explorativ und detailliert untersuchen lassen (Kraimer 2002). Des Weiteren empfiehlt sich eine Einzelfallstudie immer dann, wenn wie in diesem Fall eine große Anzahl empirischer Beobachtungen gesammelt und intensiv in Bezug auf das theoretische Konstrukt reflektiert werden soll (ebd.).

4.1. Datengrundlage

Die Sammlung der Daten erfolgte in einem zweistufigen Prozess: Zunächst wurden in einer Vorrecherche die Hauptkanäle der #NeverAgain-Bewegung auf sozialen Netzwerken (Facebook, Twitter, Instagram) mit Hilfe einer Stichwortsuche nach den einschlägigsten Hashtags #NeverAgain und #MarchForOurLives identifiziert. Unter der Annahme, dass die Hauptkanäle als Hauptorganisations- und Kommunikationsmedium die größte Reichweite besitzen, wurden alle Kanäle nach ihrer Unterstützerzahl geordnet und selektiert. Die Vorrecherche ergab, dass die #NeverAgain-Bewegung die größte Reichweite über den Kurznachrichtendienst Twitter besitzt und die Kommunikation über die zwei Hauptkanäle @rate4OurLives und @AMarch4OurLives erfolgt, welche Untersuchungsgegenstände der vorliegenden Analyse sind.

Die 2006 gegründete Mikroblogging-Plattform Twitter unterscheidet sich in vielerlei Hinsicht von anderen sozialen Netzwerken und ist daher des Öfteren Mittelpunkt der Analyse Sozialer Bewegungen im digitalen Zeitalter (vgl. Tremayne 2014; DeLuca et al. 2012; Howard et al. 2011). Zum einen ist Twitter aus wissenschaftlicher Sicht gut zu analysieren, aufgrund der einfachen Verfügbarkeit an Daten sowie der begrenzten Tweetlänge von 280 Zeichen. Aus politikwissenschaftlicher Sicht ist Twitter dahingehend interessant, da der Kurznachrichtendienst auf asymmetrischen Verbindungen (Margetts et al. 2016: 65) basiert und dadurch vor allem als Diskussionsplattform genutzt wird, anstatt für private Kommunikation (Jungherr 2014: 242). Twitter weist darüber hinaus zwei spezifische Symbole auf, die in besonderem Maße die Interaktivität der Nutzer erhöhen: Hashtags (#) sind Symbole, die Suchbegriffe kategorisieren und sie somit leichter auffindbar machen (Bruns / Moe 2014:17f.). Sie sind in der Lage die Diskussion auf Twitter langfristig zu beeinflussen und repräsentieren ganze Diskurse (ebd.). Zweitens ermöglicht Twitter andere Nutzer mittels der „reply-Funktion“ (@) zu verlinken, so direkt mit ihnen in Kontakt zu treten und eine Konversation öffentlich über soziale Netzwerke zu beginnen (Bruns / Moe 2014: 19f.).

Im Laufe der Untersuchung wurden alle Tweets der zwei Untersuchungsgegenstände, die zwischen dem 14.02.2018 und dem 14.05.2018 entstanden sind, manuell gesammelt. Der dreimonatige Untersuchungszeitraum ergibt sich zum einen aus dem Tag des Amoklaufs, der als Katalysator der Bewegung gesehen werden kann. Zum anderen flachte die Aktivität der Bewegung im Zeitverlauf ab, woraus sich das Ende des Untersuchungszeitraums nach drei Monaten begründet. Zusätzlich wurden nicht nur selbst verfasste Tweets der zwei Kanäle in die Analyse miteinbezogen, sondern ebenfalls Retweets, also Tweets, die einen anderen Verfasser als die Bewegung selbst haben, deren Inhalt aber von den beiden Untersuchungsgegenständen weiterverbreitet worden sind. Dies gründet sich einerseits aus dem Argument, dass auch die Retweets als Aussage der Bewegung selbst gesehen werden können, da durch den Prozess der Weiterverbreitung Zustimmung ausgedrückt wird. Andererseits geben die Retweets Einblicke in die Diskussion der breiteren Öffentlichkeit in den sozialen Netzwerken.

Insgesamt wurden mithilfe dieses Datensammlungsverfahrens 959 Tweets der beiden Kanäle gesammelt und archiviert. Eine Archivierung ist vor allem deshalb von großer Bedeutung, da das Web 2.0 von einer hohen Fluktuation gekennzeichnet ist und bei Daten aus sozialen Netzwerken keine Langlebigkeit garantiert werden kann (Brügger 2011: 24). Um diese Daten trotzdem nachprüfbar und transparent nachvollziehbar zu machen, ist eine systematische Archivierung von großer Bedeutung (ebd.).

4.2. Analyse

Die Analyse der Twitter Online-Kommunikation erfolgt mittels einer quantitativ-qualitativen Inhaltsanalyse. Als Analysetool diente das Datenverarbeitungsprogramm MAXQDA, welches die

Archivierung und inhaltsanalytische Untersuchung von Textdateien erlaubt.¹⁰ Die Inhaltsanalyse kann als systematische, regelgeleitete und theoriegeleitete Analyse von Kommunikation (Mayring 2015:13) beschrieben werden. Das Ziel dabei ist es „*Rückschlüsse auf bestimmte Aspekte der Kommunikation zu ziehen*“ (Mayring 2015:13). Der hier gewählte Mixed-Methods Ansatz aus qualitativer und quantitativer Inhaltsanalyse untersucht die Online-Kommunikation einerseits hinsichtlich klarer Häufigkeiten und isolierter Aspekte, andererseits hinsichtlich der Zusammenhänge „zwischen den Zeilen“. Das Zentrum dieser Analyse bildet das entwickelte Kategoriensystem, welches im nächsten Kapitel genauer beschrieben wird. Die Inhaltsanalyse eignet sich vor allem für neue und relativ unerforschte Phänomene (Mayring, 2015: 23). Eine große Datenmenge, die bei Betrachtung einer Einzelfallstudie vorliegt, kann mit Hilfe des Kategoriensystems auf das Wesentliche reduziert und somit intensiv untersucht werden (ebd.). Das Kategoriensystem und die darin enthaltenen Kodierregeln bieten darüber hinaus intersubjektive Nachvollziehbarkeit und Transparenz (Mayring 2015:53f.).

Neben sieben verschiedenen Standardvariablen (Tab.1) wurde mithilfe des gewählten theoretischen Konstruks aus POS, RM- und *Framing*-Ansatz deduktiv ein Kategoriensystem erstellt, welches 17 Kategorien umfasst und ganzheitlich versucht die Mobilisierungsstrategie der Bewegung zu analysieren. Die Analyseeinheit der Untersuchung ist der einzelne Tweet. Der Kodierleitfaden kann vollständig im Anhang nachvollzogen werden.

4.3. Operationalisierung

Im Folgenden Abschnitt werden die aus der Theorie abgeleiteten Kategorien operationalisiert (Tab. 1): Mit Hilfe der Kategorien „Midterms2018“, „Medien“, „Politische Institutionen“, „Gegner“ und „Verbündete“ sollen die gegebenen Gelegenheitsstrukturen der Bewegung untersucht und in einen größeren politischen Kontext eingeordnet werden. Der Fokus liegt dabei auf der Frage, inwiefern digitale Medien den Zugang zum politischen System erleichtern, indem sie z.B. die Bewegung unterstützen Jugendliche für die Wahlen zu begeistern, politische Gegner zu schwächen und mit Verbündeten in Kontakt zu treten.

Die Kategorien „Organisation“, „Mobilisierungsaufruf“, „Schlüsselfiguren“, „Fundraising“ und „Kollektive Identität“ sollen den Mobilisierungsprozess der Bewegung aufzeigen und identifizieren, inwiefern digitale Medien diesen erleichtern und verändern. Während die Kategorien „Organisation“,

¹⁰ Als Analysetool wurde das Programm MAXQDA gewählt, welches gegenüber anderen Programmen einige Vorteile bietet, die besonders bei der Analyse sozialer Medien entscheidend sein können. MAXQDA dient besonders dazu, Daten der letzten sieben Tage direkt aus sozialen Netzwerken in das Programm zu importieren und anschließend zu analysieren. Darüber hinaus eignet sich das Programm ebenfalls als Archiv für Online-Daten.

„Schlüsselfiguren“ und „Fundraising“ insbesondere auf die Analyse der Organisationsstruktur der Bewegung abzielen, soll mit der Kategorie „Mobilisierung“ und seiner Unterkategorien „Kollektives Handeln“ und „Individuelles Handeln“ Personalisierungstendenzen innerhalb der Bewegung gemessen werden. Die Kategorie „Kollektive Identität“ gibt Rückschlüsse darüber, inwiefern #NeverAgain es schafft, über soziale Netzwerke ein „Wir-Gefühl“ innerhalb der Bewegung herzustellen.

Die gewählten Kategorien des *framings* fragen unterschiedliche Dimensionen der *Framing*-Strategie der #NeverAgain-Bewegung ab. Während es bei „*thematic frames*“ und „*episodic frames*“ darum geht zu identifizieren, ob die Bewegung es trotz begrenzter Tweetlänge schafft, den Amoklauf von Parkland in einen größeren thematischen Kontext zu setzen, oder ob die Kommunikation vor allem auf Einzelfälle beschränkt bleibt, soll mit Hilfe der Kategorien „*motivational*“, „*prognostic*“ und „*diagnostic*“ der *Framing*-Prozess selbst genauer analysiert werden. Dies geschieht im Hinblick darauf, ob die Tweets eher einen motivierenden Charakter aufweisen, Probleme definieren oder Lösungen vorschlagen.

Das vorliegende X-zentrierte Forschungsdesign trifft vor allem, was die Intercoderrealibilität und die Intersubjektivität angeht an seine Grenzen, da im Umfang dieser Arbeit kein zweiter Codierungsprozess durchlaufen werden kann. Des Weiteren stellt sich die Frage, ob mithilfe der Analyse ein kausaler Effekt zwischen der Nutzung sozialer Medien und dem Mobilisierungspotenzial der #NeverAgain-Bewegung hergestellt werden kann. Hier ist hinzuzufügen, dass das Ziel dieser Untersuchung gerade nicht ist, einen solchen kausalen Effekt nachzuweisen, sondern den Mobilisierungsprozess der Bewegung ganzheitlich zu analysieren.

Tabelle 1: Kategoriensystem

Standardvariablen	POS	Ressourcenmobilisierung	Framing
1. Autor	1. Midterms 2018	1. Organisation	Framing-Prozess
2. Datum	2. Medien	2. Mobilisierungsauftruf	1. Diagnostic
3. Anzahl Retweets	3. Politische Institutionen	-Kollektives Handeln -Individuelles	2. Prognostic 3. Motivational
4. Anzahl Likes	4. Politische und gesellschaftliche	Handeln	
5. Hashtags		3. Fundraising	Frame-Art
6. Weiterführende Verlinkungen	Gegner	4. Kollektive Identität	1. Thematic
	5. Verbündete	5. Schlüsselfiguren	2. Episodic

Quelle: Eigene Darstellung.

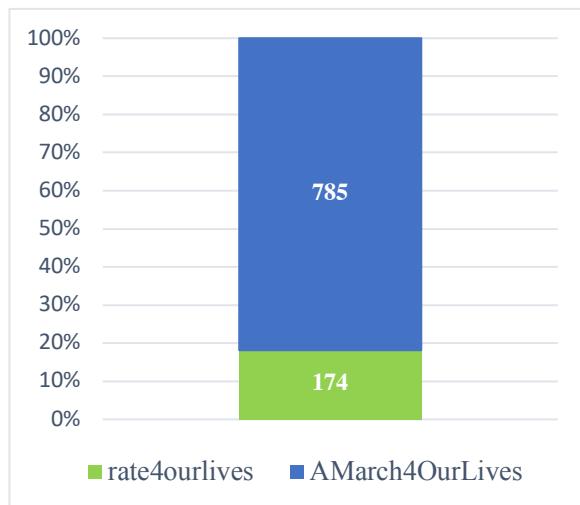
5. Fallstudie: Die #NeverAgain-Bewegung

Das folgende Kapitel stellt im ersten Schritt die Ergebnisse der empirischen Untersuchung der Online-Kommunikation dar. Anschließend werden diese Ergebnisse in Hinblick auf die Forschungsfragen diskutiert. Insgesamt konnten im gewählten Untersuchungszeitraum 959 Tweets der beiden Hauptkanäle @rate4ourlives und @AMarch4OurLives archiviert und untersucht werden.

5.1. Ergebnisse

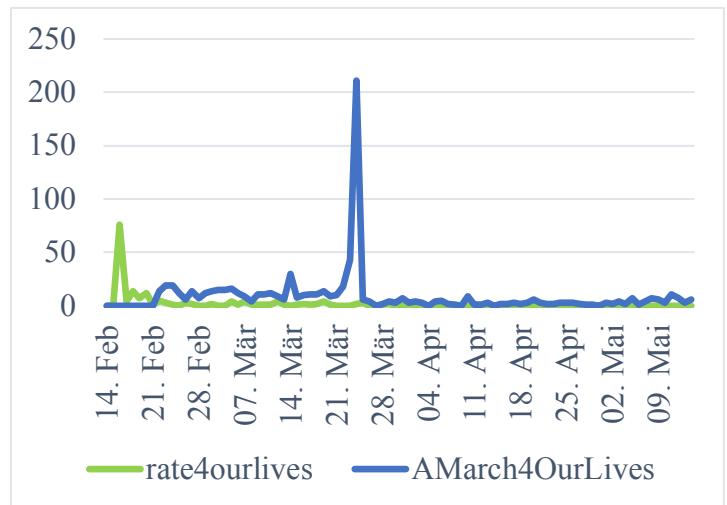
Anhand der Verteilung der Tweets beider Hauptkanäle (Abb.3) kann geschlussfolgert werden, dass der Kanal @AMarch4OurLives mit 81,9% aller untersuchten Tweets als Hauptkommunikationsmittel der Bewegung fungiert und für die politische Mobilisierungsarbeit zuständig ist, während @rate4OurLives als Kanal zur Trauerbewältigung für Betroffene existiert und im Laufe der Zeit an Bedeutung verliert (Abb.4).

Abbildung 3: Verteilung der Tweets nach Kanal



Quelle: Eigene Darstellung.

Abbildung 4: Zeitverlauf



Quelle: Eigene Darstellung.

Abbildung 4 gibt ebenfalls Aufschluss darüber, dass die Twitter-Kommunikation ereignisorientiert erfolgt und Ausschläge in der Kommunikation mit Protestaktionen der Bewegung zusammenfallen, wie der 24.03.2018, der Tag des MFOL, zeigt. Darüber hinaus können aus dem Zeitverlauf drei Phasen des Mobilisierungsprozesses identifiziert werden: Während sich in der Aufbauphase (bis zum 21.03.2018) die Wut und Trauer der Jugendlichen von lokalen Protestaktionen zu einer strategisch geplanten nationalen Bewegung entwickelt und konkrete politische Ziele formuliert werden, ist die Aktionsphase (22.02.-25.03.2018) von der Durchführung des MFOL in Washington und ähnlichen Märschen an 800 Orten weltweit gekennzeichnet. Der 24.03.2018 stellt dabei den Schlüsselmoment und gleichzeitigen Höhepunkt der Bewegung dar und allein an diesem Tag findet 22% des Gesamtvolumens an

Kommunikation im Untersuchungszeitraum statt. Die Abbauphase (26.03.-15.04.2018) ist durch einen dramatischen Abfall des Kommunikationslevels auf beiden Kanälen gekennzeichnet. Betrachtet man das Verhältnis eigener Tweets zu Retweets (Tab.2) fällt auf, dass 76,7% der untersuchten Tweets von anderen Twitternutzern stammen und somit *user-generated content* darstellen, der nur über die beiden Kanäle der Bewegung weiterverbreitet worden ist, während die Bewegung selbst eine eher untergeordnete Rolle am Gesamtvolume der Kommunikation einnimmt.

Tabelle 2: Verhältnis Tweets zu Retweets

	@rate4ourlives (N= 174)		@AMarch4OurLives (N= 785)		Gesamt (N= 959)	
	Absoluter Anteil	%	Absoluter Anteil	%	Absoluter Anteil	%
Eigene Posts	32	18,4%	191	24,3%	223	23,3%
Retweets	142	81,6%	594	75,7%	736	76,7%

Quelle: Eigene Darstellung.

H1: Die Nutzung digitaler Medien kann nur in geringem Maße die gegebenen political opportunity structures der #NeverAgain-Bewegung begünstigend beeinflussen.

Die Analyse der Twitter-Kommunikation ergibt eine Reihe hemmender bzw. begünstigender Faktoren, die das *window of opportunity* der #NeverAgain-Bewegung beeinflussen (Tab.3).

Tabelle 3: Political Opportunity Structures

Hemmende Faktoren	Begünstigende Faktoren
- Kein Demokratischer Vorteil im Kongress	- Direkte Ansprache über soziale Netzwerke
- Republikanischer Präsident	- Wahljahr 2018
- Niedrige Wahlbeteiligung unter Jugendlichen	- Extensive und größtenteils positive Berichterstattung seitens der traditionellen Medien
- Schwache Verbündete	- Schwächung der NRA

Quelle: Eigene Darstellung.

Zum einen erlaubt Twitter die direkte Ansprache von Politikern, Institutionen, Medien, Verbündeten und Gegnern mit Hilfe der „Reply“-Funktion. 314 der analysierten Tweets enthalten eine solche Verlinkung zu anderen Twitterkanälen, welche zum einen die direkte Kontaktaufnahme zu externen Akteuren außerhalb der Bewegung, zum anderen die Aufrechterhaltung von Verbindungen innerhalb des Unterstützernetzwerks erleichtert. Diese Verlinkungen sind öffentlich einsehbar und können somit Druck auf angesprochene Personen oder Organisationen ausüben. Hauptansprechpartner der Bewegung ist mit 35 Verlinkungen der Kongress. Weitere 25 Kurznachrichten sprechen direkt amerikanische Politiker*innen an, darunter größtenteils Kongressabgeordnete, den Sprecher des Repräsentantenhauses Paul Ryan sowie den Präsidenten Donald J Trump.¹¹ Die Verlinkungen enthalten meist zweierlei Aufforderungen: Zum einen die Forderung eine Verschärfung der Waffengesetzgebung zu befürworten, zum anderen in Zukunft keine Wahlkampfspenden der NRA mehr zu akzeptieren.

„An NRA Political boycott is what we need @realDonaldTrump \$30M @SenJohnMcCain \$7.7M @RichardBurr_DN \$6.9M @RoyBlunt \$4.5M @SenThomTillis \$4.4M @SenCoryGardner \$3.8M @marcorubio \$3.3M @joniernst \$3M @senrobportman \$3M I Pledge Not to Vote for Anyone accepting NRA Money RETWEET“ (Krassenstein, 26.02.2018).

Twitter erlaubt es der Bewegung darüber hinaus auch direkten Kontakt zu politischen Gegnern aufzunehmen. Aus der Analyse geht hervor, dass die NRA als Hauptverantwortlicher des aktuellen Zustands der Waffengewalt in den USA gesehen wird. Insgesamt nehmen 14 Tweets direkt Bezug auf die NRA. Durch die Reply-Funktion kann die #NeverAgain-Bewegung auf Vorwürfe seitens der NRA direkt reagieren und konkrete Fragen an die Organisation stellen.

„You do not put a bandaid on a bullet wound and tell us time will let it heal. You are too late. We are all hurting and our only antidote is Change. @realDonaldTrump @NRA #NeverAgain“ (sidneyhorn, 16.02.2018).

Obwohl die Reply-Funktion den direkten Druck auf Entscheidungsträger und Gegner sowie die Sichtbarkeit der Bewegung in der Debatte erhöht, so ist doch auffällig, dass die Bewegung nur in relativ geringem Maße davon Gebrauch macht. In der Mehrheit der ausgewerteten Tweets ist gerade keine direkte Ansprache von Einzelpersonen oder Institutionen außerhalb des Unterstützernetzwerks zu erkennen, sondern es kommen lediglich allgemeine Bezeichnungen wie „*lawmakers*“ oder „*politicians*“ vor, in die das Vertrauen auf eine Verbesserung der Situation verloren gegangen ist.

„Price tags for every state are up. Print them out and wear them at the #NationalSchoolWalkout this Friday. Show politicians that they can't put a price on our lives“ (AMarch4OurLives, 17.04.2018).

Die Ergebnisse zeigen, dass die #NeverAgain-Bewegung ab dem 24.02.2018 den Fokus ihrer Mobilisierung besonders auf die Kampagne #VoteThemOut¹² und die damit verbundene Mobilisierung

¹¹ Die Liste aller verlinkten Personen kann im Anhang nachvollzogen werden.

¹² Die Kampagne #VoteThemOut ist ebenfalls unter dem Hashtag #ThrowThemOut zu finden.

der amerikanischen Jugendlichen in Bezug auf ihr Stimmrecht bei den *Midterm Elections* im November 2018 legt. Insgesamt weisen 46 der untersuchten Tweets auf die Bedeutung des Wahlausgangs für die Zielerreichung der Bewegung hin. Die Kampagne #VoteThemOut selbst umfasst die Online-Bereitstellung von Informationsmaterial über einzelne Politiker*innen und ihre Wahlkampfspendenhistorie, Aufklärungsmaterial über Wahl- und Registrierungsbestimmungen je nach Bundesstaat sowie Registrierungstrainings für Freiwillige Unterstützer*innen. Die Botschaft ist klar und einfach formuliert: Nur wer mit wählt, kann langfristig etwas verändern und Sicherheit für Kinder und Jugendliche in Amerika schaffen. Dabei wird das Abgeben der Stimme als lebensrettende Maßnahme gedeutet.

„PLEASE PRE-REGISTER TO VOTE IF YOUR STATE ALLOWS! TO MY GENERATION: WE MUST VOTE OUT THE PEOPLE WHO VALUE DOLLARS OVER LIVES!“ (JaclynCorin, 24.02.2018).

„VOTE as if our life depends on it, because it does. Be a hero. Don't forget to register to vote: <http://marchforourlives.com/vote-for-our-lives> ... #MarchForOurLives“ (AMarch4OurLives, 23.03. 2018).

Aus den Ergebnissen geht hervor, dass Twitter die Koalitionsbildung zwischen #NeverAgain und anderen unterstützenden Organisationen erleichtert. Zu erkennen ist, dass vor allem zwei Gruppen von unterstützenden Organisationen auszumachen sind, die mit #NeverAgain auf unterschiedlichen Ebenen kooperieren. Zum einen sind Organisationen der Gun-Control-Bewegung wie *Everytown for Gun Safety* oder *Giffords Courage*, finanzielle und organisatorische Unterstützer der Bewegung und übernehmen zusätzlich wichtige Rollen als Mitorganisatoren von Aktionen wie dem MFOL.¹³ Zum anderen unterhält die #NeverAgain-Bewegung enge Beziehungen zu Organisationen, die die Bedeutung von Wahlen und das Bewusstsein über das eigene Wahlrecht, besonders unter Jugendlichen, fördern wollen. Beispiele darunter sind *RockTheVote* und *ChangeTheRef*. Die inhaltsanalytische Untersuchung zeigt, dass Koalitionspartner #NeverAgain vor allem organisatorisch und finanziell unterstützen, beispielsweise durch die Bereitstellung und Zusammenlegung wichtiger Ressourcen, die strategische Unterstützung sowie die Ausweitung der Reichweite durch Mobilisierung einer breiteren Mitgliederbasis.

„Huge thank you to @RockTheVote for their support yesterday. Not only did they power #MarchForOurLives online #RegisterToVote tool, but they also helped us pull off possibly the largest #VoterRegistration training of all time. Always a pleasure to work with y'all. ROCK ON.“ (HeadCount.org, 25.03. 2018).

Die Studie lässt erkennen, dass #NeverAgain relativ unabhängig von den traditionellen Medien agieren kann. Auch wenn die Bewegung zur Kenntnis nimmt, dass die genannten traditionellen Medien extensiv und größtenteils positiv über sie berichten, wird das traditionelle Mediensystem auf der anderen Seite scharf bezüglich der Unterrepräsentation gewisser gesellschaftlicher Gruppen wie Kinder und

¹³ Weitere unterstützende Organisationen der Gun-Control-Bewegung sind *Moms Demand Action* sowie das *Sandy-Hook-Center*.

Jugendliche, aber auch Afroamerikaner*innen, kritisiert. Durch die Nutzung sozialer Medien können genau diese identifizierten Problemtendenzen der traditionellen Medien wie der „*age bias*“ oder der „*race bias*“ umgangen werden und betroffene Opfer von Waffengewalt, die unter normalen Umständen selten in den Medien thematisiert werden, erhalten auf den sozialen Netzwerken eine Stimme.

,, #IWillMarch for the kids who deal with gun violence everyday and are disregarded by the media. #MarchForOurLives“ (JaclynCorin, 11.03.2018)

Die Nutzung sozialer Medien hat darüber hinaus zur Schwächung des Hauptgegners NRA geführt. Mithilfe des Online-Boykott-Aufrufs #boycottNRA, schafften es die Jugendlichen der #NeverAgain-Bewegung, dass wichtige Partner existierende Unternehmenskooperationen mit der NRA beendeten. Durch den immensen Druck, der auf sozialen Netzwerken auf Kooperationspartner der NRA ausgeübt wurde, erreichten die Jugendlichen eine nachhaltige Schwächung der Gegenbewegung.

,, Over 10 companies have severed their ties to the NRA in the last 24 hours. The impact we're making is astounding. #BoycottNRA #NeverAgain.“ (sofiewhitney, 24.02.2018).

Auch wenn soziale Medien, das *window of opportunity* positiv beeinflussen können, indem Entscheidungsträger*innen direkt angesprochen werden, öffentlich Druck auf politische Gegner*innen ausgeübt wird, Koalitionen zwischen Gruppen und Organisationen den Einfluss und die Verhandlungsfähigkeit der #NeverAgain-Bewegung steigern und soziale Medien unabhängig von traditionellen Medien ihre Botschaft nach außen tragen können, so existieren doch gleichzeitig eine Reihe hemmender Faktoren, auf die die Nutzung digitaler Medien kaum Einfluss hat: Abgeleitet aus den Erkenntnissen der vorherigen Kapitel sind hier besonders der republikanisch dominierte Kongress, sowie der republikanische Präsident Donald J. Trump zu nennen. Zusätzlich gelten existierende Koalitionspartner der Gun-Control-Bewegung als vergleichsweise schwache Gegenspieler zur mächtigen NRA. Zwar haben digitale Medien einen positiven Einfluss auf den Zugang der #NeverAgain-Bewegung zum politischen System, jedoch reicht dies nicht um die gegebenen Machtverhältnisse aktuell nachhaltig zu verändern. Darum kann die zuvor aufgestellte Hypothese bestätigt werden.

H2: Digitale Medien werden von #NeverAgain hauptsächlich für Organisationszwecke genutzt.

In insgesamt 786 Tweets finden sich Elemente, die der Ressourcenmobilisierungsstrategie der #NeverAgain-Bewegung zuzuordnen sind. Tabelle 4 zeigt die Verteilung der Tweets auf die einzelnen Kategorien.

Tabelle 4: Ressourcenmobilisierungsstrategie

	Gesamt (Tweets und Retweets)		SMO (Nur eigene Tweets)	
	Absolut (N= 786)	%	Absolut (N=211)	%
Organisation	416	52,9%	86	40,8%
Mobilisierungsauftruf	181	23,0%	78	37,0%
Fundraising	29	3,7%	11	5,2%
Kollektive Identität	94	12,0%	18	8,5%
Schlüsselfiguren	66	8,4%	18	8,5%

Quelle: Eigene Darstellung.

Es ist zu erkennen, dass sich 52,9% aller untersuchten Tweets auf reine Organisationstätigkeiten konzentrieren (Tab.4). Diese umfassen vor allem die Bekanntgabe von Aktionen, Infos rund um die Protestmärsche, Kooperations- und Koalitionsschließungen mit Verbündeten und das Teilen erzielter Erfolge der Bewegung. Ab dem 25.03.2018 sind als Teil der Organisationstätigkeit Dezentralisierungstendenzen innerhalb der Bewegung zu erkennen und es wird zur Gründung lokaler Ableger der Bewegung aufgerufen. In der Mehrheit der organisatorischen Nachrichten auf Twitter wird zusätzlich auf die eigene Website der Bewegung (marchforourlives.com) verwiesen, die weitere Informationen und Hintergrundwissen enthält. Im direkten Vergleich zwischen Gesamtzahl der Tweets und bewegungseigenen Tweets (Tab.4) zeigt sich die große Bedeutung, die das Unterstützernetzwerk für die Organisation der Bewegung spielt, denn nur 40,8% der selbst produzierten Tweets der SMO weisen auf Organisationstätigkeiten hin.

Mobilisierungsaufrufe machen den zweitgrößten Teil der Ressourcenmobilisierungsstrategie aus. Hier werden Unterstützer*innen aktiv mobilisiert, entweder durch direkte Aktionsaufrufe oder durch innovative Online-Kampagnen am (Online-)Protest teilzunehmen. Mobilisierungsaufrufe können entweder kollektive Handlungen wie die Teilnahme an einem Protestmarsch oder individuelle Handlungen wie das Unterzeichnen einer Online-Petition. Die Ergebnisse aus der Studie zeigen, dass 58,1% der Mobilisierungsaufrufe die Unterstützer*innen zu kollektiven Aktionen aufrufen, wohingegen der geringere Anteil auf individuelle Handlungen entfällt (Tab.5). Der Fokus dieser individuellen Handlungen, liegt dabei auf dem Teilen persönlicher Erfahrungen und Einstellungen zum Thema Waffengewalt auf den sozialen Netzwerken.

Tabelle 5: Kollektives und Individuelles Handeln

	Gesamt (Tweets und Retweets)		SMO (Nur eigene Tweets)	
	Absolut (N= 181)	%	Absolut (N=78)	%
Kollektives Handeln	105	58,1%	43	55,0%
Individuelles Handeln	76	41,9%	35	45,0%

Quelle: Eigene Darstellung.

Die kollektive Identität wird zwar nur in 12% (Tab.4) der Tweets näher beschrieben, spielt aber in der Selbstwahrnehmung der Bewegung eine große Rolle. In deren Aufbauphase beschränkt sich die Wahrnehmung einer kollektiven Identität vor allem auf die Überlebenden der betroffenen High School von Parkland. Mit zunehmender Größe und Reichweite der Bewegung verändert sich die kollektive Identität und umfasst neben den direkt Überlebenden, zusätzlich die gesamte *Post-Columbine* Generation von Kindern und Jugendlichen, die mit der Erfahrung und Normalisierung von Schul-Amokläufen seitdem *Columbine High School Shooting* von 1999 aufgewachsen sind.

„*This generation will change the world. We will not stand for this violence and political corruption. Hear our voices. #NeverAgain*“ (hanf26, 16.02.2018).

Obwohl sich die Bewegung selbst als führungslos darstellt, sind aus der Twitter-Kommunikation deutlich Schlüsselfiguren zu identifizieren, die im Gegensatz zu anderen Nutzern vermehrt zitiert und verlinkt werden. Aus den Ergebnissen geht hervor, dass insgesamt elf Personen als Schlüsselfiguren der Bewegung gesehen werden können.¹⁴ Diese haben eine besonders meinungsführende Rolle innerhalb der Bewegung und leisten einen besonderen Beitrag zum Mobilisierungsprozess der Bewegung. Unter den Schlüsselfiguren befinden sich unter anderem die drei Gründer der Bewegung Cameron Kasky, Alex White und Sofie Whitney.

Auch wenn finanzielle Ressourcen von großer Bedeutung für die Langlebigkeit einer sozialen Bewegung sind, nimmt das aktive Fundraising nur eine überraschend geringe Rolle in der Ressourcenmobilisierungsstrategie der Bewegung ein. Nur rund 3,7% der Tweets (Tab.4) verweisen auf die eigene Crowdfunding-Website oder rufen aktiv zum Kauf von Merchandise-Artikeln der Bewegung auf. Auffällig ist, dass ein großer Teil der Finanzierung über Großspenden von prominenten Persönlichkeiten wie Oprah Winfrey oder Steven Spielberg erfolgt, die auf die Bewegung aufmerksam geworden sind.

¹⁴ Eine ausführliche Liste aller Schlüsselfiguren kann im Anhang nachvollzogen werden.

Die Ergebnisse zeigen, dass soziale Medien größtenteils für Organisationstätigkeiten verwendet wurden, weshalb die zuvor aufgestellte Hypothese bestätigt werden kann. Das Fundraising scheint eine eher untergeordnete Rolle in der Online-Kommunikation der Bewegung zu spielen. Auch wenn die SMO besonders aktiv in Organisations- und Mobilisierungstätigkeiten ist, so übernimmt doch das Netzwerk einen großen Teil der Organisation. Kollektives Handeln ist der Hauptfokus der Mobilisierungsaufrufe, auch wenn personalisierte Aktionen ebenfalls stark vertreten sind.

H3: Die Online-Kommunikation der #NeverAgain-Bewegung wird vor allem motivational und episodic framing umfassen.

Aus Tabelle 7 geht hervor, dass 62,5% der untersuchten Tweets einen motivierenden Charakter aufweisen und damit *motivational frames* zuzuordnen sind. Diese Tweets sind in der Regel kurz und bezwecken, Unterstützer*innen der Bewegung zu motivieren, an Offline-, sowie Online-Aktionen teilzunehmen. Sie umfassen einerseits direkte Aufrufe, persönliche Bekenntnisse für die Teilnahme am Protestgeschehen und Solidaritätsbekundungen. Die festgestellte Mehrheit an *motivational frames* geht zu Lasten der anderen beiden Kategorien: In nur rund 21,7% der *frames* thematisiert die Bewegung konkrete Lösungsansätze für das Problem der Waffengewalt in den USA und nur 15,8% der Tweets definieren das Problem Waffengewalt genauer oder weisen klar Verantwortung zu. Vergleicht man die Gesamtzahl an Tweets und die Tweets, die von der Bewegung selbst produziert worden sind, wird das Ergebnis noch deutlicher: Hier machen *motivational frames* sogar 73,1% der Gesamtzahl an Tweets aus, während die Problemdefinition und das Erklären von Lösungsstrategien nur 16,6% bzw. 10,3 % umfassen.

Tabelle 6: Framing-Prozess

Gesamt (Tweets und Retweets)		SMO (Nur eigene Tweets)		
	Absolut N=670	%	Absolut N=211	%
Motivational	419	62,5%	128	73,1%
Prognostic	145	21,7%	29	16,6%
Diagnostic	106	15,8%	18	10,3%

Quelle: Eigene Darstellung.

Tabelle 7: Frame-Art

Gesamt (Tweets und Retweets)		SMO (Nur eigene Tweets)		
	Absolut N=804	%	Absolut N=180	%
Thematic	170	21,1%	35	19,4%
Episodic	634	78,9%	145	80,6%

Quelle: Eigene Darstellung.

Betrachtet man die konkrete inhaltliche Ausprägung der *diagnostic frames* ist festzustellen, dass die Ursachen des Problems vor allem auf die herrschende „*Gun Culture*“ der Erwachsenen zurückzuführen sind, die Waffen über das Recht auf Sicherheit von Kindern und Jugendlichen stellen. Als Hauptverantwortliche werden insbesondere die NRA, korrupte Politiker*innen und die Gesamtheit der Erwachsenen benannt. Die *prognostic frames* beinhalten einerseits allgemein und offen formulierte Forderungen wie „Schützt unsere Kinder“, mit denen sich eine breite Masse von Menschen identifizieren kann, darunter auch Waffenbefürworter. Gleichzeitig formuliert die Bewegung auch sehr konkrete politische Ziele: (1) Universelle Background Checks, (2) Etablierung einer nationalen Registrierungsdatenbank, (3) Erhöhung von Forschungsmitteln zum Thema Waffengewalt (4) Verbot von Hochleistungsmagazinen¹⁵, (5) Verbot von Sturmgewehren (MarchForOurLives, 2018). Als handlungsfähigen Akteur, um diese formulierten Ziele umzusetzen, sieht die Bewegung vor allem sich selbst und die Gesamtheit der Post-Columbine Generation. Gegenüber anderen erwachsenen Entscheidungsträgern wird eine tiefgreifende Resignation und ein hoher Vertrauensverlust deutlich.

Die Ergebnisse des Vergleichs zwischen *thematic* und *episodic framing* (Tab.7) zeigen, dass nur 21,1% der Tweets das Thema Waffengewalt in einen größeren gesamtgesellschaftlichen Kontext setzen, sich unterdessen 78,9% der untersuchten Tweets vor allem mit der Beschreibung von Einzelfällen beschäftigen. Während das *episodic framing* vor allem Einzelschicksale, Geschichten von Überlebenden und Opfern und einzelne Amokläufe der US-Geschichte ins Visier nimmt, beschäftigen sich die Tweets, die dem *thematic framing* zuzuordnen sind, mit der Waffengewalt in den USA als gesamtgesellschaftlichen Problems, das neben Schulamokläufen auch andere Formen von Gewalt umfasst. Das zu Grunde liegende Problem ist dabei gerade nicht der Einzeltäter oder ein bestimmter Amoklauf, sondern der Status Quo der Waffenpolitik in den USA.

Die vorherrschende *Framing*-Strategie der Bewegung ist demnach als *motivational* und *episodic* zu beschreiben. Auf Basis dieser Erkenntnisse kann die Hypothese 3 ebenfalls bestätigt werden.

H4: Durch die Nutzung digitaler Medien ist die #NeverAgain-Bewegung in der Lage, eigene und noch nicht da gewesene frames, in die Öffentlichkeit zu tragen und so das Problem „Waffengewalt in den USA“ neu zu deuten.

Die Studie weist nach, dass die #NeverAgain-Bewegung mit Hilfe der Nutzung sozialer Medien neue Deutungsmuster ungefiltert in die öffentliche Debatte einfließen lassen konnte. Insgesamt lassen sich drei neuartige *frames* in der Online-Kommunikation der #NeverAgain-Bewegung identifizieren:

¹⁵ Als Hochleistungsmagazine (Englisch: high capacity magazines) werden allgemein Magazine bezeichnet, deren Kapazität mehr als zehn Schüsse umfasst (Giffords Law Center to Prevent Gun Violence 2018).

- (1) *Youth Activism Frame*: Der Youth Activism Frame strahlt zum einen Optimismus und die Aufbruchsstimmung einer gesamten Generation aus, um den jetzigen und als zutiefst ungerecht empfundenen Status Quo der Waffenpolitik in den USA zu verändern. Für Wandel können dabei gerade nicht die typischen Entscheidungsträger sorgen, sondern dieser muss durch die Jugendlichen der Post-Columbine Generation selbst erfolgen. Die Jugendlichen wollen nicht nur Opfer des Problems sein, sondern vielmehr als Teil der Lösung fungieren. Dies setzt das „aktiv werden“ einer ganzen Generation voraus, indem durch Online-, als auch Offline-Aktivitäten, institutioneller, wie auch außerinstitutioneller Natur versucht wird den Status Quo hin zu einer strengeren Waffenpolitik, und damit hin zu einem sichereren Amerika zu verändern.

„Young people have helped lead all our great movements. How inspiring to see it again in so many smart, fearless students standing up for their right to be safe; marching and organizing to remake the world as it should be. We've been waiting for you. And we've got your backs.“ (BarackObama, 22.02.2018)

- (2) *Fight For Our Lives Frame*: Das Problem der Waffengewalt an Kindern und Jugendlichen wird von der Bewegung stark als ein „Kampf um Leben und Tod“ gedeutet. Die Gefahr ist allgegenwärtig und ein Amoklauf kann potentiell überall geschehen und jedes Kind Amerikas existentiell bedrohen. Der Kampf der Jugendlichen ist vor allem ein Kampf gegen die Erwachsenen im Land, die das Recht der Kinder auf Leben und Sicherheit für Geld und das individuelle Recht auf Waffenbesitz fahrlässig aufs Spiel setzen. Um dieses Recht zu verteidigen, muss sich die Generation der Kinder und Jugendlichen zusammenschließen, um gemeinsam gegen die Veräußerung dieses fundamentalen Rechts zu kämpfen. Der *Fight For Our Lives* ist somit nicht nur ein Kampf gegen die Erwachsenen und Entscheidungsträger des Landes, sondern wird gleichzeitig auch als ein Kampf für Gleichberechtigung und Anerkennung von Kindern und Jugendlichen interpretiert.

“Fight for your lives before it’s someone else’s job.” - @Emma4Change #NeverAgain #MarchForOurLives“ (AMarch4OurLives, 24.03.2018)

„Student speaks in front of the U.S. Capitol on #NationalWalkoutDay: “Their right to own an assault rifle does not outweigh our right to live. The adults have failed us. This is in our hands now, and if any elected official gets in our way, we will vote them out.”“ (NBCNews, 14.03.2018)

- (3) *Survivor und Victims Frame*: Anstatt die Motivation und die Biographie des Amokläufers von Parkland in den Vordergrund der Debatte zu stellen, werden die Geschehnisse im Zusammenhang mit der Tat rund um die Opfer, als auch um die Überlebenden gedeutet. Die Opfer nehmen eine besondere Rolle in der Kommunikation der Bewegung ein und durch emotionale Nachrichten bleiben sie omnipräsent und der fundamentale Grund für den Aufstand der Jugendlichen.

„Read this. Read every single word. Jaime Guttenberg was Jordana’s best friend. The world needs to know how special she was. Jaime’s life was brutally stolen, but she will not be just a statistic.“ (TJaclynCorin, 29.03.2018).

Aber dieses Mal stehen vor allem auch die überlebenden Jugendlichen, ihre Ängste und ihre Traumata im Fokus. Sie werden als „Helden“ und „Kämpfer“ dargestellt, die durch Politikversagen Schreckliches erleben mussten und gleichzeitig die empfundene Wut und Trauer in konkrete Handlungen umwandeln.

„I was hiding in a closet for 2 hours. It was about guns. You weren’t there, you don’t know how it felt. Guns give these disgusting people the ability to kill other human beings. This IS about guns and this is about all the people who had their life abruptly ended because of guns.“ (car_nove, 15.02.2018).

Diese neuen *frames* werden gezielt über die sozialen Medien der Bewegung sowie im größeren Unterstützernetzwerk verbreitet, fernab der traditionellen Medien. Die Debatte, die zuvor hauptsächlich aus Sicht der Erwachsenen interpretiert wurde, bekommt durch die Jugendlichen eine neue Perspektive, die besondere Glaubwürdigkeit und Authentizität ausstrahlt, da sie als unschuldige Opfer dieses (Politik-)Versagens das Wort ergreifen.

Zusätzlich zu der Einschleusung neuer *frames*, erlauben soziale Medien die Verknüpfung unterschiedlicher Themenkomplexe über die Verwendung von Hashtags (siehe Kapitel 4.2). Aus der Analyse geht hervor, dass #NeverAgain das dominierende Thema „Waffengewalt an Kindern und Jugendlichen“ besonders häufig in Zusammenhang mit dem Hashtag #BlackLivesMatter bringt und damit eine Verbindung zur gleichnamigen Bewegung, die sich gegen die überdurchschnittliche Waffengewalt an Afroamerikaner*innen einsetzt, herstellt. Hier wird das Thema „Waffengewalt an Kindern und Jugendlichen“ um die Komponente „Soziale Gerechtigkeit“ und „Rassismus“ erweitert. Weitere Verknüpfungen sind bezüglich der Frauenbewegung auszumachen.

Die #NeverAgain-Bewegung schaffte es in ihrer Online-Kommunikation nicht nur neue *frames* wie den *Youth Activism*, den *Fight For Our Lives* oder den *Survivor und Victim Frame* in die Debatte einzuschleusen und somit den Fokus auf die von Waffengewalt betroffenen Kinder und Jugendlichen zu lenken, sondern diese neuen *frames* darüber hinaus mit anderen Themenkomplexen und Bewegungen zu verknüpfen und dementsprechend zu erweitern. Danach kann auch Hypothese 4 bestätigt werden.

5.2. Diskussion

Insgesamt konnten die gewonnenen Ergebnisse der Studie die zuvor formulierten Erwartungen erfüllen. Digitale Medien spielen eine zentrale Rolle im Mobilisierungsprozess der Bewegung. Von besonderer Relevanz sind sie hinsichtlich der *Framing*-Strategie, da #NeverAgain die eigene Interpretation der Geschehnisse unabhängig der traditionellen Medien, ungefiltert in die Öffentlichkeit tragen kann. Dabei ist zu beobachten, dass diese *frames* besonders als *motivational* und *episodic* zu kategorisieren sind, während Problemdeutung und Lösungsfindung eher in den Hintergrund rücken. Zwar vereinfachen digitale Medien den Zugang systemexterner Akteure wie #NeverAgain zum politischen System durch die direkte Kontaktaufnahme, das vereinfachte Formen von Koalitionen, die Mobilisierung einer ganzen Generation zur Stimmabgabe bei den *Midterms*, die Unabhängigkeit von traditionellen Medien und die direkte Schwächung von Gegnern, doch können sie jedoch wenig ausrichten gegenüber aktuell bestehenden institutionellen Faktoren wie z.B. der Zusammensetzung des Kongresses. Die Analyse der Ressourcenmobilisierungsstrategie hat ergeben, dass #NeverAgain Twitter mehrheitlich für Organisationszwecke nutzt, Schlüsselfiguren eine besondere Stellung innerhalb der Bewegung einnehmen und das aktive Fundraising gleichzeitig eine untergeordnete Rolle spielt.

5.2.1. Methodendiskussion

Die gewonnenen Erkenntnisse hängen im starken Maße von den gewählten Methoden zur Untersuchung des Phänomens ab. Die Qualität der Erkenntnisse lässt sich nur bewerten, wenn auch eine kritische Betrachtung der Methodik erfolgt. Die Einzelfallstudie lieferte wertvolle und detaillierte Erkenntnisse über das unerforschte Phänomen der #NeverAgain-Bewegung und erwies sich daher als sinnvolle Methode zur Exploration. Zwar lässt sich hier insbesondere die Übertragbarkeit der Erkenntnisse auf andere Bewegungen kritisch hinterfragen, jedoch war das Ziel dieser Arbeit nicht allgemeingültige Erkenntnisse über Neue Soziale Bewegungen 2.0 zu formulieren, sondern vielmehr das Fallbeispiel der #NeverAgain-Bewegung innerhalb der wissenschaftlichen Debatte einzuordnen und Erkenntnisse über die Online-Mobilisierungsstrategie zu sammeln. In diesem Kontext erwies sich auch die quantitativ-qualitative Inhaltsanalyse als sinnvoll. Mithilfe des deduktiv erstellten Kategoriensystems konnten die unterschiedlichen Dimensionen des Online-Mobilisierungsprozesses quantitativ miteinander ins Verhältnis gesetzt werden, während gleichzeitig detaillierte Erkenntnisse über die konkrete inhaltliche Ausprägung gesammelt werden konnten. Da bei Neuen Sozialen Bewegungen 2.0 vor allem die Sprache und damit vermittelte Emotionen über soziale Netzwerke als charakterisierende Eigenschaften benannt werden (Castells 2015: 14f.), ist eine qualitative Inhaltsanalyse als Ergänzung zu einer rein statistischen Auswertung essentiell. Eine Stärke des zu Grunde liegenden Forschungsdesigns ist demnach insbesondere die Variation und Verknüpfung unterschiedlicher Methoden, die eine komplementäre Erklärungskraft bieten.

Doch stößt auch dieses Design an seine natürlichen Grenzen. Zum einen umfasst der Untersuchungszeitraum nur einen kleinen Ausschnitt der Mobilisierungstätigkeiten der Bewegung. Aus politikwissenschaftlicher Sicht ist besonders die Phase nach dem MFOL interessant, da hier die Hauptmobilisierungsarbeit bezüglich der *Midterm Elections* abläuft. Diese Phase kommt durch den knapp bemessenen Untersuchungszeitraum zu kurz, war aber in Hinblick auf den Umfang der Arbeit nicht auszuweiten. Um besonders das *Framing* besser zu verstehen, sollten die Erkenntnisse in Zukunft um Hintergrundinterviews ergänzt werden. Auch entpuppt sich Twitter zwar als das Hauptkommunikationsmittel, nicht jedoch als das einzige genutzte soziale Netzwerk. Die gewonnenen Erkenntnisse begrenzen sich somit nicht nur auf alle Tweets, die auf diesen zwei untersuchten Kanälen zu finden sind, sondern eben auch nur auf eine von vielen genutzten Plattformen. Die untersuchte Stichprobe aus der weit größeren Debatte zeigt somit nur einen kleinen Ausschnitt der Realität, deckt aber wie die Vorrecherche aus Kapitel 4.1. zeigt, die beiden bedeutendsten Kanäle der Online-Kommunikation von #NeverAgain ab.

5.2.2. Erkenntnisdiskussion

Der folgende Abschnitt soll die zentralen Ergebnisse der Analyse bezüglich der zwei Forschungsfragen diskutieren. Basierend auf den in Kapitel 3.2 aufgestellten Eigenschaften, lässt sich die These, dass es sich bei #NeverAgain um eine Neue Soziale Bewegung 2.0 handelt, bestätigen.

Die Bewegung entstand als Ad-hoc-Reaktion auf den Amoklauf in Parkland und unterstützt damit die Argumentation von Margetts et al. (2016: 175ff.), dass das *spontane* und unvorhergesehenen Auftreten dieser Neuen Sozialen Bewegungen 2.0 als charakterisierende Eigenschaft zu betrachten ist. Obwohl sich der Amoklauf als Katalysator des Protests auf ein rein lokales Ereignis beschränkt, nimmt die Bewegung innerhalb kürzester Zeit *transnationale* Züge an und findet weltweit aktive Unterstützer.

Eines der Hauptargumente Bennett und Segerbergs (2012: 750) ist, dass soziale Medien als „*organizing agents*“ alle Arten von Organisationskosten dramatisch senken und somit eine *schnelle Massenmobilisierung* begünstigen. Aus den Ergebnissen geht hervor, dass Twitter von #NeverAgain hauptsächlich für Organisationszwecke genutzt wird, gleichzeitig das aktive Fundraising jedoch eine eher untergeordnete Rolle im Ressourcenmobilisierungsprozess spielt, obwohl finanzielle Ressourcen als zentraler Faktor sozialer Bewegungen angesehen werden (Edwards / McCarthy 2004: 128). Die wenigen aktiven Fundraising Aufrufe und die zur selben Zeit wichtige Rolle von prominenten Großspendern lassen darauf schließen, dass ein gewisser Grad an gesellschaftlicher Aufmerksamkeit, das Erstellen einer Crowdfunding-Website und ein großes Unterstützernetzwerk ausreichend sind, damit das Fundraising bei #NeverAgain größtenteils autonom innerhalb des Netzwerks abläuft und somit nur eines geringen Ressourceneinsatzes bedarf. Auch wenn Organisationskosten nicht vollständig entfallen können, da auch für die Pflege sozialer Netzwerke Zeit und damit Ressourcen investiert werden müssen,

so dient das Netzwerk der #NeverAgain-Bewegung doch als Vermittlungsplattform, um Ressourcen innerhalb des Netzwerks kostengünstig und schnell zu akquirieren. Fraglich ist jedoch, inwiefern dieses Verfahren eine langfristige und vor allem stabile Versorgung mit Ressourcen garantieren kann und ob die schnelle Abbauphase der Bewegung (Abb. 4) nicht mit dieser eher als passiv zu beschreibenden Fundraisingmethode in Verbindung steht. Der Einfluss sozialer Medien auf Fundraising-Aktivitäten Neuer Sozialer Bewegungen 2.0 bedarf daher zukünftiger wissenschaftlicher Untersuchungen.

Das Entstehen *neuer Partizipationsformen* lässt die Partizipationskosten für Aktivist*innen enorm absinken, da Protest im digitalen Zeitalter nicht nur auf der Straße, sondern auch auf sozialen Plattformen stattfindet (vgl. Earl / Kimpton 2011). Diese neuen Formen werden in der Literatur als „*microdonations*“ (Margetts et al. 2016: 50) bezeichnet und weisen stark reduzierte soziale Kosten und eine fehlende physische Präsenz als Eigenschaften auf. Obwohl die Bewegung selbst eine gemischte Proteststrategie aus alten und neuen Partizipationsformen verfolgt, sind es vor allem die innovativen und perfekt auf ihre Zielgruppe zugeschnittenen Online-Tools, die die #NeverAgain von anderen Bewegungen abheben und das große Innovations- und Kreativitätspotenzial der Jugendlichen zeigen. Unter diesen innovativen Tools, die besonders junge Unterstützer*innen an die Bewegung binden, befinden sich z.B. ein Smartphone Spiel mit #NeverAgain Charakteren, digitale Fotorahmen mit #NeverAgain Symbolen für Smartphone Apps oder die bewegungseigene App „MFOL“.

Aus den Daten folgt, dass die *schnelle Massenmobilisierung* von #NeverAgain vor allem durch die geschickte *framing*-Strategie, welche in positiver Hinsicht von der Nutzung sozialer Medien profitiert, möglich wurde. Zwar erlaubt dieses spezielle *motivational* und *episodic framing* der Tweets die Mobilisierung vieler Twitternutzer*innen, jedoch fehlt dabei häufig die gesamtgesellschaftliche Einordnung des Themas. Diese Befunde deuten darauf hin, dass auch bei #NeverAgain die Kommunikation über digitale Medien Personalisierungs- und Emotionalisierungstendenzen, wie von Bennett und Segerberg (2012) beschrieben, aufweist. Diese Personalisierung der Debatte geht dabei zulasten konkreter Problemdefinitionen, Verantwortungszuweisungen und Lösungsstrategien. Dies wird im größeren gesamtgesellschaftlichen Kontext insbesondere dann zum Problem, wenn Menschen sich ausschließlich über soziale Medien informieren und Emotion und Information kaum mehr auseinander zu halten sind (Meraz / Pacharissi 2013:22f.). Besonders die Generation der #NeverAgain-Aktivist*innen, die von Prensky (2001) auch als „*Digital Natives*“ bezeichnet wird, da soziale Medien seit Beginn Teil ihres Lebens sind, beziehen ihre Informationen immer mehr über soziale Netzwerke (Lenhart / Purcell / Smith / Zickuhr 2010: 28f.), die diese Problemtendenzen aufweisen. Auf der anderen Seite sind es gerade positive Emotionen wie Enthusiasmus und geteilte Motivation, die essentiell sind, um Menschen zum Handeln zu bewegen (Castells 2015: 14). Wie die Bewegung gezeigt hat, konnte sie besonders durch diese spezielle *framing*-Strategie, die auf personalisierte Nachrichten, motivierende

Mobilisierungsaufzüge und emotionale Opfergeschichten setzte, einen der größten Protestmärsche der US-Geschichte organisieren, unabhängig davon wie intensiv Probleme und Lösungen definiert wurden.

Die festgestellte *Unabhängigkeit von traditionellen Medien* hat zu zwei konkreten Vorteilen geführt: Erstens kann die Bewegung gezielt Problemtendenzen der traditionellen Medien wie den „age bias“ oder den „race bias“ umgehen und gerade diesen unterrepräsentierten Bevölkerungsgruppen wie Kindern und Jugendlichen, aber auch den Afroamerikaner*innen, eine Stimme geben. Zweitens können sie das Problem Waffengewalt aus einer neuen Perspektive interpretieren, die langfristig das Potential hat die öffentliche Debatte zu verändern. Diese neu eingebrachten *frames* unterscheiden sich fundamental vom zuvor dominierenden Deutungsrahmen. Waffengewalt wird gerade nicht mehr als „*Mental Health Issue*“ gedeutet, dessen Ursache einzig und allein in der Psyche des Menschen liegt und Kinder werden durch den Perspektivwechsel von passiven Opfern (Kerr 2018: 75) zu aktiven Kämpfern gegen Waffengewalt uminterpretiert. Von besonderem zukünftigen gesellschaftlichen als auch wissenschaftlichen Interesse ist der in der Kommunikation thematisierte Vertrauensverlust der Jugendlichen gegenüber der Erwachsenenwelt, als auch der Politik.

Wie Castells (2015:4) in seiner Beschreibung Neuer Sozialer Bewegungen 2.0 argumentiert, gibt sich auch #NeverAgain grundsätzlich als *parteiunabhängig* und politisch inklusiv, auch wenn vor allem gegen republikanische Kandidat*innen mobilisiert wird.¹⁶ Die Entscheidung für die Parteiunabhängigkeit ist ein strategischer Schritt der Bewegung, der zum einen möglichst viele verschiedene Jugendliche, unabhängig von ihrer sonstigen politischen Einstellung, ansprechen und gleichzeitig für eine parteiübergreifende Lösung des Problems werben soll. Anders als beispielsweise OWS, die sich grundsätzlich gegen institutionelle Lösungen ausspricht (Castells 2015: 187ff.), versucht #NeverAgain gerade über den Weg von Wahlen die institutionellen Rahmenbedingungen, die für die anhaltende Stagnation verantwortlich sind, zu überwinden.

Autoren wie della Porta (2013) und Shirky (2011) sagen Neuen Sozialen Bewegungen 2.0 ein großes *demokratisches Potential* nach. Soziale Medien stellen dabei ein mächtiges Tool dar, welches erlaubt die öffentliche Debatte mitzugestalten und unterrepräsentierten und wenig partizipatorisch interessierten Gesellschaftsgruppen, wie Jugendlichen, eine Stimme zu verleihen (vgl. Vromen, Xenos und Loader, 2015; Margetts et al. 2016). Zwar weist gerade die „Generation Me“ (Theocharis 2012:163), wie sie von einigen Autor*innen genannt wird, im Vergleich eine äußerst niedrige politische Partizipation bei traditionellen Partizipationsformen wie Wahlen auf, gleichzeitig zeigen aktuelle Studien einen klar positiven Zusammenhang zwischen sozialen Medien und der Nutzung dieser zur politischen Mobilisierung innerhalb der Kohorte der Millennials (Valenzuela / Arriagada / Scherman 2012: 299). Es scheint, als würden gerade junge Menschen zwar weniger zu traditionellen Formen der Partizipation

¹⁶ Eine vollständige Liste aller direkt angesprochenen Personen kann im Anhang nachvollzogen werden.

greifen, zur selben Zeit jedoch Partizipation auf Online-Plattformen neu erfinden. Auch diese Entwicklung wird anhand der Ergebnisse deutlich: #NeverAgain schafft es in besonderem Maße, junge (Post-)Millennials ohne Protesterfahrungen zum Aufstand zu bewegen und dies besonders durch innovative Online-Tools und eine klare, motivierende Botschaft auf sozialen Netzwerken. Unklar bleiben die langfristigen Folgen dieser Veränderung der Partizipation auf das politische System, denn Demokratie bedarf der Existenz traditioneller Partizipationsformen.

Auch wenn die Ausgangssituation der #NeverAgain-Bewegung als ungünstig zu bezeichnen ist, denn Verschärfungen der Waffengesetzgebung sind wahrscheinlicher, wenn beide Häuser des Kongresses und der Präsident, dem demokratischen Lager angehören (Fleming 2012: 97), so schaffen es die Jugendlichen durch die intensive Mobilisierung auf sozialen Medien doch Tausende von Jugendlichen zur Wahlregistrierung zu bewegen. Nach Hogg und Hogg (2018: 135ff.) fand im Rahmen des MFOL eines der größten Registrierungssevents der USA statt, allein organisiert über soziale Medien. Ob die Jugendlichen tatsächlich eine Chance haben, das institutionelle Gefüge nachhaltig zu verändern, hängt allein von ihrer Wahlbeteiligung im November 2018 ab. Auch wenn die Millennials zukünftig einen nicht zu unterschätzenden Teil der Wahlbevölkerung ausmachen werden (Fry 2018), liegt ihre Wahlbeteiligung im historischen Verlauf stark unter der anderer Kohorten (File 2015: 5)¹⁷. Dazu kommt, dass es sich bei den Wahlen im November 2018 um keine *General Elections* handelt, und die *Midterms* grundsätzlich eine deutlich geringere Wahlbeteiligung aufweisen (Desilver 2014). Zu Gute kommt den Jugendlichen allerdings, dass sie die öffentliche Meinung bezüglich einer Verschärfung der Waffengesetzgebung hinter sich vereinen (Gallup Institute 2018) und aktuelle Wahlprognosen bezüglich der *Midterms* von einer demokratischen Mehrheit im Kongress ausgehen (Rasmussen Report 2018).

All die zuvor genannten Eigenschaften bestätigen die These, dass es sich bei #NeverAgain um eine Neue Soziale Bewegung 2.0 handelt. Jedoch existieren zwei Widersprüche innerhalb der Bewegung, die gegen diese These sprechen.

Eines der Hauptargumente von Bennett und Segerberg (2012: 739) lautet, dass digitale Medien die Organisationsstruktur sozialer Bewegungen fundamental verändern und kollektives Handeln in *connective action*, also Handeln in losen, hierarchielosen Netzwerkstrukturen, umwandeln. Zentrale Organisationen verlieren an Bedeutung und ihre Aufgaben werden vermehrt im Netzwerk selbst koordiniert und ausgeführt (Earl / Kimpton 2011: 157ff.). Im Falle der #NeverAgain-Bewegung existiert entgegen der Meinung von Earl / Kimpton (2011) weiterhin eine zentrale SMO, die die Koordination und Planung einzelner Großevents übernimmt. Dabei agiert sie als Knotenpunkt der Kommunikation

¹⁷ Beispielsweise lag die Wahlbeteiligung der Millennials im Jahr 2014 bei nur 23,1%, während die Kohorte der über 65-Jährigen eine Wahlbeteiligung von 59,4% aufwies (File 2015: 5).

und Repräsentant der Bewegung nach außen, ohne die Kontrolle über alle zentralen Organisations- und Koordinationsaufgaben innezuhaben. Um die SMO hat sich im Laufe des Untersuchungszeitraums ein dichtes Netzwerk an lokalen Initiativen und Gruppen gebildet, die organisatorisch unabhängig, aber programmatisch an MFOL gebunden, agieren. Dies stellt einen fundamentalen Unterschied zu Neuen Sozialen Bewegungen 2.0 wie der OWS dar, die gerade über keine übergeordneten formalen Organisationen verfügen, sondern sich allein über soziale Netzwerke koordinieren (Suh, Vasi und Chang 2017:283). Neuen Sozialen Bewegungen 2.0 wird von Tsatsou (2018: 4) nachgesagt, dass sie ohne Führungselite und stattdessen gemäß einer Schwarmintelligenz fungieren. Zwar betont #NeverAgain führungslos zu sein, dies widerspricht jedoch der starken meinungsführenden Stellung, die die Schlüsselfiguren, besonders die Gründungsmitglieder, innerhalb der Bewegung einnehmen. Einzelpersonen wie Emma Gonzalez sind nicht nur das Gesicht der Bewegung, sondern beeinflussen auch klar deren Zielrichtung. Gerbaudo (2012: 134ff.) beschreibt in seiner Studie weitere Formen von *leadership* innerhalb Neuer Sozialer Bewegungen 2.0. Statt davon auszugehen, dass keinerlei Führungselite vorherrschen darf, um Bewegungen als solche zu klassifizieren, spricht er von „*soft leadership*“ (Gerbaudo 2012: 135), bei der Schlüsselfiguren, die einen großen Teil der Außenkommunikation und Repräsentation übernehmen, als weiche Führungspersonen angesehen werden.

Aufgrund der Existenz einer zentralen SMO innerhalb eines dezentralen Netzwerkes ist #NeverAgain nach der Typologie von Bennett und Segerberg (2012: 756) als „*organizationally enabled network*“ einzuordnen. Digitale Medien beeinflussen zwar die Organisationsstruktur hinsichtlich einer veränderten Art von *leadership* und einer veränderten Bedeutung der SMO für die Ausführung essentieller Aufgaben, jedoch übernehmen sie erstaunlicherweise nicht sämtliche Organisationsfunktionen. Wie die Ergebnisse zeigen konnten, spielt auch das Web 1.0 und die bewegungseigene Website eine wichtige Rolle im Mobilisierungsprozess der Bewegung, auf welche über Twitter regelmäßig für weiterführende Informationen und Zusatzmaterial verwiesen wird. Soziale Medien sind eben das Haupt-, nicht aber das einzige Tool für Organisations- und Informationszwecke.

Zweitens widerspricht die klare 5-gliedrige politische Zielsetzung (siehe Kapitel 5.1) der Bewegung dem Argument Castells (2015: 187), dass Neue Soziale Bewegungen 2.0 keine konkreten politischen Forderungen formulieren. Obwohl bereits Gamson (1975) die Bedeutung klarer politischer Forderungen für den Erfolg sozialer Bewegungen erkannte, zeigen Beispiele wie OWS (Castells 2015), und die Indignados (Christancho und Anduiza 2016), dass es Bewegungen im digitalen Zeitalter häufig an gemeinsamen Zielen fehlt oder politische Forderungen bewusst aufgrund der Kritik am institutionellen System nicht formuliert werden. #NeverAgain kann als klares Gegenbeispiel für diese Sichtweise gedeutet werden und stellt politische Ziele konkret in den Vordergrund, obwohl Problemdefinition und Lösungsstrategien einen eher geringeren Teil der Kommunikation ausmachen.

Die zwei identifizierten Widersprüche stellen gerade keinen Grund dar, anzunehmen, dass es sich bei #NeverAgain nicht um eine Neue Soziale Bewegung 2.0 handelt. Vielmehr sind sie als Beispiele zu sehen, die für die Variation innerhalb dieses neuen Typus sozialer Bewegungen stehen. Aus diesem Grund kann man zusammenfassend festhalten, dass #NeverAgain eine Neue Soziale Bewegung 2.0 darstellt. Fraglich bleiben jedoch die konkreten Auswirkungen dieser Neuen Sozialen Bewegungen 2.0 auf die politischen Systeme im 21. Jahrhundert.

Margetts et al. (2016) sehen digitale Medien als neue Machtressource für außerinstitutionelle Gruppen, die das Potential haben das unvorbereitete politische System in einen Zustand des „Chaos“ und der „Politischen Turbulenz“ (Margetts et al. 2016: 203ff.) zu versetzen. Politische Entscheidungsträger können sich nicht länger vor der digitalen Generation verstecken, die einen strategischen Vorteil gegenüber etablierten Akteuren des Systems hat (ebd.). Ob Protest im 21. Jahrhundert nachhaltig gesellschaftlichen Wandel erzeugen kann, oder ob nach einem kurzen Mobilisierungshöhepunkt ein umso schnelleres Abklingen erfolgt, bleibt eine der zentralen Fragen, die auch bei #NeverAgain offen bleibt. Bis dato sind keine grundlegenden und radikalen Veränderungen in der Waffengesetzgebung zu erkennen und somit kann und muss die Effektivität von #NeverAgain und damit auch der Neuen Sozialen Bewegungen 2.0 in Frage gestellt werden. Hier ist allerdings hinzuzufügen, dass es #NeverAgain, als von Jugendlichen organisierte Bewegung geschafft hat, die öffentliche Debatte entscheidend umzudeuten. Castells (2015) spricht davon, dass das wahre Ziel Neuer Sozialer Bewegungen 2.0 gerade nicht der konkrete politische Wandel ist, sondern vielmehr ein angestrebter Bewusstseinswandel, der „*seeds of change*“ (Castells 2015:242) in die Köpfe der Menschen pflanzt.

6. Fazit

Die vorliegende Arbeit soll zum einen, einen aktuellen Beitrag zur wissenschaftlichen Debatte um den Einfluss sozialer Medien auf Protestbewegungen und die Existenz eines neuen Typus sozialer Bewegungen leisten, zum anderen einen Einblick in die Online-Mobilisierungsstrategie der #NeverAgain-Bewegung geben.

Die quantitativ-qualitative Inhaltsanalyse der Online-Kommunikation zeigt, dass die #NeverAgain-Bewegung als aktuelles Beispiel einer Neuen Sozialen Bewegung 2.0 betrachtet werden kann, deren Entwicklung sich zum großen Teil durch die strategische Nutzung sozialer Medien zur Ressourcenmobilisierung, zum gezielten *framing* und zur Nutzung des gegebenen politischen Kontexts erklärt. Die Twitterkanäle der Bewegung fungieren demnach nicht nur als reine Kommunikations- und Koordinationstools, sondern stellen den Mittelpunkt eines großen dezentralen Netzwerkes dar, über welches organisiert, mobilisiert und interpretiert wird. Die SMO MFOL übernimmt dabei zentrale Aufgaben, ohne die vollständige Kontrolle über das Netzwerk zu besitzen. Den stärksten Einfluss hat

die Nutzung digitaler Medien auf die *framing*-Strategie der Bewegung, die statt auf Problemdefinition und Lösungsansätze zu setzen, vermehrt *motivational* und *episodic framing* einsetzt und zusätzlich neue *frames* unabhängig von traditionellen Medien in die öffentliche Debatte einbringt. Zwar können digitale Medien einen positiven Effekt auf die *political opportunities* Neuer Sozialer Bewegungen 2.0 haben, jedoch ist dieser Effekt hinsichtlich #NeverAgain begrenzt durch stark hemmende, größtenteils institutionelle Faktoren. Bezuglich der Ressourcenmobilisierungsstrategie ist zu erkennen, dass Twitter in besonderem Maße für Organisationszwecke innerhalb des Netzwerks genutzt wird.

Auch wenn die Analyse die aufgestellten Erwartungen erfüllt hat, bleiben Fragen bezüglich der Rolle traditioneller Medien, als auch der Bedeutung anderer Online-Plattformen neben Twitter offen. Wenngleich die Analyse besonders bezüglich ihrer Übertragbarkeit auf andere Bewegungen mit anderem institutionellen Kontext an ihre Grenzen stößt, so ermöglichen die gewonnenen Erkenntnisse ein tieferes Verständnis für das neuartige Phänomen dieser abrupt auftretenden und sich über soziale Netzwerke schnell mobilisierenden Neuen Sozialen Bewegungen 2.0. Gleichwohl der Theorie-Mix aus schon bestehenden Theorien der Protest- und Bewegungsforschung im Falle #NeverAgain erfolgreich auf die Neuen Sozialen Bewegungen 2.0 angewendet werden kann, stellt sich ausgehend von den hier vorgestellten Ergebnissen die Frage, wie ein neues theoretisches Konstrukt zugeschnitten auf Bewegungen im digitalen Zeitalter aussehen könnte. Ergänzen ließen sich die hier gewonnenen Ergebnisse darüber hinaus durch die Untersuchung der konkreten Auswirkungen dieser Neuen Sozialen Bewegungen 2.0 auf den politischen Kontext. Vor allem Fragen nach potentiellen Gefahren durch Neue Soziale Bewegungen 2.0 und die Rolle von sozialen Medien in Hinblick auf Extremismus könnten für zukünftige Untersuchungen von Interesse sein. Die Ergebnisse zeigen zwar, dass emotionales *framing* Teil der Mobilisierungsstrategie der Bewegung ist, nicht jedoch welche Rolle die übermittelten Emotionen genau spielen. Dies sollte in Zukunft besonders unter Einbeziehung von Fotos und Videos als multimediale Übermittler von Emotionen weiter untersucht werden.

Inwiefern #NeverAgain als Neue Soziale Bewegung 2.0 politisch erfolgreich mit ihrer digitalen Mobilisierungsstrategie ist, wird sich spätestens bei den *Midterm Elections* im November 2018 zeigen. Aktuell kämpfen die Jugendlichen der #NeverAgain-Bewegung mit ihrer Kampagne „Road To Change“ weiter für jugendliche Wählerstimmen. Auch wenn bezüglich der Langlebigkeit, der Effektivität und der internen Prozesse Neuer Sozialer Bewegungen 2.0 noch viele Fragen offen sind, so spricht Castells (2015: 272ff.) davon, dass es gerade diese Bewegungen sind, die wie keine anderen das 21. Jahrhundert langfristig prägen werden.

Literaturverzeichnis

Ahmed, Saeed / Walker, Christina (2018). There Has Been on Average, 1 School Shooting Every Week This Year. In: <https://edition.cnn.com/2018/03/02/us/school-shootings-2018-list-trnd/index.html>, 03.07.2018.

Baringhorst, Sigrid (2014). Internet und Protest. Zum Wandel von Organisationsformen und Handlungsrepertoires- Ein Überblick. In: *Voss, Kathrin* (Hrsg.): Internet und Partizipation. Bottom-up oder Top-down? Politische Beteiligungsmöglichkeiten im Internet. Wiesbaden: Springer VS, 89-113.

Benford, Robert D. / Snow, David. A. (2000). Framing Processes and Social Movements: An Overview and Assessment. In: Annual Review of Sociology Vol. 26: 611-639.

Bennett, W. Lance / Breunig, Christian / Givens, Terri (2008). Communication and Political Mobilization: Digital Media and the Organization of Anti-Iraq War Demonstrations in the U.S. In: Political Communication Vol. 25 (3): 269-289.

Bennett, W. Lance / Segerberg, Alexandra (2011). Social Media and the Organization of Collective Action: Using Twitter to Explore the Ecologies of Two Climate Change Protests. In: The Communication Review Vol. 14 (3): 197-215.

Bennett, W. Lance / Segerberg, Alexandra (2012). The Logic of Connective Action. Digital Media and the Personalization of Contentious Politics. In: Information, Communication & Society Vol. 15. (5): 739-768.

Bimber, Bruce / Flanagan, Andrew / Stohl, Cynthia (2005). Reconceptualizing Collective Action in the Contemporary Media Environment. In: Communication Theory Vol. 15 (4): 365-388.

Brügger, Niels (2011). Web Archiving- Between Past, Present, and Future, In: *Consalvo, Mia/ Ess, Charles* (Hrsg.): The Handbook of Internet Studies. Malden: Blackwell, 24-42.

Bruns, Axel / Moe, Hallvard (2014). Structural Layers of Communication on Twitter. In: *Weller, Katrin/ Bruns, Axel / Burgess, Jean, Mahrt, Merja / Puschmann, Cornelius* (Hrsg.): Twitter and Society Vol. 89. New York: Peter Lang, 15-28. In: [http://eprints.qut.edu.au/66321/1/Twitter_and_Society_\(2014\).pdf](http://eprints.qut.edu.au/66321/1/Twitter_and_Society_(2014).pdf). 03.07.2018.

Buechler, Steven M. (2016). Understanding Social Movements. Theories from the Classical Era to the Present. New York: Routledge.

Castaneda, Ernesto (2012). The Indignados of Spain: A Precedent to Occupy Wall Street. In: Social Movement Studies Vol. 11 (3-4): 309-319.

Castells, Manuel (2015). Networks of Outrage and Hope. Social Movements in the Internet Age. Cambridge/ Malden, MA: Polity Press.

Chadwick, Andrew / Dennis, James / Smith, Amy P. (2016). Politics in the Age of Hybrid Media. In: *Bruns, Alex / Enli, Gunn / Skogerbo, Eli / Larsson, Anders O. / Christensen, Christian* (Hrsg.): The Routledge Companion to Social Media and Politics. New York: Taylor & Francis, 7-22.

Chong, Dennis / Druckman, James N. (2007). Framing Theory. In: Annual Review of Political Science Vol. 10: 103-126.

Cristancho, Camilo / Anduiza, Eva (2016). Social Media Accounts of the Spanish Indignados. In: *Bruns, Alex / Enli, Gunn / Skogerbo, Eli / Larsson, Anders O. / Christensen, Christian* (Hrsg.): The Routledge Companion to Social Media and Politics. New York: Taylor & Francis, 165-183.

DeGrazia, David / Hunt, Lester H. (2016). Debating Gun Control. How Much Regulation Do We Need? Oxford: Oxford University Press.

Della Porta, Donnatella (2007). The Global Justice Movement: Cross-National and Transnational Perspectives. Boulder, CO: Paradigm.

Della Porta, Donnatella (2013). Can Democracy Be Saved? Cambridge, UK: Polity Press.

Della Porta, D. und Mosca, Lorenzo (2005). Global-Net for Global Movements? A Network of Networks for a Movement of Movements. In: Journal of Public Policy Vol. 25 (1): 165-190.

Della Porta, Donnatella / Tarrow, Sidney G. (Hrsg.) (2005). Transnational Processes and Social Activism: An Introduction. In: *Della Porta, D. und Tarrow, S.* (Hrsg.): Transnational Protest and Global Activism, Lanham. MD: Rowman & Littlefield, 1-17.

Della Porta, Donnatella / Diani, Mario (2006). Social Movements. An Introduction. Malden, MA: Blackwell Publishing.

Della Porta, Donnatella (Hrsg.) (2014). Social Movement Studies and Methodological Pluralism: An Introduction. In: *Della Porta, Donnatella* (Hrsg.): Methodological Practices in Social Movement Research, Oxford, UK: Oxford University Press, 1-20.

DeLuca, Kevin M. / Lawson, Sean / Sun, Ye (2012). Occupy Wall Street on the Public Screens of Social Media: The Many Framings of the Birth of a Protest Movement. In: *Communication, Culture & Critique* Vol. 5(4): 483-509.

Desilver, Drew (2014). Voter Turnout Always Drops Off for Midterm Elections, but Why. In: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/07/24/voter-turnout-always-drops-off-for-midterm-elections-but-why/>, 03.07.2018.

Dimock, Michael (2018). Defining Generations: Where Millennials End and Post-Millennials Begin. In: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/03/01/defining-generations-where-millennials-end-and-post-millennials-begin/>, 03.07.2018.

Durando, Jessica (2018). March For Our Lives Could Be the Biggest Single-Day Protest in D.C.'s History. In: <https://eu.usatoday.com/story/news/nation/2018/03/24/march-our-lives-could-become-biggest-single-day-protest-d-c-nations-history/455675002/>, 03.07.2018.

Earl, Jennifer / Kimpton, Katrina (2011). Digitally Enabled Social Change: Activism in the Internet Age. Cambridge: The MIT Press.

Edwards, Bob / McCarthy, John D. (2004). Resources and Social Movement Mobilization. In: *Snow, David A., Soule, Sarah A. und Kriesi, Hanspeter* (Hrsg.): The Blackwell Companion to Social Movements. Malden, MA: Blackwell Publishing, 116-152.

Eisinger, Peter K. (1973). The Conditions of Protest Behavior in American Cities. In: *The American Political Science Review* Vol. 67 (1): 11-28.

Eltantawy, Nahed / Wiest, Julie B. (2011). Social Media in the Egyptian Revolution: Reconsidering Resource Mobilization Theory. In: *International Journal of Communications* Vol. 5: 1207-1223.

Entman, Robert M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. In: *Journal of Communication* Vol. 43 (4): 51-58.

Everytown For Gun Safety (2018). Gun Violence by the Numbers. In: <https://everytownresearch.org/gun-violence-by-the-numbers/>, 03.07. 2018.

File, Thom (2015). Who Votes? Congressional Elections and The American Electorate: 1978-2014. In: <https://www.census.gov/content/dam/Census/library/publications/2015/demo/p20-577.pdf>, 03.07.2018.

Fleming, Anthony K. (2012). Gun Policy in the United States and Canada: The Impact of Mass Murders and Assassinations on Gun Control. London: Continuum International Publishing Group.

Fleming, Anthony K. / Rutledge, Paul E. /Dixon, Gregory C. / Peralta, S. (2016). When the Smoke Clears: Focusing Events, Issue Definition, Strategic Framing and the Politics of Gun Control. In: Social Science Quarterly Vol. 97 (5): 1144-1156.

Fry, Richard (2018). Younger Generations Make up a Majority of the Electorate, but May Not Be a Majority of Voters this November. In: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/06/14/younger-generations-make-up-a-majority-of-the-electorate-but-may-not-be-a-majority-of-voters-this-november/>, 03.07.2018.

Gallup Institute (2018). Guns: Gallup Historical Trends. In: <https://news.gallup.com/poll/1645/guns.aspx>, 03.07.2018.

Gamson, William A. (1975). The Strategy of Social Protest. Homewood, IL: Dorsey Press.

Gerbaudo, Paolo (2012). Tweets and the Streets. Social Media and Contemporary Activism. London: Pluto Press.

Giffords Law Center to Prevent Gun Violence (2018). Large Capacity Magazines. In: <http://lawcenter.giffords.org/gun-laws/policy-areas/hardware-ammunition/large-capacity-magazines/> , 03.07.2018.

Gladwell, Malcolm (2010). Small Change. Why the Revolution Will Not Be Twitted, In: The New Yorker, 04.10. 2010. In: <https://sites.tufts.edu/mitznereng1fall2017/files/2017/09/Small-Change-The-New-Yorker.pdf>, 03.07.2018.

Goh, Debbie / Pang, Natalie (2016). Protesting the Singapore Government: The Role of Collective Action Frames in Social Media Mobilization. In: Telematics and Informatics Vol.33 (2): 525-533.

Goss, Kristin A. (2006). Disarmed. The Missing Movement for Gun Control in America. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.

Gross, Kimberly (2008). Framing Persuasive Appeals: Episodic and Thematic Framing, Emotional Response, and Policy Opinion. In: Political Psychology Vol. 29 (2): 169-192.

Gun Violence Archive (2018). Gun Violence Archive 2018. In: <http://www.gunviolencearchive.org/>, 03.07. 2018.

Hogg, David / Hogg, Lauren (2018). #NeverAgain: A New Generation Draws the Line. New York: Random House Books.

Howard, Philip N. / Duffy Aiden / Freelon, Deen / Hussain, Muzammil M. / Mari, Will / Maziad, Marwa (2011). Opening Closed Regimes: What Was the Role of Social Media During the Arab Spring? In: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2595096, 03.07.2018.

Iyengar, Shanto (1991). Is Anyone Responsible? How Television Frames Politics Issues. Chicago: University of Chicago Press.

Jungherr, Andreas (2014). The Logic of Political Coverage on Twitter: Temporal Dynamics and Content. In: Journal of Communication Vol. 64: 239-259.

Juris, Jeffrey S. (2012). Reflections on #Occupy Everywhere. Social Media, Public Space, and Emerging Logics of Aggregation. In: American Ethnologist Vol. 39 (29): 259-279.

Kaplan, Andreas M. / Haenlein, Michael (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. In: Business Horizons Vol. 53: 59-68.

Kates, Don B. / Mauser, Gary (2007). Would Banning Firearms Reduce Murder and Suicide? A Review of International and Some Domestic Evidence. In: Harvard Journal of Law & Public Policy Vol. 30 (2): 649-694.

Kern, Thomas (2008). Soziale Bewegungen. Ursachen, Wirkungen, Mechanismen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Kerr, Selina E.M. (2018). Gun Violence Prevention? The Politics Behind Policy Responses to School Shootings in the United States. Palgrave MacMillan.

Khondker, Habibul H. (2011). Role of the New Media in the Arab Spring. In: Globalizations Vol. 8 (5): 675-679.

Klandermans, Bert (2004). The Demand and Supply of Participation: Social-Psychological Correlates of Participation in Social Movements. In: *Snow, David A., Soule, Sarah A. und Kriesi, Hanspeter* (Hrsg.): The Blackwell Companion to Social Movements. Malden, MA: Blackwell Publishing, 360-379.

Kneuer, Marianne / Richter, Saskia (2015). Soziale Medien in Protestbewegungen. Neue Wege für Diskurs, Organisation und Empörung? Frankfurt am Main: Campus Verlag GmbH.

Kohn, Abigail, A. (2004). Shooters: Myths and Realities of America's Gun Cultures. New York: Oxford University Press.

Kraimer, Klaus (2002) Einzelfallstudien, In: *König, Eckard und Zedler, Peter* (Hrsg.): Qualitative Forschung: Grundlagen und Methoden, Weinheim: Beltz Verlag, 213-232.

Krouse, William J. (2012). Gun Control Legislation. Congressional Research Service, in: <https://fas.org/sgp/crs/misc/RL32842.pdf>, 03.07.2018.

Larsson, Anders O. / Moe, Hallvard (2012). Studying Political Microblogging: Twitter Users in the 2010 Swedish Election Campaign. In: New Media & Society Vol. 14 (5): 729-747.

Lee, Francis L.F. / Chan, Joseph M. (2018). Media and Protest Logics in the Digital Era. The Umbrella Movement in Hong Kong. New York, NY: Oxford University Press.

Lenhart, Amanda / Purcell, Kristen / Smith, Aaron / Zickuhr, Kathryn (2010). Social Media and Young Adults, in: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED525056.pdf>, 03.07.2018.

Lindekilde, Lasse (2014). Discourse and Frame Analysis. In-Depth Analysis of Qualitative Data in Social Movement Research. In: *Della Porta, Donnatella* (Hrsg.): Methodological Practices in Social Movement Research. Oxford, UK: Oxford University Press, 195-227.

March For Our Lives (2018). Mission Statement. In: <https://marchforourlives.com/mission-statement/>, 03.07.2018.

Margetts, Helen / John, Peter / Hale, Scott / Yasseri, Taha (2016). Political Turbulence. How Social Media Shape Collective Action. Princeton/Oxford: Princeton University Press.

Mayring, Philipp (2015). Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim: Beltz Verlag.

McAdam, Doug (1982). Political Process and the Development of Black Insurgency. Chicago: University of Chicago Press.

McAdam, Doug (1996). Conceptual Origins, Problems, Future Directions. In: *McAdam, Doug / McCarthy, John D. / Zald, Meyer N.* (Hrsg.): Comparative Perspectives on Social Movements. Political Opportunities, Mobilizing Structures, and Cultural Framings. Cambridge: Cambridge University Press, 23-40.

McAdam, Doug / McCarthy / John D. und Zald, Meyer N. (Hrsg.) (1996). Introduction: Opportunities, mobilizing Structures, and Framing Processes- Toward a Synthetic, Comparative Perspective on Social Movements. In: *McAdam, Doug / McCarthy, John D. / Zald, Meyer N.* (Hrsg.): Comparative Perspectives on Social Movements. Political Opportunities, Mobilizing Structures, and Cultural Framings. Cambridge: Cambridge University Press, 1-20.

McCarthy, John D. / Zald, Meyer N. (1977). Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory. In: American Journal of Sociology Vol. 82 (6): 1212-1241.

McCarthy, John D. / Zald, Meyer N. (1987). The Trend of Social Movements in America: Professionalization and Resource Mobilization. Morristown, NJ: General Learning Press.

Meraz, Sharon / Papcharissi, Zizi (2013). Networked Gatekeeping and Networked Framing on #egypt. In: The International Journal of Press/Politics Vol. 18 (2): 138-166.

Meyer, David S. (2004). Protest and Political Opportunities. In: Annual Review of Sociology Vol. 30: 125-145.

Meyer, David S. / Staggenborg, Suzanne (1996). Movement, Countermovements, and the Structure of Politics Opportunity. In: American Journal of Sociology Vol. 101 (6): 1628-1660.

Meyer, David S. / Minkoff, Debra C. (2004). Conceptualizing Political Opportunity. In: Social Forces Vol. 82 (4): 1457-1492.

Morozov, Evgeny (2009a). Think Again: Twitter. In: Foreign Policy, 07.08.2009. In: <http://foreignpolicy.com/2009/08/07/think-again-twitter/>, 03.07.2018.

Morozov, Evgeny (2009b). From Slacktivism to Activism. In: Foreign Policy. 05.09.2009. In: <http://foreignpolicy.com/2009/09/05/from-slacktivism-to-activism/>, 03.07. 2018.

Oberschall, Anthony (1973). Social Conflict and Social Movements. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Oliver, J. Eric / Rahn, Wendy M. (2016). Rise of the Trumpenvolk. Populism in the 2016 Election. In: The Annals of the American Academy of Political and Social Science Vol. 667 (1): 189-206.

Olson, Mancur (1965). The Logic of Collective Action. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Orsini, Michael (2014). Of Pots and Pans and Radical Handmaids: Social Movements and Civil Society. In: *Bickerton, James / Gagnon, Alain-G.* (Hrsg.): Canadian Politics. North York, Ontario: University of Toronto Press, 349-371.

Park, Madison (2018). New Jersey Is One of the Latest States to Enact New Gun Control Measures. In: <https://edition.cnn.com/2018/04/09/us/gun-laws-since-parkland/index.html>, 03.07.2018.

Parker, Kim / Horowitz, Juliana / Igielnik, Ruth / Oliphant, Baxter / Brown, Anna (2017). America's Complex Relationship with Guns. An In-Depth Look at the Attitudes and Experiences of U.S. Adults. In : <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/3/2017/06/06151541/Guns-Report-FOR-WEBSITE-PDF-6-21.pdf>, 03.07.2018.

Prensky, Marc (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon Vol. 9 (5): 1-6.

Rasmussen Report (2018). Generic Congressional Ballot. Democrats Lead Republicans on Generic Ballot. In: http://www.rasmussenreports.com/public_content/politics/mood_of_america/generic_congressional_ballot, 03.07. 2018.

Rucht, Dieter / Neidhardt, Friedhelm (2002). Towards a „Movement Society“? On the Possibilities of Institutionalizing Social Movements. In: *Social Movement Studies* Vol. 1 (1): 7-30.

Rucht, Dieter (2004a). Movement Allies, Adversaries, and Third Parties. In: *Snow, David A., Soule, Sarah A. und Kriesi, Hanspeter* (Hrsg.): *The Blackwell Companion to Social Movements*. Malden, MA: Blackwell Publishing, 197-216.

Rucht, Dieter (Hrsg.) (2004b). The quadruple “A”. Media Strategies of Protest Movements since the 1960s. In: *Van De Donk, Wim / Loader, Brian D. / Nixon, Paul, G. / Rucht, Dieter* (Hrsg.): *Cyberprotest. New Media, Citizens and Social Movements*. London: Routledge.

Rucht, Dieter (2014). Die Bedeutung von Online-Mobilisierung für Offline-Proteste, In: *Voss, Kathrin* (Hrsg.): *Internet und Partizipation. Bottom-up oder Top-down? Politische Beteiligungsmöglichkeiten im Internet*. Wiesbaden: Springer VS, 115-128.

Schulman, Michael (2018). The Spring Awakening of the Stoneman Douglas Theatre Kids. In: *The New Yorker*, 23.02.2018. In: <https://www.newyorker.com/culture/cultural-comment/the-spring-awakening-of-the-stoneman-douglas-theatre-kids>, 03.07.2018.

Shirky, Clay (2008). *Here Comes Everybody: The Power of Organizing without Organizations*. New York: Penguin Press.

Shirky, Clay (2011). The Political Power of Social Media: Technology, the Public Sphere, and Political Change. In: *Foreign Affairs* Vol. 90 (1): 28-41.

Snow, David A. / Rochford, E. Burke / Worden, Steven K. / Benford, Robert D. (1986). Frame Alignment Processes, Micromobilization, and Movement Participation. In: *American Sociological Review* Vol. 51 (4): 464-481.

Snow, David A. / Benford, Robert (1988). Ideology, Frame Resonance, and Participant Mobilization. In: *International Social Movement Research* Vol.1: 197-217.

Snow, David A., Soule, Sarah A. und Kriesi, Hanspeter (Hrsg.) (2004). Mapping the Terrain. In: *Snow, David A., Soule, Sarah A. und Kriesi, Hanspeter* (Hrsg.): *The Blackwell Companion to Social Movements*. Malden, MA: Blackwell Publishing, 3-16.

Spitzer, Robert J. (2018). The Politics of Gun Control. New York, NY: Routledge Taylor & Francis Group.

Suh, Chan S. / Vasi, Ion B. /Chang, Paul Y. (2017). How Social Media Matter: Repression and the Diffusion of the Occupy Wall Street Movement. In: Social Science Research Vol. 65: 282-293.

Tarrow, Sidney (1994). Power in Movement. Cambridge: Cambridge University Press.

Theocharis, Yannis (2012). Cuts, Tweets, Solidarity and Mobilisation: How the Internet Shaped the Student Occupations: In: Parliamentary Affairs Vol. 66 (1): 162-194.

Tilly, Charles (1978). From Mobilization to Revolution. Reading, MA: Addison-Wesley.

Tremayne, Mark (2014). Anatomy of Protest in the Digital Era: A Network Analysis of Twitter and Occupy Wall Street. In: Social Movement Studies Vol. 13 (1): 110-126.

Tsatsou, Panayiota (2018). Social Media and Informal Organisation of Citizen Activism: Lessons From the Use of Facebook in the Sunflower Movement. In: Social Media & Society January-March: 1-12.

Tumasjan, Andranik /Sprenger, Timm O. / Sandner, Philipp G. / Welpe, Isabell M. (2010). Predicting Elections with Twitter: What 140 Characters Reveal about Political Sentiment. In: <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM10/paper/viewFile/1441/1852>, 03.07. 2018.

Valenzuela, Sebastián / Arriagada, Arturo / Scherman, Andrés (2012). The Social Media Basis of Youth Behavior: The Case of Chile. In: Journal of Communication Vol. 62: 299-314.

Van Laer, Jeroen (2010). Activists Online and Offline. The Internet as an Information Channel for Protest Demonstrations. In: Mobilization Vol. 15 (3): 347-366.

Vizzard, William J. (2015). The Current and Future State of Gun Policy in the United States. In: The Journal of Criminal Law & Criminology Vol. 104 (4): 880-903.

Vromen, Ariadne / Xenos, Michael A. / Loader, Brian (2015). Young People, Social Media and Connective Action. From Organisational Maintenance to Everyday Political Talk. In: Journal of Youth Studies Vol. 18 (1): 80-100.

Zald, Meyer N. / McCarthy, John D. (1979). The Dynamics of Social Movements. Cambridge: Winthrop Publishers, Inc.

Verzeichnis der zitierten Tweets

Corin, Jaclyn (JaclynCorin). „PLEASE PRE-REGISTER TO VOTE IF YOUR STATE ALLOWS! TO MY GENERATION: WE MUST VOTE OUT THE PEOPLE WHO VALUE DOLLARS OVER LIVES!“, 24.02.2018. Letzter Zugriff: 03.07.2018.

Corin, Jaclyn (JaclynCorin). „#IWillMarch for the kids who deal with gun violence everyday and are disregarded by the media. #MarchForOurLives“, 11.03.2018. Letzter Zugriff: 03.07.2018.

Corin, Jaclyn (JaclynCorin). „Read this. Read every single word. Jaime Guttenberg was Jordana's best friend. The world needs to know how special she was. Jaime's life was brutally stolen, but she will not be just a statistic.“, 29.03.2018. Letzter Zugriff: 03.07.2018.

Han (hanf26). „This generation will change the world. We will not stand for this violence and political corruption. Hear our voices. #NeverAgain“, 16.02.2018. Letzter Zugriff: 03.07.2018.

HeadCount.org (HeadCountOrg). „Huge thank you to @RockTheVote for their support yesterday. Not only did they power #MarchForOurLives online #RegisterToVote tool, but they also helped us pull off possibly the largest #VoterRegistration training of all time. Always a pleasure to work with y'all. ROCK ON“, 25.03.2018. Letzter Zugriff: 03.07.2018.

Horn, Sidney (sidneyhorn). „You do not put a bandaid on a bullet wound and tell us time will let it heal. You are too late. We are all hurting and our only antidote is Change. @realDonaldTrump @NRA #NeverAgain“, 16.02. 2018. Letzter Zugriff: 03.07.2018.

Krassenstein, Brian (krassenstein). „ An NRA Political boycott is what we need @realDonaldTrump \$30M @SenJohnMcCain \$7.7M @RichardBurr_DN \$6.9M @RoyBlunt \$4.5M @SenThomTillis \$4.4M @SenCoryGardner \$3.8M @marcorubio \$3.3M @joniernst \$3M @senrobportman \$3M I Pledge Not to Vote for Anyone accepting NRA Money RETWEET“, 26.02. 2018. Letzter Zugriff: 03.07.2018.

March For Our Lives (AMarch4OurLives). „VOTE as if our life depends on it, because it does. Be a hero. Don't forget to register to vote: <http://marchforourlives.com/vote-for-our-lives> ... #MarchForOurLives“, 23.03.2018. Letzter Zugriff: 03.07.2018.

March For Our Lives (AMarch4OurLives). „Fight for your lives before it's someone else's job." - @Emma4Change #NeverAgain #MarchForOurLives“, 24.03.2018. Letzter Zugriff: 03.07.2018.

March For Our Lives (AMarch4OurLives). „Price tags for every state are up. Print them out and wear them at the #NationalSchoolWalkout this Friday. Show politicians that they can't put a price on our lives.“, 17.04.2018. Letzter Zugriff: 03.07.2018.

NBC News (NBCNews). „Student speaks in front of the U.S. Capitol on #NationalWalkoutDay: "Their right to own an assault rifle does not outweigh our right to live. The adults have failed us. This is in our hands now, and if any elected official gets in our way, we will vote them out.“, 14.03.2018. Letzter Zugriff: 03.07.2018.

Novell, Carly (car_nove). „I was hiding in a closet for 2 hours. It was about guns. You weren't there, you don't know how it felt. Guns give these disgusting people the ability to kill other human beings. This IS about guns and this is about all the people who had their life abruptly ended because of guns.“, 15.02.2018. Letzter Zugriff: 03.07.2018.

Obama, Barack (BarackObama). „Young people have helped lead all our great movements. How inspiring to see it again in so many smart, fearless students standing up for their right to be safe; marching and organizing to remake the world as it should be. We've been waiting for you. And we've got your backs.“, 22.02.2018. Letzter Zugriff: 03.07.2018.

Whitney, Sofie (sofiewhitney). „Over 10 companies have severed their ties to the NRA in the last 24 hours. The impact we're making is astounding. #BoycottNRA #NeverAgain“, 24.02.2018. Letzter Zugriff: 03.07.2018.

Anhang

Kodierleitfaden

Kategorie	Definition	Ankerbeispiel	Kodierregeln
POS 1: MidTerms 2018	Alle Tweets, die eine Verbindung zu den Midterm Elections im November 2018 herstellen oder das Thema Wahlen im Allgemeinen (z.B. Registrierung, General Election, Wahlbeteiligung etc.) aufgreifen.	„Please pre-register to vote if your state allows! To my generation: We must vote out the people who value dollars over lives!“ (Jaclyn Corin, 24.02.2018)	Tweets können sowohl einen informativen, als auch einen motivierenden Charakter aufweisen. Zwar muss das Wort Midterm Elections nicht direkt fallen, so muss jedoch der Bezug zum Thema Wahlen klar vorliegen. Auch Hashtags wie #YouthVote werden gewertet.
POS 2: Medien	Alle Tweets, die auf ein Medium oder mehrere Medien Bezug nehmen. Als Medien werden in diesem Kontext alle Zeitungen, Zeitschriften, Rundfunksender und Internetquellen definiert.	„#IWillMarch for the kids who deal with gun violence everyday and are disregarded by the media. #MarchForOurLives“ (Jaclyn Corin, 11.03.2018)	Die Verbindung kann sowohl Unterstützung, Verbreitung von Nachrichten und Artikeln, sowie Kritik umfassen. Der Tweet muss sich nicht auf ein spezielles Medium beziehen. Der einfach Bezug zum Mediensystem im Allgemeinen reicht.
POS 3: Politische Institutionen	Alle Tweets, die einen direkten Bezug zu einer politischen Institution aufweisen. Als politische Institution werden alle Institutionen	„The Florida Senate will be voting on a bill to eliminate arming teachers today. Please urge these politicians to vote YES.“	Die Verbindung kann Unterstützung, politische Forderungen, als auch Kritik umfassen, jedoch muss sich die Verbindung

	verstanden, die Teil des US-amerikanischen politischen Systems sind wie z.B. der Kongress oder der Senat. Auch Einzelpersonen wie der Sprecher des Repräsentantenhaus oder der Präsident, die weder Gegner noch Unterstützer sind, fallen hierrunter.	(...)“ (Jaclyn Corin, 03.03.2018)	ganz konkret auf eine politische Institution beziehen und diese klar benennen. Äußerungen wie „Das politische System muss sich verändern“ fallen nicht hierrunter, und können je nachdem als Kategorien POS 4 oder POS 5 kategorisiert werden.
POS 4:	Alle Tweets, die eine Äußerung zu einem gesellschaftlichen Gegner enthalten und sich durch negative Formulierung oder Schuldzuweisungen auszeichnen.	„Stand up to the NRA and members of Congress who refuse to take action against gun violence- on April 20, walk out for our lives at an event near you: (...)“ (AMarch4OurLives, 16.04.2018)	In diesem Falle muss der Gegner nicht konkret namentlich benannt werden, sondern auch allgemeine Formulierungen wie „Die korrupten Politiker“ sind ausreichend. Klar zu erkennen muss jedoch die negative Färbung des Tweets sein, die eindeutig als Kritik zu verstehen ist.
POS 5:	Alle Tweets, die eine Äußerung zu einem Verbündeten beinhalten. Verbündete können sowohl Einzelpersonen, Unternehmen als auch Organisationen und andere gesellschaftliche Gruppen sein, genauso wie institutionelle	Thank you, @lyft, for putting #PeopleOverProfits and generously supporting @AMarch4OurLives (...)“ (MomsDemand, 03.03.2018)	Nur Tweets die konkrete Verbündete namentlich nennen, fallen unter diese Kategorie. Tweets können sowohl Dank, Solidarität, Kooperation, als auch Hilfsbereitschaft ausdrücken.

	Akteure. Alle Tweets enthalten positive Formulierungen.		
RM 1: Organisation	Alle Tweets, die vordergründig Informationen im Unterstützernetzwerk verbreiten.	„Plan on using public transit in DC on March 24th? Be sure to pre-buy your transit cards ASAP to avoid the lines! Get them here: (...)“ (AMarch4OurLives, 09.03.2018)	Tweets enthalten logistische Informationen über bevorstehende Aktionen oder teilen wichtige Neuigkeiten mit Unterstützern. Der Fokus muss die reine Informationsvermittlung sein. Spendenaufrufe werden grundsätzlich als RM3 kategorisiert.
RM 2: Mobili- sierungsauf Ruf	Alle Tweets, die vordergründig Individuen und Gruppen aus dem Unterstützernetzwerk zum Mitmachen und Handeln, Online als auch Offline, auffordern. Alle traditionellen und neuen Partizipations- und Protestsformen fallen darunter wie z.B. Protestmärsche oder Online-Boykotte.	„Please RT: Get in direct contact with your representative with the number 1844872023. Spread the message, call them during your walkouts, or everyday for that matter! (...) (davidhogg111, 11.03.2018)	Tweets drücken eine gewisse Dringlichkeit und eine klare Handelsempfehlung aus. Es ist nicht nötig, dass Gründe für die Teilnahme an der Aktion genannt werden.
RM 3: Fundraising	Alle Tweets, die vordergründig die Akquisition von finanziellen Mitteln anstreben.	„Check out these We Call BS. Pins from @ThePincause. 100% oft the proceeds go to #MarchForOurLives! Get yours here (...)“ (AMarch4OurLives, 16.03.2018)	Unter finanzielle Mittel fallen auch Sachspenden und andere pro bono Leistungen. Es werden nicht nur Tweets kodiert, die aktives Fundraising betreiben,

sondern auch Tweets,
die sich für
Spendengelder
bedanken oder
Großspender/
Unterstützer
bekanntgeben. Die
Tweets können sowohl
das breite Netzwerk, als
auch Einzelpersonen
ansprechen.

RM 4: Kollektive Identität	Alle Tweets, die versuchen ein „Wir- Gefühl“ innerhalb des Unterstützernetzwerks aufzubauen.	„They messed with the wrong school. Douglas is a school filled with thousands of leaders. Leaders who know that despite what happened, we're lucky we go to Douglas. Leaders who take action are right way. Leaders who will rebuild the world that failed us. #MarchForOurLives“ (AMarch4OurLives, 24.02.2018)	Tweets lassen eine klare Abgrenzung zwischen der Gruppe des Unterstützernetzwerks von #NeverAgain und dem Rest der Gesellschaft erkennen.
RM 5: Schlüssel- figuren	Alle Tweets, die einen klaren Bezug zu einer oder mehreren der identifizierten Schlüsselfiguren enthält. Dieser Bezug kann aus einer Verlinkung („@“) oder einer namentlichen Nennung resultieren.	„This young women, lEmma4Change is a born leader and gives me much needed faith in our future“ (NancyLeeGrahn, 28.02.2018)	Tweets enthalten mindestens einen solchen direkten Bezug zu einer der Schlüsselfiguren, um als RM 5 kategorisiert zu werden.
FR 1a: Motivational Framing	Alle Tweets, die einen „call to arms“ enthalten und Menschen zum	„Activism for our lives! Sign up to start a local action club in your school/community here!“	Tweets müssen einen klaren Handlungsaufruf und eine Handlungsempfehlung

	Mitmachen und selbst aktiv werden aufrufen.	(AMarch4OurLives, 12.04.2018)	ausdrücken, und gerade kein Problem oder keine Lösung thematisieren, um als FR 1a kategorisiert zu werden.
FR 1b: Prognostic Framing	Alle Tweets, die Lösungen für das Problem „Waffengewalt in Amerika“ vorschlagen.	„Six key policies that save lives from gun violence: 1. Background checks 2. Child access prevention 3. Concealed carry permitting 4. Keeping guns away from domestic abusers 5. Extreme risk protection order 6. Regulating military-style weapons Learn more: (...)“ (GiffordsCourage, 11.03.2018)	Tweets müssen keine konkreten Lösungsvorschläge wie klar formulierte politische Forderungen umfassen, jedoch muss klar erkennbar sein, dass vorgeschlagene Handlungen zur allgemeinen Lösung des Problems beiträgt.
FR 1c: Diagnostic Framing	Alle Tweets, die das Problem „Waffengewalt in Amerika“ genauer definieren und/ oder klar Schuld und/ oder Verantwortung zuweisen.	„The gun epidemic in America is still very present, politicians still value money over lives, and students are still being shot at. Do your part to make the change (...)“ (AMarch4OurLives, 25.04.2018)	Tweets müssen das Problem näher definieren, es reicht als nicht das Problem einfach zu benennen. Es müssen nicht direkt Schuldige benannt werden, um als FR 1c kategorisiert zu werden.
FR 2a: Thematic Framing	Alle Tweets, die das Problem „Waffengewalt in Amerika“ in einen größeren gesamtgesellschaftlichen Kontext setzen.	„We were founded with safety, respect and kindness in mind. As mass shootings continue to devastate communities across the country, it's time to state unequivocally that gun violence is not in line with our values, nor do these weapons belong on	Das Problem wird gerade nicht an Einzelfällen gedeutet, sondern auf der Makro-Ebene betrachtet und in einen größeren thematischen Zusammenhang gebracht. Das bedeutet konkret, dass der

		Bumble“ (bumble, 05.03.2018)	Amoklauf als Einzeltat nicht im Vordergrund stehen darf, sondern die verschiedenen Dimensionen von Waffengewalt im Fokus stehen.
FR 2b: Episodic Framing	Alle Tweets, die das Problem „Waffengewalt in Amerika“ mithilfe von Einzelfällen und emotionalen Geschichten beschreiben und deuten.	„My daughter on her way to school this morning for National Student Walkout!! Our youth will lead the way! (...) (rhiachilds, 14.03.2018)	Tweets bleiben auf der Ebene des Amoklaufs und definieren das Problem vor allem bezogen auf Kinder und Waffengewalt, während andere Dimensionen ausgeblendet werden.
AK1: Kollektives Handeln	Alle Tweets, die mit RM2 kodiert wurden und zusätzlich dazu Menschen für zielgerichtetes Handeln in der Gruppe mobilisieren.	„Several hundred students at Newtown High School in Sandy Hook, CT walk out in protest of gun violence on #NationalWalkoutDay“ (ABC, 14.03.2018)	Alle Tweets weisen ausschließlich auf Handlungen hin, die in der Offline-Welt stattfinden und von mindestens drei Menschen ausgeführt werden. Darunter fallen z.B. Protestmärsche.
AK2: Individuelles Handeln	Alle Tweets, die mit RM2 kodiert wurden und zusätzlich dazu Einzelpersonen für zielgerichtetes individuelles Handeln mobilisieren.	„Sign this petition in support of #MarchForOurLives: (...)“ (chelsearhandler, 05.03.2018)	Die Tweets beziehen sich ausschließlich auf Handlungen, die allein von einer Person durchgeführt werden. Darunter fallen sowohl alte, als auch neue Partizipationsformen (z.B. Teilen von bestimmten Inhalten auf sozialen Netzwerken).

Schlüsselfiguren der Bewegung (Stand:14.05.2018):

Name	Nutzername	Follower	Twitter-Beschreibung
Emma González	@Emma4Change	1,62 Mio.	Change ? in my country ? it's more likely than you think.
David Hogg	@davidhogg111	794 Tsd.	MSD class of 2018, #NeverAgain Activist, Sun Sentinel Teenlink reporter, entrepreneur, surfer and part-time dreamer and terrible speller snap: davidhogg111
Cameron Kasky	@cameron_kasky	393 Tsd.	Founder of March For Our Lives
Sarah Chadwick	@SarahChadwick	328 Tsd.	MSD '19 , member of @amarch4ourlivesinstagram: sarahchadwick.k
Jaclyn Corin	@JaclynCorin	170 Tsd.	Just a girl demanding change. #MSDStrong
Alex Wind	@al3xw1nd	55,1 Tsd.	2.14.18 R.I.P. 17 Angels//#NeverAgain//Community Outreach for March For Our Lives
Ryan Deitsch	@Ryan_Deitsch	51,2 Tsd.	Former Parkland Rec Soccer Player & MFOL Content Creator @AMarch4OurLives
Sofie Whitney	@sofiewhitney	47,1 Tsd.	speak your truth msd '18 #MarchForOurLives
Matt Deitsch	@MattxRed	42,9 Tsd.	Chief Strategist @AMarch4OurLives just trying to save lives — Award winning filmmaker, journalist, writer, meddling kid. MSD '16 SMC '17
John Barnitt	@John_Barnitt	29,5 Tsd.	MSD '19 • #2A supporter! Member of @amarch4ourlives Also my tweets are not complete unless they have at least one grammatical error, so don't (@ me:))
Delaney Tarr	@delaneytarr	21,6 Tsd.	student. journalist. activist. meddling kid. #MarchforourLives MSD '18 UGA '22

Direkt angesprochene Politiker*innen und ihre Parteizugehörigkeit:

Politiker*in	Demokratische Politiker*innen	Republikanische Politiker*innen
Barack Obama	x	
Paul Ryan		x
Marco Rubio		x
Richard Lynn Scott		x
Joe Saunders	x	
Joseph Patrick Kennedy III	x	
Donald Trump		x
John McCain		x
Richard Burr		x
Roy Blunt		x
Thomas Tillis		x
Cory Gardner		x
Joni Ernst		x
Rob Portman		x
Adam Schiff	x	
John Kasich		x
Bakari Sellers	x	
Jennifer Granholm	x	
André Bauer		x
Jeffrey Brandes		x
René Garcia		x
Anitere Flores		x
Dana Young		x
Keith Perry		x
Kathleen Passidomo		x
Gesamt	6 (24%)	19 (76%)

Eigenständigkeitserklärung

Ich versichere, dass ich die vorgelegte Seminararbeit eigenständig und ohne fremde Hilfe verfasst, keine anderen als die angegebenen Quellen verwendet und die den benutzten Quellen entnommenen Passagen als solche kenntlich gemacht habe. Diese Seminararbeit ist in dieser oder einer ähnlichen Form in keinem anderen Kurs vorgelegt worden.

Name, Vorname: Bohle, Clara

München, den 10.07.2018

Unterschrift: 