



Foto: argus/Fred Dott

Heute ist Aufmerksamkeit ein knappes Gut: Nur wenige PassantInnen bleiben stehen, um die Botschaft einer Demo zu erfassen

Vom Elend der »Latschdemos«

Wer die Zeitung aufschlägt oder die Nachrichten verfolgt, wird mit Protesten aller Art konfrontiert. Beschäftigte wehren sich gegen Massenentlassungen, Klinikärzte verlangen höhere Gehälter, Nazis beschmieren jüdische Gedenkstätten, französische Studenten gehen gegen eine Änderung des Arbeitsgesetzes auf die Barrikaden, Arbeitslose wenden sich gegen Hartz IV, die Globalisierungsgegner begleiten G8-Gipfel und WTO-Tagungen rund um den Globus . . .

Alein in Berlin registrieren die Behörden jährlich weit über 2000 „Versammlungen und Aufzüge“, von denen die meisten landläufig als Demonstrationen bezeichnet werden. Offenkundig sind die Menschen nicht nur mit vielem in Gesellschaft und Politik unzufrieden, sondern sie sind auch bereit, ihre Unzufriedenheit kollektiv und öffentlich auszudrücken. Ganz im Sinne des lateinischen Wortes protestari legen sie für ihre Haltung Zeugnis ab.

Fast immer geht es dabei um mehr als die bloße Bekundung von Stimmungen und Meinungen. Die Protestierenden

setzen sich gegen Zumutungen zur Wehr, versuchen, in ihren Augen ungerechtfertigte Belastungen und Nachteile abzuwenden oder auch Privilegien zu verteidigen. Viele blicken über den Tellerrand ihrer eigenen Lage hinaus, setzen sich für Benachteiligte ein, die keine oder nur eine schwache Stimme haben. Andere wollen nicht nur das Los bestimmter Gruppen verbessern, sondern gesellschaftliche Verhältnisse grundlegend verändern, sei es in kleinen, bedächtigen und am Ende doch große Folgen zeitigenden Schritten, sei es mit ungestüher und zorniger Geste, sei es mit kühl kalkulierter Gewalt.

Fragt man die Protestierenden, so geht es ihnen in erster Linie darum, die Motive und Gründe ihres Handelns darzulegen, die Verantwortlichen und Schuldigen zu benennen, schließlich die Dinge zum Besseren zu wenden. Im Vordergrund steht das Warum und Wozu. Hier wird jedoch eine andere Perspektive eingenommen. Im Mittelpunkt stehen nicht einzelne und konkrete Inhalte des Protests, sondern das Wie, genauer: die instrumentellen, funktionalen und interaktiven Aspekte des Protests, vor allem (1) seine auf Aufmerksamkeit zielende Inszenierung, (2) seine auf Zustimmung und Empa-

thie gerichteten Techniken des Werbens und Überzeugens, schließlich (3) seine Selbstbezüglichkeit als Vergewisserung kollektiver Identität und Stärke.

Diese soziologische Perspektive betont die triadische Natur von Protest, der neben seiner meist übersehenen Binnenfunktion für die Demonstranten auch und vor allem als Zeugnis oder Botschaft für externe Gruppen konzipiert wird. Dazu zählen zum einen diejenigen, an die sich der Protest als Einspruch und Widerspruch richtet, die als Verursacher, Verantwortliche, Schuldige oder Gegner identifiziert werden. Dazu zählen zum anderen die »Dritten« im Konflikt, also die (noch) Gleichgültigen oder Unentschiedenen, die interessierten Beobachter und Berichterstatter, die möglichen, aber noch nicht gewonnenen Bündnispartner, schließlich neutrale Vermittler, Schlichter oder Schiedsrichter.

Sichtbarkeit

In den heutigen modernen Gesellschaften ist Aufmerksamkeit ein äußerst knappes Gut. Dies ist besonders offenkundig für den massenmedialen Betrieb, der aus der schier unendlichen Fülle von Themen, Ereignissen und Meinungen die relativ kleine Menge des ihm berichtenswert erscheinenden rigoros auswählt und dem Publikum anbietet. Aber auch in den nicht medial vermittelten Sphären des Alltags ist Aufmerksamkeit knapp. Nur wenig kann jeweils beim Essen in der Familie oder beim Treffen im Ortsverein besprochen werden.

Nur wenige Passanten nehmen den ihnen entgegengestreckten Werbezettel in die Hand. Und nur wenige halten inne, um einen Zug von Demonstranten eingehend zu betrachten und alle ihrer Botschaften zur Kenntnis zu nehmen. Wer nicht schon qua Prominenz, Prestige oder sonstiger herausragender Merkmale einen Aufmerksamkeitsbonus hat, wird also in einen regelrechten Kampf um Sichtbarkeit eintreten und entsprechende Techniken der Aufmerksamkeitsgewinnung entwickeln müssen. Dies löst wiederum entsprechende Bemühungen der Konkurrenten aus, so dass sich das Spiel auf immer höherer Stufenleiter fortsetzt.

Protestgruppen, sofern sie um öffentliche Aufmerksamkeit als Vorbedingung ihrer weiteren gesellschaftlichen Wirksamkeit ringen, wissen um die Schwierigkeiten, Aufmerksamkeit zu erzielen. Bei manchen Gruppen führen vergebliche Bemühungen, öffentliche Aufmerksamkeit zu erringen, zu Resignation und Rückzug. Die übrigen suchen nach Mitteln und Wegen, die Hürden der sie umgebenden Indifferenz zu überwinden. Dabei stehen ihnen im Grundsatz vier grundlegende Ressourcen zur Verfügung: Masse, Radikalität, Kreativität und Prominenz.

Masse dokumentiert, dass das Protestanliegen breiten Rückhalt genießt und somit seine Legitimität zumindest prüfenswert erscheint. Jedenfalls können die Anliegen von Massen, zumal wenn sie sich zu gemeinsamer Aktion zusammenfinden, kaum auf Dauer ignoriert werden, selbst wenn man die Massen für ignorant oder verführt halten mag.

Radikalität, die nur selten mit Massenhaftigkeit vereinbar ist, legt nahe, dass die Protestierenden für ihr Handeln starke Motive haben müssen, setzen sie sich doch dem Risiko der sozialen Isolierung, der politischen Ächtung und der strafrechtlichen Verfolgung aus. Soweit Radikalität auch mit der massiven Schädigung von Sachen und/oder Personen verbunden ist, ist ihr – ebenso wie der Masse – öffentliche Aufmerksamkeit, jedoch kaum Zustimmung sicher. Am deutlichsten offenbart sich dies bei terroristischen Akten.

Kreativität ist eine Ressource, die ihre Wirkung aus der Originalität der Aussage, ihrem Neuigkeitswert oder ihrem Verblüffungseffekt erzielt. Sie kann beim Publikum Erstaunen oder, besonders im Falle subversiver Proteste, auch Irritation und Nachdenklichkeit auslösen. Sie steht selbst kleinen Gruppen offen, erfordert sie doch weder den hohen Aufwand der Breitenmobilisierung, noch birgt sie die Risiken der Radikalität. Aber sie bringt die Gewissheit ihres raschen Verschleißes mit sich. Kreativität verträgt sich nicht mit Wiederholung.

Prominenz schließlich ist eine vierte Ressource, die weder an die Botschaft

noch die Art der Aktion gebunden ist, sondern einzelnen Gruppen und vor allem Personen zukommt. Prominenz ist ein Aufmerksamkeitskapital, das vorab erworben und dann im Protest eingesetzt werden kann. Wenn sich renommierte Organisationen, Nobelpreisträger, Filmstars und Popsänger an einem Protest beteiligen – so ist zumindest diesem Akt der Beteiligung – wenngleich nicht notwendig dem Protest als solchem, öffentliche Aufmerksamkeit gewiss. Kleine Demonstrationen von Tierschützern in Brüssel werden erst dann von den Medien registriert, wenn sich Brigitte Bardot beteiligt.

Diese vier Faktoren, die sich in Grenzen auch miteinander verknüpfen lassen und dann einen besonders hohen Nachrichtenwert aufweisen, bilden lediglich einen Rahmen, innerhalb dessen spezifischere Techniken zur Erregung von Aufmerksamkeit zur Anwendung kommen können. Ein Beispiel dafür ist die bloße Andeutung von Protestakteuren, dass dieses Mal mit etwas Besonderem zu rechnen sei. Das kann, sofern es sich bereits um eine bekannte und als seriös geltende Gruppe handelt, die Neugier der Medien anstacheln. Zuweilen genügt schon der Name des Protestakteurs, um das Interesse zu wecken. Ein Beispiel dafür ist Greenpeace. Nachdem die Organisation eine öffentliche Reputation für das garantierte Spektakel erworben hatte, genügte es für eine Weile, den Medienvertretern lediglich Zeit und Ort des nächsten Coups mitzuteilen, um diese in Scharen anzulocken. Damit ist es inzwischen vorbei.

Eine weitere Technik der Aufmerksamkeitserregung besteht darin, das Gegenwartshandeln mit einer weithin bekannten Heroik oder Tragik aus der Vergangenheit zu verbinden. So knüpfen manche Protestgruppen an ein historisches Datum an (den Geburtstag des „Führers“, den Jahrestag der Ermordung eines Demonstranten oder des „Ausbruchs“ einer Revolution), um damit das Interesse potentieller Teilnehmer wie auch der Massenmedien zu erregen.

Bei einer dritten Technik der Aufmerksamkeitserzeugung wird ein externes und ohnehin stark beachtetes Ereignis

als Rahmen oder Bühne für den Protest benutzt. So störten Feministinnen in den USA das Ritual der Schönheitswettbewerbe oder veranstalteten Globalisierungskritiker „Gegengipfel“ anlässlich großer Konferenzen des Internationalen Währungsfonds, der G8 und der WTO.

Ein viertes Muster der Aufmerksamkeitsregung beruht auf der Erzeugung „starker“ Bilder des Protests. So werden etwa in einer viele Kilometer langen Menschenkette zwei Orte miteinander verknüpft, formen zahlreiche Menschenkörper ein nur aus der Luft erkennbares Peace-Zeichen, wird die Ungleichheit des Kampfes durch die Konstellation von David-gegen-Goliath symbolisiert, werden Untergangsszenarien durch Särge, Sensenmänner, auf fünf Minuten vor zwölf stehende Uhren beschworen oder Autoritäten durch entstellende oder verfremdende Darstellungen ins Lächerliche gezogen.

Eine letzte hier genannte Technik der Aufmerksamkeitsregung besteht in der ostentativ dargestellten Risiko- und Opferbereitschaft der Protestierenden,

die stundenlang im Regen ausharren, wochenlang einen Bauplatz besetzt halten, einen kollektiven Hungerstreik durchführen oder mit ihrer Selbsttötung ein letztes und an Dramatik kaum zu überbietendes Zeichen setzen. Das Bild des buddhistischen Mönches Thich Quang Duc, der sich aus Protest gegen den Vietnamkrieg öffentlich verbrannt hat, wird immer wieder von den Medien gezeigt. Warum dagegen Hartmut Gründler, ein Lehrer, der sich 1977 aus Protest gegen die Nutzung der Atomenergie auf den Stufen einer Hamburger Kirche auf gleiche Weise wie der Mönch tötete, der Vergessenheit anheim gefallen ist, wäre einer gesonderten Analyse wert.

Selbstvergewisserung

Proteste sind nicht nur Botschaften an die Außenwelt, sondern auch nach innen, an die Protestteilnehmer adressierte Botschaften. Im Idealfall bekunden Proteste interne Geschlossenheit, die Hingabe an die Gemeinschaft (und nicht nur die „Sache“), schließlich Stärke und Zuversicht.

Nicht alle Protestierenden gehören einer Gruppe an. Aber ohne organisierende Kerne und Netzwerke sind größere und länger anhaltende Proteste, geschweige denn soziale Bewegungen, nicht möglich. Eine Funktion der Gruppen und Netzwerke besteht in organisatorischen und logistischen Leistungen: Ort und Zeit des Protests werden bekannt gemacht, die Ordnungsbehörden verständigt, Geld gesammelt, Plakate gedruckt, Transparente gemalt, Lautsprecheranlagen gemietet, Redner bestimmt, Absprachen mit der Polizei getroffen.

Eine andere Sache ist es, die Gruppe als Gruppe am Leben zu erhalten, um auch in Zukunft weiterzuwirken. Das ist für Protestgruppen keineswegs selbstverständlich, haben sie doch kaum andere Gratifikationen zu vergeben als Gemeinschaftserlebnisse, soziale Anerkennung durch Gleichgesinnte und die innere Befriedigung, für eigene Überzeugungen mit Wort und Tat einzutreten. Ein wichtiges Moment dabei ist die Überzeugung, eine gemeinsame Wertebasis und Zielvorstellung, einen gemeinsamen

Gegner zu haben. Somit ist **Geschlossenheit** der Gruppe nicht nur ein Faktor in der strategischen Auseinandersetzung mit Gegenkräften, sondern auch ein Beitrag zur inneren Stabilisierung und zur Schaffung einer Gruppenatmosphäre, die Rückhalt und Sicherheit vermitteln soll.

Zum zweiten, und damit zusammenhängend, muss die Einheit und der Sinn der Gruppe immer wieder durch Gesten der **Solidarität** bekräftigt werden. Am deutlichsten geschieht dies durch jene, die viel Zeit und Energie für die Belange der Gruppe opfern, die anderen, welche weniger Zeit oder Geschick haben, bestimmte Aufgaben abnehmen, dadurch aber auch in der informellen Hierarchie der Gruppe einen höheren Rang einnehmen. Es sind vor allem diese Mitglieder, die bei Protesten vorangehen, mehr Risiken als andere auf sich nehmen, sich auch schützend vor andere Gruppenmitglieder stellen.

Zum dritten muss sich die Gruppe auch als eine **Einheit** darstellen, von der Kraft und Dynamik ausgeht und die damit ihren Mitgliedern Energie und Zuversicht verleiht. Auf der Stelle zu treten bedeutet früher oder später den Zerfall der Gruppe. All diese Anforderungen lassen sich am besten im Akt des Protestes bekunden und bekräftigen. Damit entsteht kollektive Identität, die von innen wie von außen zugeschrieben wird und ein Gefühl der Zusammengehörigkeit erzeugt.

Gratwanderungen

Der Protest hat sich mittlerweile in unseren Gesellschaften veralltäglicht. Die prinzipiell verfügbaren Mittel und Wege, sich Aufmerksamkeit und Zustimmung zu verschaffen, sind bekannt. Das gilt für die Protestgruppen wie für ihre Gegner, für die über Protest berichtenden Journalisten wie für einen Großteil des Publikums. In manchen Fällen ist das schlichte „Weiter-so“ Teil der Botschaft. Ein Beispiel dafür bieten die Demonstrationen am 1. Mai. Es geht darum zu zeigen, dass man in einer Traditionslinie steht, auf die man stolz ist und deren Preisgabe einer Bankrotterklärung gleichkäme. In der Mehrzahl der Fälle erfordern jedoch



*Auszug aus Dieter Rucht
„Vom Elend der Latschdemos“ in: Und jetzt?
Protest und Propaganda
Heinrich Geiselberger (Hrsg)
Suhrkamp Verlag, 2007
364 Seiten, 12,- Euro
ISBN: 978-3-518-12500-7*



Foto: argus/Schwarzbach

gelingende Proteste mehr als die Verlängerung einer Tradition. Sie sind vielmehr Gratwanderungen, die schwerlich durch allgemeine Richtungsangaben und das Aufstellen von Warnschildern zu bewältigen sind. Die Art solcher Gratwanderungen kann gleichwohl in allgemeiner Weise umrissen werden:

Zum ersten ist deutlich, dass in einer immer stärker medial vermittelten Welt der Protest seine Stärke und Ausstrahlung nicht durch die bloße Fortsetzung bzw. Wiederholung eingespielter Formen gewinnen kann. Das Elend der „Latschdemos“, des Dahintrotzens für wechselnde politische Inhalte, hat sich allmählich herumgesprochen. Wer es noch immer nicht glauben will, betrachte aufmerksam das Verhalten der Umstehenden. Aber auch andere und vermeintlich frechere Formen, man denke etwa an die trillerpfeifenden Gewerkschafter in ihren standardisierten Plastikwesten, nutzen sich in dem auf Neuigkeiten getrimmten Medienbetrieb schnell ab. Gefragt sind also Innovationen und Provokationen. Auf der anderen Seite kann sich auch die ständige Suche nach Innovationen verselbständigen und zur krampfhaften Attitüde werden, um im Ringen um öffentliche Aufmerksamkeit mithalten zu können. Am Ende dominiert die Form über den Inhalt.

Zum zweiten wäre auf die politische Sprache und das framing zu achten. Auf der einen Seite brauchen Protestgruppen die Vereinfachung und Zuspitzung, um Positionen zu markieren, Alternativen aufzuzeigen und ihre eigene Richtung zu bezeichnen. Auf der anderen Seite laufen sie aber Gefahr, die Welt nach schlichten Mustern von gut („wir“) und böse („die

Wie können Protestbewegungen Aufmerksamkeit erregen? Zum Beispiel durch Masse, Kreativität und starke Bilder

Gegenseite“) aufzuteilen, platte Schuldzuweisungen vorzunehmen, überzogene Katastrophenmeldungen auszugeben und sich als heroische Retter zu stilisieren.

Zum dritten besteht bei Protestgruppen vielfach die Neigung sich als eine ständig aktive, vorwärtstreibende und Hoffnung weckende Kraft darzustellen, zumal sie eine Außenseiterposition einnehmen und gegen den Strom anzuschwimmen haben. Jedoch verfügen sie nur über begrenzte Kapazitäten. Mögliche Reaktionen sind dann die ruhelose, aber richtungslose Hyperaktivität in einer Art Hamsterrad, der schnelle, jede Kontinuität zunichte machende Sprung auf das jeweils aktuellste und attraktivste Protestthema, schließlich der individuelle oder kollektive burn out mit dem wahrscheinlichen Ergebnis eines vollständigen Rückzugs aus der Protestpolitik.

Aus all dem folgt, dass sich Protestpolitik immer wieder neu ihrer Voraussetzungen, Inhalte und Formen vergewissern muss. Dafür gibt es keine Rezepte.

**Dieter Rucht ist Ko-Leiter der Forschungsgruppe „Zivilgesellschaft, Citizenship und politische Mobilisierung in Europa“ des Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung (WZB)
Reichpietschufer 50, 10785 Berlin, rucht@wzb.eu**