

SOPHIA JENDRZEJEWSKI UND CELINE STRUFE

DON'T SHOOT THE MESSENGER!

**TELEGRAM ALS INSTRUMENT FÜR
LINKEN AKTIVISMUS**

SOPHIA JENDRZEJEWSKI UND CELINE STRUFE

DON'T SHOOT THE MESSENGER!

TELEGRAM ALS INSTRUMENT FÜR
LINKEN AKTIVISMUS

SOPHIA JENDRZEJEWSKI und CELINE STRUFE beenden aktuell ihr Masterstudium der globalen Nachhaltigkeitswissenschaften an der Leuphana Universität Lüneburg sowie an der Arizona State University (USA).

CELINE STRUFE beschäftigt sich in ihrer Abschlussarbeit mit *intentional communities* und deren Transformationspotenzial für die *human-nature connection* bei den Mitgliedern. Zudem arbeitet sie seit Anfang 2021 an der Leuphana Universität für das Forschungsprojekt «Polis, Polizei, Politik», bei dem die Bedeutung des lokalen Kontexts für den Umgang der Polizei mit Geflüchteten untersucht wird. Ihre Forschungsschwerpunkte sind soziale sowie Umweltgerechtigkeit und Popkultur.

SOPHIA JENDRZEJEWSKI erforscht derzeit Fürsorgesysteme innerhalb queerer Subkulturen und begleitet zu diesem Zweck Drag Queens mit der Kamera. Außerdem beschäftigt sie sich mit dem Transformationspotenzial von sozialen Medien für sozioökologische Systeme. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Queer und Gender Studies, soziale Gerechtigkeit, Popkultur, soziale Medien sowie sozioökonomische Systeme.

IMPRESSUM

STUDIEN 3/2022

wird herausgegeben von der Rosa-Luxemburg-Stiftung

V. i. S. d. P.: Henning Heine

Straße der Pariser Kommune 8A · 10243 Berlin · www.rosalux.de

ISSN 2194-2242 · Redaktionsschluss: September 2022

Illustration Titelseite: Frank Ramspott/iStockphoto

Screenshots: Sophia Jendrzewski und Celine Strufe

Lektorat: TEXT-ARBEIT, Berlin

Layout/Herstellung: MediaService GmbH Druck und Kommunikation

Gedruckt auf Circleoffset Premium White, 100% Recycling

Diese Publikation ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit der Rosa-Luxemburg-Stiftung.
Sie wird kostenlos abgegeben und darf nicht zu Wahlkampfzwecken verwendet werden.

INHALT

Vorwort.	5
Zusammenfassung	6
1 Warum Telegram?	7
1.1 Funktionen und Abgrenzung von anderen Messengerdiensten	7
1.2 Unterschiede zwischen Telegram-Gruppen und -Kanälen	9
2 Dark Social und Telegram	10
3 Mobilisierung in den sozialen Medien	11
4 Die politische Seite von Telegram – Die Fallbeispiele Belarus und Hongkong.	12
4.1 Belarus.	12
4.2 Hongkong	12
5 Methodisches Vorgehen	13
6 Linker Aktivismus auf Telegram.	14
6.1 Mobilisierungsstufe 1.	14
6.1.1 @acTVismMunich	14
6.1.2 @linksbewegt	14
6.1.3 @REKlimakrise	15
6.2 Mobilisierungsstufe 2.	16
6.2.1 @colourful_voices.	16
6.2.2 @migrantifaNRW	18
6.2.3 @antiraklima	18
6.2.4 @ffmapa	19
6.2.5 @FFDe_RassismusTagebuch.	20
6.2.6 @LeaveNoOneBehindInfo.	21
6.2.7 @EndeGelaende	22
6.2.8 @dielinke.	22
6.2.9 @Anmeme	22
6.2.10 @fem_kalender.	23
6.2.11 @infokanalmobiwende.	23
6.3 Mobilisierungsstufe 3.	24
6.3.1 @TICKERA20	24
6.3.2 @antifanordost	24
6.3.3 @demotickerberlin	25
7 Fazit und Leitfaden	26
Anhang.	28
Literaturverzeichnis	29

VORWORT

Der Messengerdienst Telegram ist zu einer der beliebtesten und zugleich umstrittensten Kommunikationsplattformen aufgestiegen. Weltweit nutzen mehr als eine halbe Milliarde Menschen die App, in Deutschland sind es etwa acht Millionen. Grund genug also, Telegram genauer zu betrachten.

Telegram wird vorwiegend für private Chats und Gruppen genutzt. Allerdings gibt es in der App auch Kanäle, von denen einige über eine große Reichweite verfügen. Da manche dieser Kanäle antisemitische, rassistische und neonazistische Inhalte verbreiten und als Plattformen für Desinformation und Gewaltaufrufe aus der Verschwörungsszene dienen, geriet Telegram zuletzt in Verruf; in der Tat ist die App, so scheint es, zum «CNN für die Wutbürger» geworden. Dazu trägt bei, dass Telegram Löschanfragen – auch bei illegalen Inhalten, bei Hass, Hetze und sogar bei Mordaufrufen – nicht nachgeht. Zu Beginn des Jahres brachte Bundesinnenministerin Nancy Faeser daher ein Verbot des von den Brüdern Durow gegründeten Messengerdiensts ins Gespräch, das jedoch aus rechtlicher Perspektive fragwürdig und in der Praxis bereits gescheitert ist.

Die App wird allerdings keineswegs nur von rechts außen genutzt, sondern auch von progressiven und linken Aktivist*innen. So koordinieren sich etwa Protestbewegungen in Russland, Belarus und anderen

autoritär regierten Ländern über Telegram, da es eine kommunikative Infrastruktur jenseits des Zugriffs der Staatsapparate bietet. Inzwischen nutzen auch linke Organisationen und Bewegungen in der Bundesrepublik den Messenger für die Binnen- und Außenkommunikation.

Die vorliegende Studie von Sophia Jendrzewski und Celine Strufe analysiert erstmalig diese Nutzung durch linke Aktivist*innen. Die Autorinnen kartografieren den Raum des linken «Dark Social» (des «geheimen sozialen Netzwerks») auf Telegram und zeigen anhand kleinerer und größerer Kanäle dessen Potenziale auf. Darüber hinaus entwickeln sie Kriterien dafür, wie Telegram erfolgreich zur Mobilisierung genutzt werden kann.

Die Studie setzt die Reihe von Untersuchungen der Rosa-Luxemburg-Stiftung über linke Potenziale der Social-Media-Plattformen fort, in der bereits Analysen zu YouTube (Liedtke/Marwecki 2019), TikTok (Bösch/Köver 2021), Instagram (Maier 2021) und Podcasts (Heise/Meyer – in Vorbereitung) erschienen sind. Ich wünsche Ihnen und Euch eine ergiebige Lektüre.

Henning Obens,
Referent für digitale Kommunikation
der Rosa-Luxemburg-Stiftung

ZUSAMMENFASSUNG

Keine App wurde im Januar 2021 häufiger heruntergeladen als Telegram. Der Messengerdienst bietet mit seiner Vielfalt und Menge an Funktionen und seinen hohen Sicherheitsstandards nicht nur eine ernst zu nehmende Alternative zu WhatsApp, sondern ist auch eine interessante Schnittstelle zwischen klassischen sozialen Medien wie Instagram oder TikTok und digitalen Kommunikationsmitteln. Über Telegram-Kanäle können dank diverser Tools Protestbewegungen und Demonstrationen koordiniert und bildungspolitische Inhalte sowie aktuelle Nachrichten schnell verbreitet werden. Neben Textnachrichten und verschiedenen Medienformaten können Administrator*innen auch Live-Standorte, Demoticker und Umfragen mit Nutzer*innen teilen. Telegram stellt somit ein wichtiges Werkzeug zur Vernetzung, zum Empowerment und zur politischen Mobilisierung im digitalen Kontext dar. Die App hebt sich aufgrund einer fehlenden algorithmischen Filterung, ihrer Kanal- und ihrer Bot-Funktion sowie einer dezentralen und verschlüsselten Datenspeicherung von anderen sozialen Medien ab. Hier spielt das Konzept «Dark Social» eine zentrale Rolle, da es digitale Räume beschreibt, die nicht durch Dritte einsehbar sind. Charakteristisch für diese Räume ist außerdem, dass Nutzer*innen nicht zufällig auf sie stoßen, sondern ein Zugangslink geteilt werden

muss. Bisherige Veröffentlichungen zu Telegram gingen vor allem auf die Nutzung solcher geschützten Räume durch rechte Gruppierungen und die damit verbundenen Probleme ein. Was fehlt, ist die Betrachtung von Dark Social als Schutzraum für vulnerable Gruppen und der sich daraus ergebenden Möglichkeiten für linken Aktivismus. In dieser Studie wird im Folgenden mittels Coding¹ und der Walkthrough-Methode² das Mobilisierungspotenzial linker Kanäle auf Telegram erörtert. Ferner wird untersucht, wie linke Akteur*innen den Messengerdienst für sich nutzen, welche Themen sie ansprechen und auf welche Funktionen und Strategien sie dabei zurückgreifen. Dabei wird ein dreistufiges System der Mobilisierung erarbeitet, das von niedrigschwelligen Angeboten in Form von Informationsmöglichkeiten und Aufklärungsposts (Stufe 1) über zusätzliche Inhalte wie Veranstaltungshinweise und Handlungsaufrufe (Stufe 2) bis hin zur Koordinierung von politischem Aktivismus im realen Raum (Stufe 3) reicht. Schließlich wird ein Leitfaden zur Orientierung bei der Planung von Telegram-Kanälen entwickelt. Er schließt Überlegungen zur Namens- und Themenwahl, zur Entwicklung von Dynamiken, zur Partizipation und Interaktion, zum Posting-Verhalten, zur Wahrung der Aktualität, Glaubwürdigkeit und Kohärenz eines Kanals und zu Möglichkeiten der Vernetzung ein.

¹ Unter Coding verstehen wir in dieser Studie das Ordnen gesammelter Informationen und Inhalte in Kategorien, die wir im methodischen Teil dieser Arbeit ausführlicher erklären. ² Bei der Walkthrough-Methode wird das Verhalten von tatsächlichen Nutzer*innen der jeweils untersuchten Anwendung imitiert, wodurch sowohl inhaltliche als auch funktionale Aspekte des Untersuchungsgegenstandes beobachtet und analysiert werden können (vgl. Light et al. 2016; Lewis & Wharton 1997).

1 WARUM TELEGRAM?

Der Messengerdienst Telegram wurde 2013 in Russland von den Brüdern Nikolai und Pawel Durow gegründet und hat seitdem schnell an Beliebtheit gewonnen. Vor allem seit dem Verkauf von WhatsApp an den Facebook-Gründer Mark Zuckerberg wechseln immer mehr Nutzer*innen zu Telegram. In Zahlen lässt sich das folgendermaßen ausdrücken: Aktuell nutzen monatlich rund 500 Millionen Menschen weltweit den Messengerdienst aktiv, was ihn beliebter als Twitter oder Reddit macht (Statista 2022a). Im Januar 2021 war Telegram sogar die am meisten heruntergeladene App der Welt (Chan 2021).

In Deutschland nutzen derzeit 7,8 Millionen Menschen die App als Medium zur Kommunikation und Vernetzung. Telegram hebt sich durch sein Layout, seine Bandbreite an Funktionen sowie seine Bedienbarkeit von anderen Messengerdiensten ab. Eine Startseite, wie man sie bei den meisten Social-Media-Plattformen vorfindet, ist bei Telegram nicht vorhanden. Auch die Möglichkeit, eine «Story» zu posten wie bei WhatsApp oder Instagram, gibt es hier nicht. Nutzer*innen werden bei Telegram nicht über die Aktivität ihrer Kontakte informiert. Der Zweck der App beschränkt sich somit auf das Senden und Empfangen von Direktnachrichten sowie den Austausch von Nachrichten und Medien in Gruppen und Kanälen. Auf Letzteres wird diese Studie genauer eingehen.

Im Gegensatz zu sozialen Medien wie Twitter, YouTube, TikTok und Instagram basiert der Messengerdienst Telegram nicht auf Algorithmen, die für die Nutzer*innen Inhalte und Kontakte vorfiltern, und ist werbefrei. Kanäle und Gruppen gewährleisten hierdurch im Vergleich mit anderen sozialen Medien oder Messengern einen besonders hohen Grad an Privatsphäre und Datenschutz. Hinzu kommt, dass die Kommunikation verschlüsselt stattfindet, was zunächst einen Vorteil gegenüber Messengern wie WhatsApp dargestellt hat, die diese Funktion später allerdings übernahmen. Telegram vereint somit Potenziale der Kommunikation, Vernetzung, Koordination und Mobilisierung mit einem hohen Maß an Privatsphäre und diversen Instrumenten, die den Nutzer*innen Anonymität zusichern sollen.

Die hohen Standards hinsichtlich Privatsphäre und Datenschutz scheinen das Vertrauen von Nutzer*innen in Telegram verstärkt zu haben. Laut eigenen Angaben setzt die App ihren «Schwerpunkt auf Geschwindigkeit und Sicherheit» und gibt an, «deutlich sicherer als herkömmliche Massenmarkt-Messenger, beispielsweise WhatsApp oder auch Line» (Telegram 2022) zu sein. Um das zu beweisen, hatte Telegram 2014 und 2015 einen Wettbewerb gestartet, bei dem die erste Person, die die Verschlüsselung der App knacken kann, bis zu 300.000 US-Dollar Belohnung erhalten sollte, was bis heute niemandem gelungen ist (ebd.).

Linke Politik wurde traditionell bislang vor allem analog, beispielsweise in linksalternativen Kulturzentren,

organisiert. Soziale Medien werden hier aufgrund von Sicherheitslücken und teils kapitalistischen Zielsetzungen eher kritisch gesehen (Walulis 2020). Telegram scheint eine willkommene Alternative zu bieten.

Diese Studie will daher folgenden Fragen nachgehen: Wie wird Telegram von linken Akteur*innen bisher genutzt? Welche Inhalte werden in den für die Analyse ausgesuchten Kanälen diskutiert, welche Strategien werden verfolgt? Welche dieser Vorgehensweisen und die Anwendung welcher Telegram-Funktionen sind erfolgreich? Um diese Fragen zu beantworten, werden wir zunächst einen Überblick über die Funktionen der App geben sowie die Unterschiede zwischen Telegram-Gruppen und -Kanälen erläutern. Darauf aufbauend werden wir für unser Thema grundlegende Konzepte wie Mobilisierung und Dark Social definieren und mit der Situation in Belarus und in Hongkong kurz zwei Fallbeispiele diskutieren, um die Bedeutung von Telegram im politischen Spektrum zu unterstreichen. Aus unserer abschließenden Analyse von insgesamt 17 Telegram-Kanälen aus dem deutsch- und englischsprachigen Raum werden wir schließlich einen Leitfaden zur Planung von Telegram-Kanälen entwickeln.

1.1 FUNKTIONEN UND ABGRENZUNG VON ANDEREN MESSENGERDIENSTEN

Wie TikTok ist auch Telegram, im Gegensatz etwa zu YouTube, Facebook, Snapchat oder Instagram, kein Produkt aus dem Silicon Valley. Der Messengerdienst wurde 2013 von den Brüdern Pawel und Nikolai Durow in Russland gegründet. Während Nikolai die App eher finanziell und ideologisch unterstützt, hat sie Pawel mit «einem einzigartigen Datenprotokoll» technisch entwickelt. Damit gilt er als Russlands Mark Zuckerberg – auch weil er zusammen mit seinem Bruder das russische Pendant zu Facebook, vk.com (bis 2012 Vkontakte.ru), schuf. Während der Krimkrise 2014 wurden zahlreiche Proteste über diese Plattform organisiert. Als Pawel Durow die verantwortlichen Gruppen nicht vom Netz nahm und sich weigerte, Informationen über Nutzer*innen weiterzugeben, wurde er von russischen Sicherheitskräften aufgesucht. Anschließend sei ihm klar geworden, dass ihm ein sicherer Kommunikationskanal zu seinem Bruder fehlte, sodass die Idee für Telegram entstand (Hebel et al. 2021). Die Konflikte mit der russischen Regierung verschärfen sich, sodass die Brüder 2014 ins Exil mussten und von Land zu Land reisten. Mittlerweile befindet sich der Sitz des Unternehmens in Dubai, wobei die Server dezentral verteilt sind. Nach wie vor gilt: Pawel Durow gibt Nutzer*innendaten nicht weiter, weder an Staaten noch an andere Organisationen. Auch die deutsche Regierung kann dagegen nichts ausrichten: Es sei keine Kommunikation mit Telegram möglich – jahrelang war nicht mal eine Adresse bekannt (ebd.).

Zu dieser dezentralen Datenspeicherung gibt Telegram (2022) selbst an:

«Dank dieser Struktur können wir sicherstellen, dass nicht eine einzelne Regierung oder eine Gruppe gleichgesinnter Länder die Privatsphäre und die Freiheit der Meinungsäußerung aushebeln können. Nur wenn unterschiedliche Rechtssysteme von mehreren Ländern auf der ganzen Welt eine Entscheidung über ein besonders ernstes und global anerkanntes Thema treffen, kann Telegram Daten herausgeben und die Kontrolle darüber abtreten.»

Daher wird Telegram häufig insbesondere als eine sichere Alternative zu WhatsApp gehandelt, bei der Daten nicht an Dritte weitergegeben werden.³ Doch bietet die App noch viele weitere Tools und Möglichkeiten, die sie klar von anderen Messengerdiensten abheben (Telegram 2022; Hebel et al. 2021).

Wie kann Telegram also genutzt werden? Es handelt sich um einen synchronisierten Cloud-Messenger mit paralleler Geräteunterstützung (Telegram 2022). Pro Telefonnummer kann ein Account erstellt werden, wobei die Nummer für andere Nutzer*innen unsichtbar gemacht werden kann, was zum zusätzlichen Schutz der persönlichen Informationen beiträgt. Nutzer*innen können einen Accountnamen, ein Profilbild, einen Bio-Text hinzufügen und dabei selbst festlegen, ob andere diese Angaben oder auch den letzten Online-Status einsehen können. Außerdem lässt sich bestimmen, ob das eigene Konto bei Weiterleitungen verknüpft werden kann, also für andere sichtbar ist. Unerwünschte Kontakte können sowohl stummgestaltet als auch blockiert werden. In den Einstellungen ist die Aktivierung eines zusätzlichen PIN-Codes und einer zweistufigen Bestätigung möglich.

Die Funktion «Geheime Chats» mit Ende-zu-Ende-Verschlüsselung bietet eine weitere Möglichkeit zur Sicherung der Privatsphäre. «Das bedeutet, dass nur der Absender und nur der Empfänger die Nachrichten lesen kann», erklärt Telegram (2022) – selbst die Betreiber*innen des Messengers haben dementsprechend keinen Zugriff. Außerdem kann ein Timer festgelegt werden, der bestimmt, wann die Nachrichten unwiderruflich gelöscht werden.⁴

Telegram ist nicht wie Instagram oder YouTube durch einen Algorithmus bestimmt, der Kontakte zu anderen Nutzer*innen vorschlägt. Folglich können Personen ausschließlich über ihre Nummer, ihren Nutzer*innenamen oder, falls aktiviert, über eine «Leute in der Nähe»-Funktion gefunden werden. Letztere ist besonders im lokalen Kontext sowie zum Vernetzen interessant und demnach auch für das Mobilisierungspotenzial ein wichtiges Instrument. Telegram (2022) erklärt dazu:

«Leute in der Nähe ist eine optionale Funktion, die es Telegram-Nutzern ermöglicht, lokale Gruppen zu erkunden, Freunde zum Chatten in ihrer Umgebung zu finden oder schnell Kontakte mit Leuten auszutauschen, die in der Nähe sind.»

Eine weitere Option zum Vernetzen bietet die Funktion, Links oder QR-Codes des eigenen Accounts zu generieren. Dadurch können Kontakte, Gruppen oder Kanäle

im Chat gesendet oder auf anderen Plattformen promotet werden.

Unter allen Messengerdiensten bietet Telegram zudem den größten Umfang an unterschiedlichen Funktionen, wodurch die App ideal für Massenkommunikation ausgelegt ist und ein nützliches Arbeitstool zur Mobilisierung darstellt. Nachrichten lassen sich direkt beantworten oder anheften. Auch Personen und Hashtags können erwähnt werden, was besonders bei größeren Gruppen und Kanälen hilfreich ist, um einen besseren Überblick zu behalten. Außerdem gibt es die Möglichkeit, Nachrichten jederzeit zu löschen. Anders als bei WhatsApp sind sie dann vollständig, ohne Hinweis auf die Löschung, aus dem Chat entfernt, zudem bietet WhatsApp pro Nachricht die Möglichkeit zur Löschung nur für eine Woche an (WhatsApp 2022). Ein weiterer Unterschied ist, dass bei Telegram Nachrichten auch nachträglich bearbeitet werden können. Demnach erlaubt die App eine höhere Kontrolle über die eigenen Daten als andere Messengerdienste.

Neben dem Versenden eigener Texte ist es auch möglich, externe Inhalte zu verlinken und Nachrichten anderer weiterzuleiten. Dieses Tool ist ebenfalls relevant für das Mobilisierungspotenzial, da es die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Kanälen erleichtert. So können mehrere Kanäle gleichzeitig auf ein Event aufmerksam machen oder Informationen ohne großen Aufwand verbreiten. Zudem können schnelle Reaktionen in Form von Emojis, Bildern, Videos, Dateien mit einer Größe von bis zu zwei Gigabyte, Gifs, Audiodateien sowie Kontakte und der aktuelle Standort versendet werden. Besonders Letzteres ist dabei wesentlich für die Organisation von Demonstrationen und anderen Veranstaltungen, da Administrator*innen so schnell auf Planänderungen und Ortswechsel reagieren können. Eine weitere interessante Möglichkeit ist es, Nachrichten gezielt zu planen und erst zu einem bestimmten Zeitpunkt zu versenden. Damit lässt sich etwa festlegen, wann Informationen zur Koordinierung von Veranstaltungen freigegeben werden, was deren Durchführung sehr erleichtert.

Audio- und Video-Telefonate sind ebenfalls möglich, dabei kann auch der Bildschirm geteilt werden. Weiter ermöglicht Telegram das Erstellen von eigenen Stickers und Ordnern und das Durchführen von Umfragen. Letztere sind besonders sinnvoll, um in Gruppen oder Kanälen einen Termin festzulegen, Aufgaben zu verteilen, Präferenzen abzufragen und um ein Meinungsbild oder Feedback einzuholen. Dabei kann die Stimmabgabe anonym oder im Quiz-Mode⁵ statt-

³ In Sachen Datenschutz bietet der Messengerdienst Signal laut Expert*innen eine noch sicherere Alternative (Signal 2022). Wir gehen darauf inhaltlich jedoch nicht weiter ein, da die für unsere Studie relevanten Funktionen von Telegram nicht Teil von Signal sind. ⁴ Allerdings muss an dieser Stelle festgehalten werden, dass bei WhatsApp diese Art der Verschlüsselung bei allen Chats automatisch aktiv ist und nicht erst wie bei Telegram durch die geheime Chat-Funktion aktiviert werden muss. Bei Gruppen und Kanälen ist eine Ende-zu-Ende-Verschlüsselung zudem grundsätzlich nicht möglich, sodass sie z. B. von der Polizei überwacht werden können (Locker & Meineck 2019). ⁵ Hier können Fragen mit einer zuvor festgelegten richtigen Antwortmöglichkeit gestellt werden (Telegram 2022).

finden, und die Administrator*innen können mehrere Antwortmöglichkeiten erlauben.

Wie bei anderen sozialen Medien lassen sich bei Telegram Gruppen erstellen. Dabei können die Nutzer*innen vorher in den Einstellungen festlegen, ob sie von Personen, die nicht zu den eigenen Kontakten gehören, potenziell zu Gruppen hinzugefügt werden möchten. Gruppen können für den privaten Austausch mehrerer Personen oder auch für organisatorische oder geschäftliche Zwecke genutzt werden, wobei zwischen privaten und öffentlichen Gruppen unterschieden wird. Letztere sind für alle Nutzer*innen über die Suchfunktion zugänglich. Private Gruppen dagegen lassen sich ausschließlich über einen Einladungslink betreten. Eine Besonderheit ist hier, dass neue Mitglieder beim Beitritt zu einem Kanal oder einer Gruppe alle bisher geteilten Inhalte angezeigt bekommen.⁶ Wie bei allen Chats können auch hier ein Gruppenbild sowie eine Beschreibung festgelegt werden. Die Ersteller*innen sind gleichzeitig die Administrator*innen der Gruppen und haben dadurch die Möglichkeit, weitere Personen hinzuzufügen, Mitglieder wieder zu entfernen oder ihnen Berechtigungen innerhalb der Gruppe zuzuteilen: also festzulegen, ob Mitglieder Nachrichten, Medien, Linkvorschauen, Gifs oder Sticker versenden dürfen, ob sie Umfragen durchführen, Personen hinzufügen, die Gruppenbeschreibung verändern oder Nachrichten anheften können. Außerdem können die Administrator*innen bestimmen, ab wann auf Nachrichten reagiert werden kann. Sofern sie nicht mehr verantwortlich für eine Gruppe sein wollen und diese trotzdem weiterbestehen soll, gibt es zudem die Möglichkeit, neue Inhaber*innen zu bestimmen.⁷ Diese Studie wird sich allerdings nicht auf Telegram-Gruppen, sondern auf Kanäle fokussieren. Denn vor allem durch diese und durch die Bot-Funktion hebt sich die App deutlich von anderen Messengerdiensten ab.

Bots sind gewissermaßen programmierte Chat-Partner*innen, mit denen in privaten Chats und Gruppen interagiert werden kann. Sie können ebenfalls über ihre Namen oder einen Link gefunden und einem Chat hinzugefügt werden. Wie natürliche Personen können Bots Nachrichten lesen und auf sie reagieren, sodass innerhalb von Chaträumen auf sensible Informationen geachtet werden sollte. Bei Bedenken können Bots wie andere Kontakte auch blockiert werden. Bot-Befehle können von Nutzer*innen über einen Slash (z. B. /help) aufgerufen werden. Dabei arbeitet jeder Bot anders und stellt unterschiedliche Befehle zur Auswahl bereit. In der Regel wird beim Starten eines Bots erklärt, wie er funktioniert und welche Optionen und Werkzeuge nutzbar sind. Dazu kann etwa das Erstellen von To-do-Listen, Terminplanungen oder News-Übersichten unterschiedlicher Anbieter gehören. Telegram bietet Nutzer*innen zudem die Möglichkeit, eigene Bots für ihre Zwecke zu programmieren.

Eine weitere Besonderheit besteht darin, dass sowohl Telegram als auch die Administrator*innen öf-

fentlicher Kanäle im Vergleich zu sozialen Medien wie Instagram, TikTok oder YouTube mit der App unmittelbar kein Geld verdienen. Laut den Betreiber*innen werden kommerzielle Interessen niemals ihrem «Anliegen, einen Messenger für alle anzubieten, im Wege sein» (Telegram 2022).⁸

1.2 UNTERSCHIEDE ZWISCHEN TELEGRAM-GRUPPEN UND -KANÄLEN

Anders als etwa WhatsApp bietet Telegram die Möglichkeit, nicht nur Gruppen, sondern auch Kanäle zu erstellen. Hier können lediglich die Betreiber*innen Inhalte teilen, was sie zunächst wie eine Art Nachrichtenticker erscheinen lässt. Doch gibt es auch hier, wenn auch eingeschränkte, Interaktionsangebote: Einige Kanäle erlauben, auf Inhalte zu reagieren und sie zu kommentieren, andere nicht. Ein Austausch per Direktnachricht ist jedoch nicht möglich.

Kanäle mit Kommentarfunktion ähneln hierbei einem Internetforum/-board. Generell ist es möglich, Inhalte weitestgehend widerspruchsfrei, also ohne relevante Störungen und Ablenkungen durch die Abonnent*innen, zu verbreiten. Die Moderation lässt sich innerhalb dieser Kanäle leicht organisieren, dank eingebauter Instrumente wie Bots und geplanter Nachrichten. Eine weitere Besonderheit von Telegram ist, dass schon bei den Gruppen eine Mitgliederzahl von bis zu 200.000 möglich ist (bei WhatsApp liegt die Obergrenze bei 256) und die Kanäle unbegrenzt viele Abonnent*innen haben können (Telegram 2022).

Ausschließlich die Administrator*innen haben die Möglichkeit, die Abonnent*innen der jeweiligen Kanäle einzusehen. Das ist besonders für die Privatsphäre der Nutzer*innen relevant, die so nicht von anderen Personen als Teil eines bestimmten Kanals identifiziert werden können.⁹ Allerdings ist dadurch auch die Möglichkeit der Abonnent*innen, sich untereinander zu vernetzen, im Vergleich zur Gruppenfunktion stark beschränkt.

⁶ Bei Messengerdiensten wie WhatsApp werden neuen Mitgliedern einer Gruppe nur diejenigen Nachrichten angezeigt, die nach ihrem Beitritt gepostet werden. ⁷ Diese Funktion bezieht sich auch auf Kanäle. ⁸ Angesprochen auf die zunehmende Beliebtheit des Messengers und die damit verbundenen steigenden Kosten für Datenverkehr und Servernutzung erklärte Pawel Durow in seinem Kanal, dass er weder vorhabe, Telegram (wie seinerzeit WhatsApp) zu verkaufen, noch Werbung in privaten Chats schalten oder die App kostenpflichtig gestalten möchte. Es sei wichtig, dass Telegram unabhängig bleibe und dabei den Nutzer*innen einen Raum biete, in dem sie respektiert würden. Diese Integrität in Verbindung mit einem qualitativ hohen Angebot ist laut Durow nur dann möglich, wenn der Messengerdienst nicht Teil eines Konzerns wird. Es sollten zusätzliche Funktionen angeboten werden, für die Premium-Nutzer*innen bezahlen müssten, und in öffentlichen Kanälen solle auch Werbung geschaltet werden. Von deren Einnahmen solle die gesamte Community profitieren (Durow 2020). Außerdem garantierte Telegram (2022) wiederholt, dass Nutzer*innendaten nicht an andere verkauft oder für personalisierte Werbung verwendet würden. Diese nach außen kommunizierte Unternehmenskultur klingt nach linkspolitischen Überlegungen, die im Gegensatz zu Durows Lebensstil in Dubai stehen. Für weitere Informationen zu Pawel Durow verweisen wir auf Hebel et al. (2021). ⁹ Leider machen diese und andere Funktionen die App auch bei Rechten und Verschwörungstheoretiker*innen sehr beliebt. Auch wenn die vorliegende Studie sich nicht eingehend mit dieser Thematik auseinandersetzt, sei noch einmal darauf hingewiesen, dass Telegram nicht nur progressiven politischen Akteur*innen eine geeignete Plattform bietet. An dieser Stelle wollen wir auf die Publikation «What they do in the shadows: examining far-right networks on Telegram» von Urman und Katz (2020) verweisen.

2 DARK SOCIAL UND TELEGRAM

Erstmals verwendet und etabliert wurde der Begriff von der Journalistin Alexis Madrigal in ihrem 2012 erschienenen Artikel «Dark Social. We have the whole history of the Web wrong» (Madrigal 2012). Seitdem hat er an Popularität gewonnen und wird in verschiedenen Publikationen immer wieder aufgegriffen.

Doch was bedeutet Dark Social eigentlich? Vereinfacht kann man sagen, dass jede Interaktion in sozialen Medien, die nicht durch Dritte einsehbar ist, sich im Dark Social abspielt. Ein Beispiel hierfür ist der Austausch von Direktnachrichten in einem verschlüsselten Chat (von Gehlen 2019; Herbers 2021). Neben dem Austausch von Informationen spielt auch die Art und Weise, wie Nutzer*innen auf digitale Räume aufmerksam (gemacht) werden, eine Rolle. Im Dark Social geschieht dies nicht über einen Algorithmus, sondern über (privat) geteilte Links zu Kanälen oder eine Schlagwortsuche. Für Dritte ist so nicht nachvollziehbar, wie ein*e Nutzer*in auf einen bestimmten Kanal stößt (vgl. Madrigal 2012).

Telegram-Kanäle sind folglich ein klassisches Beispiel für Dark Social. Obwohl Inhalte theoretisch für Dritte einsehbar sind, sind sie durch den fehlenden Algorithmus geschützt und befinden sich in einer Art konstruierten Halböffentlichkeit. Hinzu kommt, dass der Zugang zu Telegram-Kanälen meist über weitergeleitete Links erfolgt. Nutzer*innen können zwar auch über die Stichwortsuche auf Telegram-Kanäle stoßen, allerdings ist hier meist eine gewisse Vorkenntnis, zum Beispiel des Namens eines Kanals, nötig.

Ein weiteres Merkmal von Telegram-Kanälen im Zusammenhang mit Dark Social ist der hohe Grad an Anonymität. Wie bereits erwähnt, können Nutzer*innen zwar sehen, wie viele Personen einem Kanal folgen, allerdings haben sie keinen Zugriff auf deren Nicknamen oder Telefonnummern. Die einzige Ausnahme bieten hier Kanäle, auf denen das Kommentieren von Beiträgen unter einem selbst gewählten Nicknamen möglich ist. Aber auch hierbei kann die Anonymität erhalten bleiben.

Auch wenn daher keine direkte Kommunikation zwischen Follower*innen innerhalb von Kanälen möglich ist, entstehen soziale Netzwerke und damit einhergehende Dynamiken. Das lässt sich auch durch den fehlenden Algorithmus erklären: Da man nicht zufällig auf Inhalte stößt, finden sich in Kanälen Nutzer*innen, die aktiv nach gewissen Schlagwörtern suchen oder über einen geteilten Link dem jeweiligen Kanal beigetreten sind. Durch diese Prozesse und die meist klare Ausrichtung der Telegram-Kanäle auf ein kollektives Interesse, ein gemeinsames Ziel und/oder eine geteilte politische Haltung bilden sich Gemeinschaften. Wie auch offline verbinden diese Faktoren und haben das Potenzial, Abonnent*innen zu mobilisieren (Herbers 2021).

Information wird im Dark Social auf individualisierter Ebene aufgenommen, was bedeutet, dass diskutierte Themen nach eigenem Ermessen nach Relevanz geordnet und konsumiert werden. Zudem lässt sich gezielt darauf verzichten, gewisse Inhalte angezeigt zu bekommen. Bei Telegram-Kanälen wird dieser Aspekt besonders deutlich: Ihnen kann nach Belieben beigetreten werden. Nutzer*innen können sich hier sozusagen ein eigenes «Informationsmenü» zusammenstellen (ebd.).

Durch die in einigen Telegram-Kanälen eingebettete Möglichkeit, geteilte Beiträge zu kommentieren, entsteht die zusätzliche Sphäre der *dark participation*. Damit ist eine (teils) nicht sichtbare Ebene gemeint, die es ermöglicht, die persönliche Meinung zu den geteilten Inhalten kundzutun und sich darüber mit anderen auszutauschen (Quandt 2018).

Weiterhin kann sich im Dark Social eine Art *safe space* entwickeln, der für die Organisation linker Aktivist*innen im Allgemeinen und für beteiligte marginalisierte Personengruppen im Besonderen eine hohe Priorität darstellen kann. Auch hier spielt die Anonymität der Nutzer*innen eine wichtige Rolle. Diese bietet auch vor der potenziellen Gefahr der Infiltrierung von Kanälen durch beispielsweise rechte Akteur*innen einen gewissen Schutz. Trotzdem ist darauf hinzuweisen, dass dieses Szenario weiterhin eine reelle Gefahr darstellt und besonders bei der Koordination von linken Protestbewegungen zum Problem werden kann. Im Vergleich zu anderen Medien bietet Telegram hier jedoch eine vergleichsweise sichere Option, im digitalen Raum an politischem Aktivismus mitzuwirken und gleichzeitig, wenn gewünscht, die eigene Identität zu schützen.

Doch der Dark-Social-Raum weist auch diverse Schwächen auf. Inhalte und Nachrichten können auf Telegram durch die Weiterleiten-Funktion an Dritte übermittelt werden. Zwar geschieht dies nur mit dem Hinweis, dass es sich um eine weitergeleitete Nachricht handelt, die ursprünglichen Urheber*innen werden jedoch nicht darüber informiert. Erfolgt das Teilen von Informationen über einen Screenshot, so kann mit dem ursprünglichen Raum komplett gebrochen werden, es eröffnet sich aber gleichzeitig ein neuer Kommunikationsstrang, der im Dark Social stattfindet (Herbers 2021). Mit Blick auf Telegram-Kanäle lässt sich sagen, dass auch in diesem Szenario zumindest die Identität der beteiligten Akteur*innen geschützt werden und lediglich der jeweilige Kanalname weitergetragen werden würde. Die Weiterleiten-Funktion kann im aktivistischen Raum jedoch auch Vorteile bieten, wenn etwa Hinweise auf Veranstaltungen koordiniert in verschiedenen linken Kanälen weitergeleitet werden und somit eine breitere Masse erreicht wird.

Die Thematisierung von Telegram-Kanälen innerhalb von etablierten Medien kann das Konzept Dark Social teilweise aufheben.¹⁰ Auch hier können sich sowohl Vor- als auch Nachteile ergeben, wichtig ist grundsätzlich, die Möglichkeit eines solchen Szenarios beim Planen von Inhalten zu berücksichtigen. Die Kommunikation bei Telegram findet somit in einem Raum statt, der lediglich eine vermeintliche Privatsphäre bietet, aber eben jederzeit (von den Akteur*innen ungewollt) in eine andere Form der Öffentlichkeit treten kann (Herbers 2021). Durch zunehmende Digitalisierung werden außerdem die räumlichen, zeitlichen, sozialen und sachlichen Grenzen

von Kommunikationsstrukturen immer mehr aufgeweicht, was unter anderem bedeutet, dass in der Dark-Social-Sphäre hybride Strukturen entstehen, in denen sich etablierte und neue Medien vermengen (ein Beispiel hierfür ist der Telegram-Kanal der «Tageschau»; vgl. ebd.).

Zusammenfassend kann das Konzept von Dark Social und *dark participation* bei der Organisation linker Protestbewegungen zu einem erhöhten Mobilisierungspotenzial beitragen. Kennt man die beschriebenen Risiken, so können Strategien zum Umgang mit ihnen gefunden werden, um Telegram optimal für die Mobilisierung von linker Politik zu nutzen.

3 MOBILISIERUNG IN DEN SOZIALEN MEDIEN

Mobilisierung im politischen Kontext lässt sich definieren als das aktive Zusammenbringen von Menschen, die eine Thematik in den Blickpunkt öffentlicher Aufmerksamkeit bringen. Nach Rucht (2012) bedarf es hierfür «eines Agenten, der kraft seiner Initiative und dank besonderer Mittel und Umstände die Massen produziert, der Menschen aufruft, motiviert und überzeugt, sich auf einen gemeinsamen Auftritt beziehungsweise ein gemeinsames Handeln einzulassen».

Während diese Mobilisierung lange analog stattfand, haben soziale Medien in den letzten Jahren zunehmend die Dynamiken politischer Partizipation beeinflusst.

Jost et al. (2018) haben Studien über verschiedene Protestbewegungen in den USA, Spanien, der Türkei und der Ukraine untersucht und dabei herausgefunden,

dass soziale Medien wie Telegram eine elementare Rolle bei politischer Partizipation und Mobilisierung spielen können: Sie ermöglichen Bürger*innen den Zugang zu Informationen, die für die Koordination der Proteste relevant sind. Solche Mitteilungen schließen Angaben über Polizeipräsenz, Gewaltvorkommen, Verhaftungen oder medizinische und rechtliche Hilfe ein und erleichtern somit die Koordinierung von Demonstrationen und politischen Bewegungen ebenso wie die Verbreitung von motivierenden und emotionalen Botschaften zu den Protesten.

In autoritären Staaten verringern sie gleichzeitig das mit jeder Protestaktion verbundene Risiko und verbessern den Zugang zu alternativen Informationen, inklusive anschaulicher Darstellungen der Aktionen durch Bild- sowie Videomaterial (vgl. Ruijgrok 2017).

¹⁰ Zum Beispiel können Kanäle ins Gespräch kommen, weil sie vermeintlich von Personen des öffentlichen Lebens betrieben werden. Von einer Faktizität sollte hier aber nur ausgegangen werden, wenn sich diese Personen auch tatsächlich dazu bekennen (Herbers 2021; von Gehlen 2019).

4 DIE POLITISCHE SEITE VON TELEGRAM – DIE FALLBEISPIELE BELARUS UND HONGKONG

In der deutschen Politik wurde besonders im Dezember 2021 ein mögliches Verbot von Telegram diskutiert. Innenministerin Nancy Faeser kritisierte die wenigen Restriktionen der App, die es unter anderem Coronaleugner*innen erlaube, Falschmeldungen ungehindert zu verbreiten. Mittlerweile ist Faeser von dieser Forderung zurückgewichen, da sie die Wichtigkeit des Messengerdienstes für oppositionelle Bewegungen in autoritären Systemen anerkennt (RP Online 2022), die von den Telegram-Gründern selbst immer wieder hervorgehoben wird. Mit Blick auf die Oppositionsbewegungen und Proteste in Belarus haben sie sich explizit dafür ausgesprochen, dass die App eine Plattform für den Protest gegen autoritäre Regime bieten soll. In den AGBs von Telegram heißt es:

«Wenn etwa Kritik an der Regierung in einem Land verboten ist, ist Telegram keinesfalls ein Teil solcher politisch motivierten Zensur. Dies verstößt gegen die Grundsätze unserer Gründer. Während wir terroristische (z. B. ISIS-bezogene) Bots und Kanäle blockieren, werden wir keinesfalls Nutzer daran hindern, auf friedliche Weise alternative Meinungen zum Ausdruck zu bringen.» (Telegram 2022)

Aufgrund der besonderen Funktionsweise von Telegram gelang es weder der russischen noch der belarussischen Regierung, den Messenger zu blockieren (Yaromich 2020). Auch bei den pro-demokratischen Protesten in Hongkong organisierten sich die Anhänger*innen über den Dienst. An dieser Stelle wollen wir einen kurzen Überblick über die Bewegungen in Belarus und Hongkong geben, um anhand dieser zwei Fallbeispiele zu verdeutlichen, welche Rolle Telegram beim politischen Widerstand und der Organisation von Protesten einnehmen kann.

4.1 BELARUS

Bei den Protesten gegen die belarussische Regierung und ihren Machthaber Lukaschenko organisierte sich die Opposition hauptsächlich über Kanäle auf Telegram. Die hier diskutierte Widerstandsbewegung startete ihre Vernetzung nach den Wahlen im August 2020, die von großen Teilen der belarussischen Bevölkerung als undemokratisch wahrgenommen wurden (Shparaga 2021). Als Reaktion auf die Kritik der Wähler*innen beschränkte die Regierung den Zugang der Bevölkerung zum Internet. Aus dieser Situation heraus entwickelte sich ein Zustrom von Nutzer*innen zur Kommunikationsplattform Telegram, die die Möglichkeit bot, mithilfe von VPN (Virtual Private Network, dt. «virtuelles privates Netzwerk») die Restriktionen zu umgehen (Yaromich 2020). Nach kurzer Zeit bildete sich einer der größten belarussischen Kanäle (NEXTA Live, NEXTA), der vor allem genutzt wurde, um über den Aufenthaltsort von Polizist*innen und ihren Bewegungsradius sowie über geplante politische Aktionen und Treffpunkte von Aktivist*innen zu berichten. Außerdem wurde der

Kanal zur Aufklärung und Berichterstattung genutzt, um eine Alternative zu den staatlich kontrollierten Medien zu bieten (ebd.). Am 17. August 2020 hatte NEXTA Live bereits circa 2,1 Millionen Follower*innen, was die Popularität und die Notwendigkeit dieses Instruments verdeutlicht (TGStat 2022).¹¹ Verschiedene politische Bündnisse traten dem Kanal bei, was der Fragmentierung der Bewegung entgegenwirkte. Durch diese kollektive Bündelung von Informationen entstand zum einen eine kohärente Nachrichtenquelle, und zum anderen konnten verschiedene Initiativen sich landesweit koordinieren und vernetzen (Yaromich 2020). Kleinere Kanäle spielten hier jedoch ebenfalls eine wichtige Rolle: Olga Shparaga berichtet in ihrem Buch «Die Revolution hat ein weibliches Geschlecht. Der Fall Belarus», dass Telegram-Kanäle wie «Girl Power Belarus» genutzt wurden, um beispielsweise Verhaftungen zu dokumentieren und neue Strategien des Widerstands zu entwickeln. Obwohl dieser Kanal mit circa 8.000 Abonnent*innen sehr viel kleiner war und ist als NEXTA Live, stellte er ein integrales Instrument bei der Organisation der Proteste dar (Shparaga 2021).

4.2 HONGKONG

Auch bei den Demonstrationen in Hongkong ist Telegram zu einem elementaren Instrument für die Demokratie-Aktivist*innen geworden, denen die App es erlaubte, sich digital zu koordinieren und anonym Informationen auszutauschen. Der Messenger gewann vor allem durch die Sicherheitsstandards und die klare Haltung, keine Nutzer*innendaten herauszugeben, das Vertrauen der Hongkonger*innen.¹²

Die Proteste, die als friedliche Kundgebungen starteten, erreichten 2019 infolge des Auslieferungsgesetzes und später des Sicherheitsgesetzes ihren Höhepunkt. Dabei wurden die zunehmenden Ausschreitungen vermehrt brutal von der Polizei eingedämmt. Bei den Märschen gegen die pekingtreue Regierung und ihre Einschränkungen der demokratischen Grundrechte wie der Presse-, Versammlungs- und Meinungsfreiheit nahmen bis zu zwei Millionen Menschen aus der 7,5-Millionen-Stadt teil (Urman et al. 2020). Die Proteste in der chinesischen Sonderverwaltungszone werden als dezentral und ohne eindeutige Führungspersönlichkeit beschrieben. Stattdessen wurde die Bewegung über verschlüsselte Messenger, vor allem Telegram, organisiert (ebd.). Laut Hui (2019) bestand eine der Hauptschwierigkeiten für Demonstrant*innen darin, herauszufinden, was in den überfüllten, sich

¹¹ Zur Einordnung: Im Jahr 2019 betrug die Gesamteinwohnerzahl von Belarus 9,41 Millionen (Statista 2022b). ¹² Nachdem sich Nutzer*innen aus Hongkong darüber beschwerten, dass der Messenger es den örtlichen Strafverfolgungsbehörden ermöglichte, ihre Telefonnummern zu identifizieren, brachte Telegram ein Update heraus, um diese Sicherheitslücke zu schließen (Urman et al. 2020).

schnell verändernden und oft chaotischen Versammlungen passierte. Telegram diente dabei als effektives Tool, um zunächst mittels textbasierter Live-Updates die Proteste zu koordinieren. Allerdings reichte das Demonstrant*innen nicht immer aus, um rechtzeitig einer Festnahme oder Gewaltanwendung zu entgehen. Als Reaktion erstellten Bürger*innen Echtzeitkarten, um zu skizzieren, wo sich Teilnehmende gefahrenfrei bewegen können. Diese Karten geben Übersicht zum

Beispiel über den aktuellen Einsatz von Tränengas oder Wasserwerfern sowie über Standorte der Polizei.¹³

Zusammenfassend zeigen diese Fallbeispiele, inwiefern die besonderen Eigenschaften von Telegram im politischen Spektrum genutzt werden und zur Mobilisierung progressiver Politiken beitragen können. Im Folgenden werden wir das methodische Vorgehen unserer Arbeit erläutern und anschließend in die inhaltliche Analyse der von uns ausgewählten Kanäle übergehen.

5 METHODISCHES VORGEHEN

Im ersten Schritt filterten wir die für uns interessanten Kanäle heraus. Die Untersuchungsgruppe war von Anfang an auf deutsch- und englischsprachige Kanäle begrenzt, wobei einige von ihnen zusätzlich auch andere Sprachen nutzen. Über die Suchfunktion auf Telegram gaben wir Begriffe wie Feminismus, Antifa oder Antirassismus ein. Darüber hinaus suchten wir gezielt nach bekannten Akteur*innen. Auch wenn, wie bereits erläutert, nicht immer davon ausgegangen werden kann, dass die Namensgeber*innen von Telegram-Kanälen diese auch betreiben, wollten wir solche Kanäle zumindest überprüfen.¹⁴ Empfehlungen aus unserem sozialen Umfeld sowie Content-Creator*innen aus Vorgängerstudien der Rosa-Luxemburg-Stiftung wurden ebenfalls in unsere Suche einbezogen. Durch diese Schritte konnten wir eine erste Gruppe an Telegram-Kanälen erstellen, die wir dann mithilfe der Schneeballmethode nach Hinweisen auf weitere Kanäle durchsucht haben. Insgesamt haben wir uns 47 Telegram-Kanäle angeschaut, von denen wir 17 sowohl qualitativ als auch quantitativ ausgewertet haben.

In unserer Studie wurden Kanäle ab einer Abonnent*innenzahl von 200 berücksichtigt. Für unsere quantitative Analyse war ein weiteres Kriterium, dass mindestens 10 bis maximal 200 Inhalte im Untersuchungszeitraum vom 1. Dezember 2021 bis zum 28. Februar 2022 innerhalb des jeweils untersuchten Kanals gepostet wurden. Qualitativ wurden auch Telegram-Kanäle mit mehr als 200 Posts im Untersuchungsraum ausgewertet. Hier arbeiteten wir sowohl mit der Methode des Coding als auch mit der Walkthrough-Methode.

In Hinblick auf das Mobilisierungspotenzial war für uns nicht nur interessant, wie viele Abonnent*innen einem Kanal folgten, sondern auch, mit welchen Instrumenten gearbeitet wurde. Außerdem nahmen wir uns vor, lokal, national und international agierende Kanäle zu untersuchen. Für den deutschsprachigen Raum war es unser Ziel, verschiedene Regionen abzubilden.

Um innerhalb der Analyse das Mobilisierungspotenzial definieren zu können, haben wir mit einem dreistufigen System gearbeitet. Auf der ersten Ebene finden

sich niedrigschwellige Arten der Mobilisierung, beispielsweise in Telegram-Kanälen, die ausschließlich Nachrichten und bildungspolitische Inhalte teilen. Hier ist noch kein direkter Aufruf zum Aktivismus außerhalb des Kanals zu finden, allerdings definieren wir Mobilisierung für unsere Arbeit als ein Konzept, das bereits bei der Weiterbildung, der aktiven Suche und Aufnahme von Informationen zu einem spezifischen Thema und der inneren Auseinandersetzung damit beginnt.

Auf der zweiten Stufe ordneten wir Gruppen ein, die neben den bereits genannten Inhalten auch Veranstaltungshinweise und Beiträge zu politischen Aktionen teilen. Es war hierbei irrelevant, ob besagte Veranstaltungen im digitalen oder realen Raum stattfanden.

Die dritte Ebene beinhaltet Kanäle, die ausschließlich für die Koordinierung von politischem Aktivismus im realen Raum vorgesehen sind. Hier lassen sich beispielsweise Kanäle finden, die aktiv Proteste organisieren und live von Demonstrationen berichten. Diese letzte Gruppe zeigt die meisten Überschneidungen mit den Telegram-Kanälen in Belarus und Hongkong, allerdings sind auch zahlreiche Überschneidungen mit den anderen beiden Kategorien erkennbar.

Die folgende Analyse widmet sich zunächst der Beantwortung unserer ersten beiden Forschungsfragen: Wie wird Telegram von linken Akteur*innen bisher genutzt? Welche Inhalte werden in den ausgesuchten Kanälen diskutiert, welche Strategien verfolgt? Danach werden wir uns im Teil «Fazit und Leitfaden» mit der Frage auseinandersetzen, welche dieser Vorgehensweisen und Anwendungen von Telegram-Funktionen erfolgreich sind.

¹³ Eine der am häufigsten genutzten Echtzeitkarten der Proteste ist HKMap.live, die dynamisch anwendbar ist und teilweise bis zu 200.000 Nutzer*innen pro Tag hatte. Neben Straßen- und Gebäudenamen sind verschiedene Emojis als Visualisierung zu finden, die Informationen über die Polizei, Demonstrant*innen, Spezialeinheiten oder Gefahrenquellen auf einen Blick vermitteln. Nutzer*innen haben die Möglichkeit, mit Zeitstempeln versehene Aktualisierungen zu veröffentlichen, nachdem sie sich über einen einfachen Verifizierungsprozess bei Telegram angemeldet haben und die Angaben von Moderator*innen überprüft wurden, um Fehlinformationen möglichst auszuschließen (Hui 2019). ¹⁴ Interessant hierbei war, dass Namen von linken Politiker*innen wie beispielsweise Gregor Gysi teils für Kanäle mit verschwörungstheoretischen Inhalten missbraucht wurden.

6 LINKER AKTIVISMUS AUF TELEGRAM

Bei der Vorgängerstudie der Rosa-Luxemburg-Stiftung zu Instagram waren individuelle Akteur*innen wie Greta Thunberg, Alexandria Ocasio-Cortez, Kerstin Kassner oder Luisa Neubauer zahlenmäßig erfolgreicher als kollektive Akteure (Maier 2021). Ihnen sowie weiteren Personen, die in diese Kategorie fallen, konnten wir allerdings keinen Telegram-Kanal zuordnen.¹⁵ Dort weisen eher kollektive Akteure hohe Abonnent*innenzahlen auf.¹⁶ Entsprechend ist der Erfolg eines Telegram-Kanals weniger von einer individuellen Person abhängig, die persönliche Komponente steht hier eher im Hintergrund.

Gleiches gilt für die Frage, wie abwechslungsreich Beiträge sein müssen und welche unterschiedlichen Formate sie bedienen sollten, um die Aufmerksamkeit zu behalten (vgl. Maier 2021). Die Telegram-Kanäle aus unserer Untersuchungsgruppe sollen meist nicht in erster Linie unterhalten, sondern informieren, auf Veranstaltungen aufmerksam machen oder Handlungsaufforderungen eine digitale Plattform bieten. Das ist zumindest im deutschsprachigen Raum erkennbar, wobei wir bei Kanälen aus den USA klare Unterschiede ausmachen konnten: Diese nutzen deutlich mehr Memes, Gifs und generell visuelle Formate, arbeiten teils auch mit Comic Relief, also mit einem Stilmittel zur Auflockerung angespannter Situationen.¹⁷ In unserer Analyse setzen wir daher je nach Kanal bewusst unterschiedliche Schwerpunkte, um die Vielfalt der Strategien, Inhalte und Zielsetzungen abzubilden.

Was das Mobilisierungspotenzial betrifft, sind, wie bereits im methodischen Teil beschrieben, drei gestaffelte Stufen zu erkennen, die die Nutzungsmöglichkeiten von Telegram charakterisieren.¹⁸ Im Folgenden abgedruckte Screenshots wurden zu Anonymisierungszwecken modifiziert.

6.1 MOBILISIERUNGSTUFE 1

6.1.1 @acTVismMunich

@acTVismMunich ist laut der Kanalbeschreibung «ein gemeinnütziges und unabhängiges Mediennetzwerk». Der dazugehörige Telegram-Kanal wird von 766 Leuten abonniert und hat zwischen Dezember 2021 und Februar 2021 120 Nachrichten mit durchschnittlich 326 Views pro Post geteilt, die größtenteils auf die eigene Website oder auf rumble.com («rights management video platform») verweisen. Insgesamt haben wir 96 Videos mit Aufklärungscharakter oder News zu verschiedenen Thematiken untersucht.

Diese schließen unter anderem Nachrichten über Julian Assange, Edward Snowden, Glenn Greenwald, Bill Gates und die Agribusiness Alliance, über Russlands Angriffskrieg gegen die Ukraine,¹⁹ politische Ereignisse in den USA, Israel oder Kanada, den Kampf um Wasser in Hawaii, militärische Auseinandersetzungen beispielsweise in Jemen, indigene Widerstände, Millionärssteuern, Demokratie und Kapitalismus sowie Coronaimpfungen mit ein. Zudem wird auf YouTube-Videos des eigenen Kanals hingewiesen, in denen die Verantwortlichen hinter @acTVismMunich Interviews mit Forscher*innen, politischen Entscheidungsträger*innen oder Whistleblower*innen führen.

Auffällig ist, dass teilweise derselbe Inhalt mit zeitlichem Abstand sowohl auf Deutsch als auch auf Englisch geteilt wird. Unter allen Videos ist zudem ein Link mit einem Spendenaufruf zu finden. Außerdem wurden Nachrichten zu einer Quizfrage sowie weitere Videos, Playlists und Nachrichten zur eigenen Crowdfundingkampagne mit zusätzlichen Spendenaufrufen gepostet. Damit bewegt sich der Kanal zwischen den ersten beiden Mobilisierungsstufen, ist aber größtenteils der Kategorie 1 zuzuordnen, da hauptsächlich die eigenen Inhalte wie in einem Newsletter vertrieben werden und auch die Crowdfundingkampagne nicht mit zusätzlichen Calls to Action oder Veranstaltungshinweisen verbunden ist.

Wie andere Kanäle innerhalb dieser Kategorie wird @acTVismMunich wie eine Art Newsletter genutzt, das heißt, es werden (ohne großen Aufwand) Inhalte von anderen Plattformen gepostet. Meist bestehen die Nachrichten aus einem Titel, einer Kurzbeschreibung sowie teilweise einem passenden Bild. Außerdem weist der Kanal thematisch ein weites Spektrum, also eine große Fragmentierung auf. Somit ist das Mobilisierungspotenzial im Vergleich zu den anderen Stufen eher als gering einzuordnen. Zwar können sich die Nutzer*innen auf diese Weise über relevante Themen und Vorgänge informieren und werden möglicherweise zu einer kritischen Auseinandersetzung damit angeregt – allerdings ist hierdurch kein direkter Handlungsaufforderung zu politischer Partizipation verbunden. Das bleibt den Abonnent*innen eines solchen Kanals selbst überlassen.

Wie andere Kanäle innerhalb dieser Kategorie wird @acTVismMunich wie eine Art Newsletter genutzt, das heißt, es werden (ohne großen Aufwand) Inhalte von anderen Plattformen gepostet. Meist bestehen die Nachrichten aus einem Titel, einer Kurzbeschreibung sowie teilweise einem passenden Bild. Außerdem weist der Kanal thematisch ein weites Spektrum, also eine große Fragmentierung auf. Somit ist das Mobilisierungspotenzial im Vergleich zu den anderen Stufen eher als gering einzuordnen. Zwar können sich die Nutzer*innen auf diese Weise über relevante Themen und Vorgänge informieren und werden möglicherweise zu einer kritischen Auseinandersetzung damit angeregt – allerdings ist hierdurch kein direkter Handlungsaufforderung zu politischer Partizipation verbunden. Das bleibt den Abonnent*innen eines solchen Kanals selbst überlassen.

6.1.2 @linksbewegt

Der Kanal des Online-Magazins *Links bewegt* der Partei DIE LINKE hat mit einer Abonnent*innenzahl von 414 eine vergleichsweise geringe Reichweite unter den von uns untersuchten Kanälen. Dabei hatte die Partei in ihrem eigenen Telegram-Kanal am 21. April 2021 einen

¹⁵ Angesichts des Aufbaus des Messengerdienstes und seines hohen Grads an Privatsphäre ist jedoch nicht auszuschließen, dass diese Personen Telegram-Kanäle betreiben. ¹⁶ Das lässt sich jedoch so nur über das linkspolitische Spektrum sagen. ¹⁷ Ein Beispiel hierfür ist der Telegram-Kanal @applebeas, den wir in unserer Analyse allerdings nicht aufgreifen, da er nicht zu den Forschungskriterien passt. ¹⁸ Wichtig ist hier, dass alle drei Kategorien einen fluiden Charakter aufweisen und somit ineinander verschwimmen und sich vermischen können. Bei einigen Kanälen ist die Kategorie folglich nicht eindeutig zuzuordnen. Hinzu kommt, dass Kanäle ihren Schwerpunkt verändern können. Ursache hierfür ist zum Beispiel der aktuelle Angriffskrieg Russlands gegen die Ukraine, der in einigen Kanälen zu einem Bruch mit dem bisherigen Vorgehen geführt hat: So wurden in Kanälen der Kategorie 1 Aufrufe zu Spenden an Menschen geteilt, die die Ukraine verlassen mussten. Dieses Phänomen werden wir innerhalb dieser Arbeit allerdings nicht weitergehend diskutieren. ¹⁹ Da die Situation in der Ukraine sich gegen Ende unseres Untersuchungszeitraums sehr schnell entwickelte, werden wir nicht explizit auf den Krieg eingehen.

Post geteilt, in dem sie auf @linksbewegt aufmerksam macht und den entsprechenden Link teilt. Diese Nachricht hatte über 26.000 Views und beschreibt den Kanal folgendermaßen:

«Dort stellen wir Menschen vor, die vor Ort für bezahlbare Mieten, gute Löhne und bessere Pflege kämpfen. Wir berichten über aktuelle Themen und Aktionen, geben Tipps und Argumentationshilfen: Wie bietet man rechten Parolen Paroli? Wie machen wir linke Kommunalpolitik stark? Dazu eine Portion linker Popkultur, mit Buch- und Filmkritiken, Events und einem Online-Quiz.»

Der Kanal scheint über einen Bot betrieben zu werden, sodass die Abonnent*innen automatisch über die Artikel des Online-Magazins informiert werden. Dieser Bot arbeitet ohne visuelle Elemente wie Bilder, Videos oder Gifs. Es werden ausschließlich Links mit einer kurzen Beschreibung sowie dem Titel des Artikels geteilt. In unserem Untersuchungszeitraum gab es insgesamt 30 Posts mit durchschnittlich 631 und maximal 1.200 Views. Der Kanal @linksbewegt scheint somit nicht auf großes Wachstum oder eine erfolgreiche Mobilisierung ausgelegt zu sein, sondern mithilfe des Bots ohne viel Aufwand als zusätzliches Tool für die Leserschaft des Magazins genutzt zu werden.

6.1.3 @REKlimakrise

Der Kanal @REKlimakrise umfasste im Untersuchungszeitraum insgesamt 59 Posts. Diese beinhalten ausschließlich Links zu aktuellen Nachrichtenartikeln, die im Zusammenhang mit dem Thema Nachhaltigkeit und Umweltschutz stehen. Zur Zeit der Erhebung folgten 2.318 Abonnent*innen²⁰ dem Kanal und die Viewzahlen bewegten sich zwischen 3.000 und 6.500 pro Post. Der Kanal veröffentlicht in Zyklen von einem bis drei Tagen Verweise auf drei verschiedene Artikel.

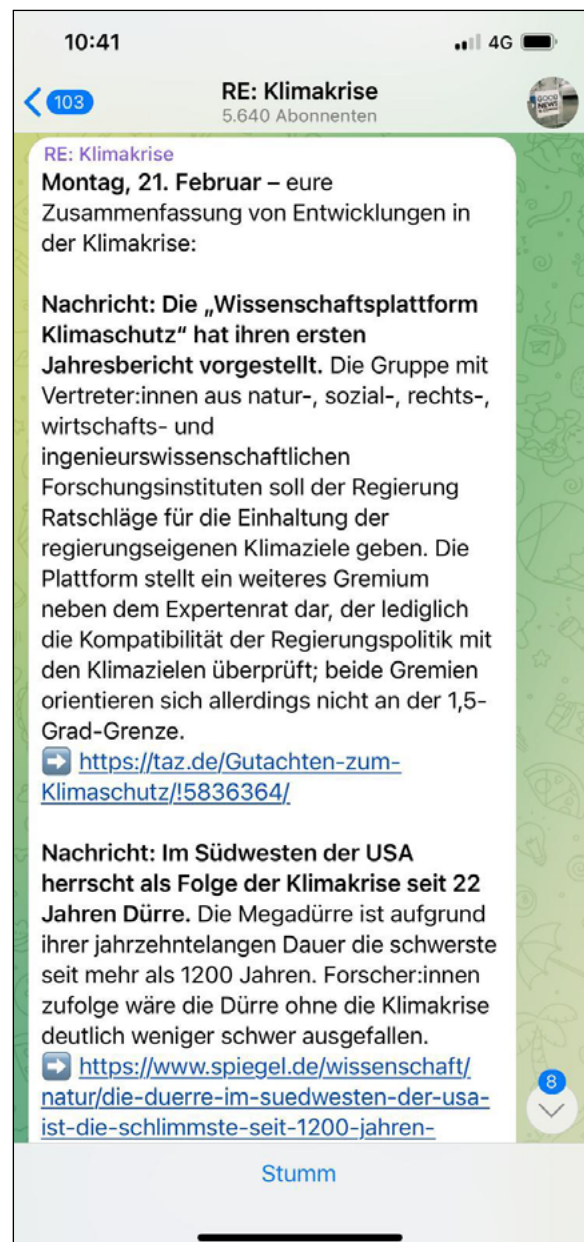
@REKlimakrise arbeitet ohne Bilder oder Illustrationen. Zur Gliederung der verschiedenen Nachrichten werden immer die gleichen Emojis genutzt, und die News werden in Blöcken organisiert. Zu jedem geposteten Link gibt es eine kurze inhaltliche Zusammenfassung. Obwohl diese immer auf Deutsch verfasst sind, werden auch englischsprachige Inhalte geteilt. Durch eine fehlende Kommentarfunktion ist die Interaktion mit Abonnent*innen stark eingeschränkt.

Als Quellen werden hier ausschließlich etablierte Medien wie die «Tagesschau» genutzt, was den von Herbers (2021) beschriebenen hybriden Charakter von Dark Social beispielhaft zeigt. Das Mobilisierungspotenzial dieses Kanals ist als eher mäßig einzuschätzen, da er zwar gezielt über ein Schwerpunktthema berichtet, hierbei aber nicht zu politischen Aktionen, Veranstaltungen oder Protesten aufruft.²¹ Der Kanal kann somit auch als eine Art Newsticker gesehen werden.

Anders als bei vielen anderen Kanälen auf Telegram stellen sich die Initiator*innen in einer angepinnten Nachricht vor. Der Faktor der Anonymität wird hier zumindest von den Betreiber*innen selbst bewusst umgangen, die ihre Nicknamen in der angepinnten Nach-

richt angeben.²² Das soll den Abonnent*innen die Möglichkeit geben, mit ihnen in Austausch zu treten. Außerdem wird den Nutzer*innen ein Überblick über die Inhalte, den politischen Hintergrund der Initiator*innen sowie über Wege der Partizipation am Kanal gegeben.

Zusammenfassend weist der Telegram-Kanal @REKlimakrise zwar ein eher niedriges Mobilisierungspotenzial auf, stellt aber trotzdem ein wichtiges und niedringschwelliges Instrument in der Kommunikation linker Inhalte dar.



²⁰ Die im Text genannten Abonnent*innenzahlen weichen von denen in den Screenshots ab, da Letztere später aufgenommen wurden. Interessant ist hier, wie sehr sie sich teils verändert haben. ²¹ Der Kanal berichtet zwar teils über Protestaktionen, allerdings mobilisiert er seine Abonnent*innen nicht zu einer Teilnahme. ²² Wir haben uns dazu entschieden, diese Namen innerhalb der Studie nicht zu erwähnen oder zu zeigen, um die Identität der beteiligten Personen zu schützen.

6.2 MOBILISIERUNGSSTUFE 2

6.2.1 @colourful_voices

Mit einer Abonnent*innenzahl von 1.118 gehört der Kanal @colourful_voices zu den mittelgroßen Kanälen im deutschsprachigen linkspolitischen Spektrum. In unserem dreimonatigen Untersuchungszeitraum wurden hier 38 Posts geteilt, was eine eher moderate Frequenz ist. Durchschnittlich liegen die Views pro Post bei 1.366. Die Beiträge werden sowohl auf Deutsch als auch auf Englisch geteilt, allerdings dominiert Ersteres; es gibt nicht zu allen Inhalten eine Übersetzung.

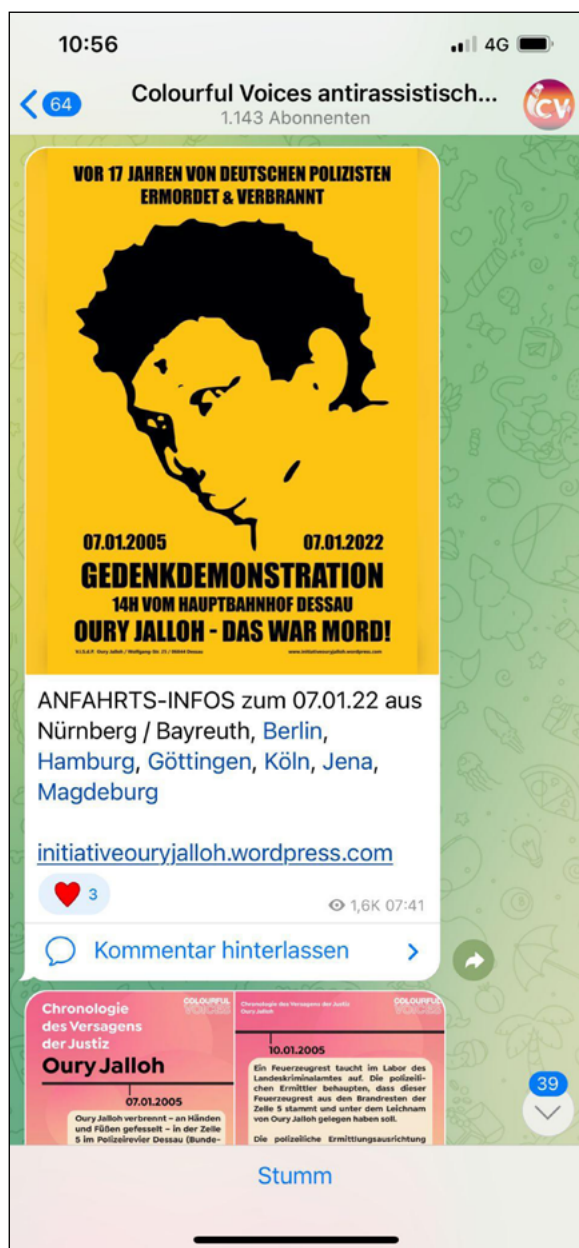
Auffällig ist hier, dass viele der geteilten Inhalte und Veranstaltungen von dem dahinterstehenden Magazin organisiert, recherchiert und designt worden sind. Der Kanal hebt sich hierdurch von anderen ab, da zum Beispiel Share Pics in einem bestimmten Farbschema gehalten werden und somit neben inhaltlicher auch vi-

suelle Kohärenz erzeugt wird. Die Verknüpfung zu Instagram (siehe unten) wird hier deutlich.

Innerhalb der Kanalbeschreibung wird auf die Gründer*innen verwiesen und gleichzeitig auf die thematische Ausrichtung eingegangen:

«Unser Team von migrantisierten Menschen aus ganz Deutschland setzt sich mit Leidenschaft für die Themen Flucht und Migration und gegen Rassismus ein (@colourful_voices, Telegram).»

Nutzer*innen können auf diese Weise sofort erkennen, welcher politische Schwerpunkt verfolgt wird. Der Kanal bietet Nutzer*innen die Möglichkeit, auf Beiträge mit Kommentaren zu reagieren, was innerhalb von Dark Social die Ebene der *dark participation* eröffnet (Quandt 2018). Außerdem wurden im Untersuchungszeitraum zwei Umfragen geteilt, die sich direkt an die Abonnent*innen richteten. Im Gegensatz zu einigen

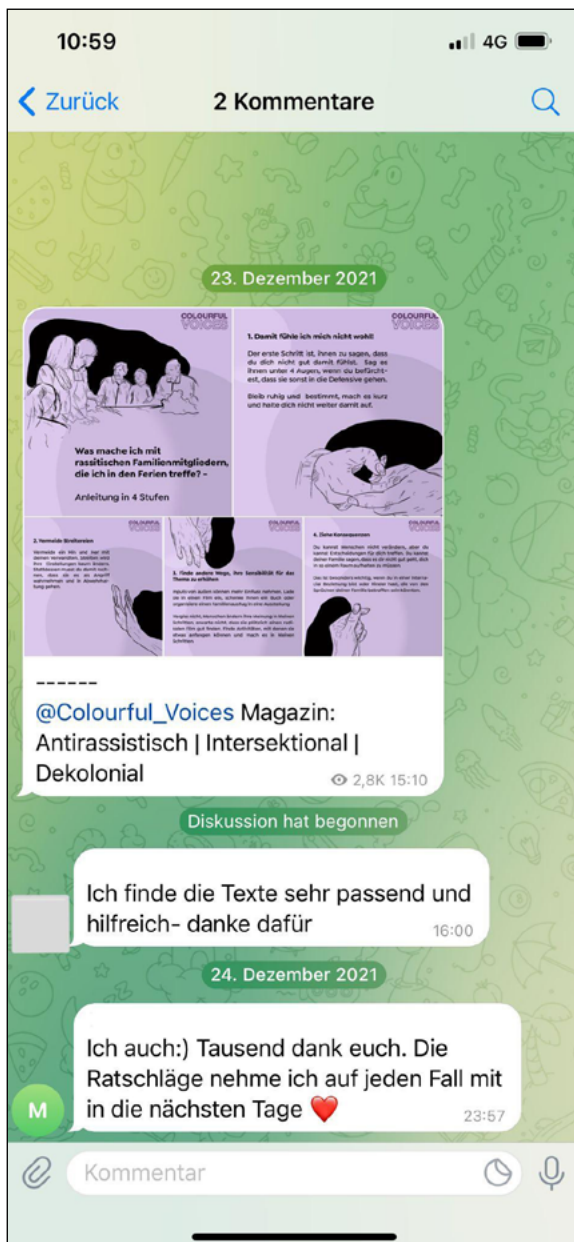


anderen Kanälen zeigt sich hier eine hohe Interaktivität. Auffällig ist, dass die erwähnte durchschnittliche Viewzahl von 1.366 höher ist als die Zahl der Abonnent*innen. Daraus kann geschlossen werden, dass Beiträge von Abonnent*innen mehrmals angeschaut werden, dass Personen den Kanal besuchen, obwohl sie ihn nicht abonniert haben, und/oder dass die Abonnent*innenzahl schwankt.

Inhaltlich konzentriert sich der Kanal vor allem auf Bildungspolitisches. Dieser Bereich macht mit 15 Posts fast die Hälfte der geteilten Inhalte aus. Strategisch arbeitet der Kanal vor allem mit Verknüpfungen zu auf Instagram geteilten Share Pics. Diese werden meist mit einer dazugehörigen Beschreibung gepostet und vermittelt in einfacher Sprache politische Bildungsinhalte. Oft wird dabei über ebendiese Inhalte zu einer Aktion hingeführt – oder andersherum.

Dieses Vorgehen ermöglicht einen niedrighschwelligem Zugang für alle Abonnent*innen, auch für solche, die mit bestimmten Sachverhalten noch nicht vertraut sind. Zusätzlich wird die Kohärenz des Kanals stark erhöht, da Veranstaltungshinweise und Calls to Action direkt mit einer Aufarbeitung der dazugehörigen Information ergänzt werden. Das Mobilisierungspotenzial kann somit als recht hoch eingeschätzt werden, da mit verschiedensten Instrumenten daran gearbeitet wird, den Zugang zu den diskutierten Themen und Aktionen für alle zu gewährleisten.

Durch den hybriden Charakter des Kanals, der Instagram-Beiträge und Telegram verbindet, wird die Rolle des Dark Social als Halböffentlichkeit verstärkt. Das wird besonders durch den Faktor der *dark participation* klar. Abonnent*innen nutzen im Untersuchungszeitraum die Kommentarfunktion zum Äußern von Lob,



Kritik, für Hinweise auf Veranstaltungen und Petitionen und Fragen zu weiterführenden Informationen, zur Korrektur geteilter Inhalte und zur Frage nach der Gestaltung barrierefreier Inhalte.²³ Auch die Betreiber*innen des Kanals nutzen die Kommentarfunktion teils, um weiterführende Informationen zu Inhalten zu teilen oder auch um Abonnent*innen zu antworten und zu helfen.

Zusammenfassend ist @colourful_voices ein Beispiel für einen professionalisierten Kanal, der Interaktionen mit Abonnent*innen ermöglicht und fördert. Dadurch werden neue Möglichkeiten der Mobilisierung geschaffen und wird das gemeinsame Gruppengefüge gestärkt. Außerdem entstehen Handlungsspielräume, die in Kanälen ohne Kommentarfunktion nicht gegeben sind und es beispielsweise ermöglichen, auf die Bedürfnisse marginalisierter Gruppen hinzuweisen und neue Handlungsstrategien auszuhandeln.

6.2.2 @migrantifaNRW

Zu einem der eher kleinen Telegram-Kanäle gehört mit 263 Abonnent*innen der Kanal @migrantifaNRW. Innerhalb der Kanalbeschreibung werden die Schwerpunkte auf «Antifaschismus, Antikolonialismus, Antikapitalismus & Feminismus» gelegt. Regional verortet sich der Kanal, wie dem Namen zu entnehmen ist, in Nordrhein-Westfalen. Die durchschnittliche Viewzahl pro Post lag bei 574. Visuell wird mit Videos, Bildern, Links und Gifs gearbeitet, wobei Bilder und Links hier mit Abstand die größte Gruppe ausmachen.

Innerhalb der ausgewählten Untersuchungsgruppe ist dieser Kanal einer der wenigen, die sprachliche Vielfalt abbilden. Unter anderem sind Griechisch, Albanisch, Russisch und Deutsch vertreten. Inhaltlich wird der Kanal zwar von Veranstaltungshinweisen dominiert, es finden sich jedoch auch bildungspolitische Postings, Petitionen und Nachrichten. Wie @fem_kalender (siehe 6.2.10) postet auch dieser Kanal Inhalte von @colourful_voices. Das hier vorhandene Netzwerk ist vor allem mit Blick auf die sehr ähnlichen thematischen Ausrichtungen der drei Kanäle sehr interessant. Beim Reposten der Inhalte wird der jeweilige Ursprungskanal verlinkt.

6.2.3 @antiraklima

Ein weiteres positives Beispiel aus der zweiten Mobilisierungskategorie ist der Kanal @antiraklima mit 1.608 Abonnent*innen. Obwohl im Untersuchungszeitraum mit insgesamt elf Posts, die durchschnittlich 3.155 Views erzielten, vergleichsweise wenige Mitteilungen geteilt wurden, ist uns der Kanal durch seine inhaltliche Gestaltung und seine differenzierte Betrachtungsweise aufgefallen. Laut Kanalbeschreibung sind die Administratorinnen Lucia (Sie/Ihr) und Line (Sie/Ihr) «beide hauptsächlich bei Fridays for Future aktiv», sie stellen sich dort als «weiß, cis, able-bodied» vor und betonen, dass sie für Kritik und Vorschläge offen seien. Die Posts sind auf Deutsch und Englisch verfasst, unter anderem beschäftigen sie sich kritisch mit Themen wie dem

Überbevölkerungsmythos oder weisen auf Kampagnen, Spendenaufrufe und Kundgebungen hin.

Im Zusammenhang mit einem Post über den rechts-extremen Terroranschlag in Hanau 2020 erklären sie die Entstehung des Kanals und informieren über interne Dynamiken bei FFF Deutschland – die im Übrigen auch dazu geführt haben, dass wir deren Telegram-Kanal nicht mit in unsere Untersuchungsgruppe aufgenommen haben:

«Die Debatte innerhalb von Fridays for Future nach dem Attentat und die späte Solidarisierung ist mitunter für diesen Channel hier verantwortlich. Bis heute herrscht eine tief emotionalisierte Debatte innerhalb der Bewegung, geprägt von *white fragility* oder *white saviorism*.»

Im weiteren Verlauf wenden sich die Administratorinnen explizit an die weißen Nutzer*innen des Kanals, indem sie aufzeigen, dass ein «halbherziger» Umgang mit Rassismus für Betroffene durchaus belastend und zudem respektlos ist und wie sie sich stattdessen ernsthaft mit der Thematik auseinandersetzen können:

«Deswegen hier ein eindringlicher Appell an alle weißen, die hier mitlesen: Setzt euch mit der Realität auseinander und macht nicht nur leere Posts auf social media, die kurzfristig dann von Betroffenen abgesegnet werden müssen. Setzt euch hin, macht die Arbeit, recherchiert, wann bei euch Demos sind. Die antirassistischen Gruppen in eurer Nähe arbeiten vermutlich schon seit Monaten an Programmen zum Jahrestag, um die deutsche Mehrheitsgesellschaft nicht vergessen zu lassen, welche Gefahr wir täglich relativieren.»

Außerdem teilen sie zusätzliche Links zu Artikeln, Dokumentationen und Podcasts zu dem Attentat sowie einen Instagram-Post «über die richtige Aussprache aller Namen der Ermordeten» und nutzen somit auch andere Plattformen für die Mobilisierung mittels Informationen.

Bei einer Mitteilung zur Evakuierung von Aktivist*innen aus Afghanistan rufen die Betreiberinnen zudem zu verschiedenen Calls to Action auf (z. B. «Setzt die verantwortlichen Politiker*innen unter Druck und sendet so viele Mails wie möglich!», «Postet das Video und die Share Pics in eurer bevorzugten Sprache», «Benutzt den Hashtag #EmailsForEvacuation»). Hierbei sprechen sie die Nutzer*innen direkt an und empfehlen diverse Möglichkeiten, wie sie sich in der Situation engagieren können. In zwei weiteren Posts wird eine Gruppe für Betroffene von Rassismuserfahrungen vorgestellt, die sich einmal im Monat trifft, um «sich zu vernetzen, gemeinsam kritisch zu diskutieren und sich zu empower». Auf diese Weise wird der Telegram-Kanal genutzt, um die Abonnent*innen auch außerhalb dieses digitalen Raums zu mobilisieren und miteinander zu verbinden.

²³ Beispielsweise verwies ein*e Nutzer*in darauf, dass Share Pics mit einer Bildbeschreibung gepostet werden sollten, damit Personen mit Sehbehinderung sie sich digital vorlesen lassen können.

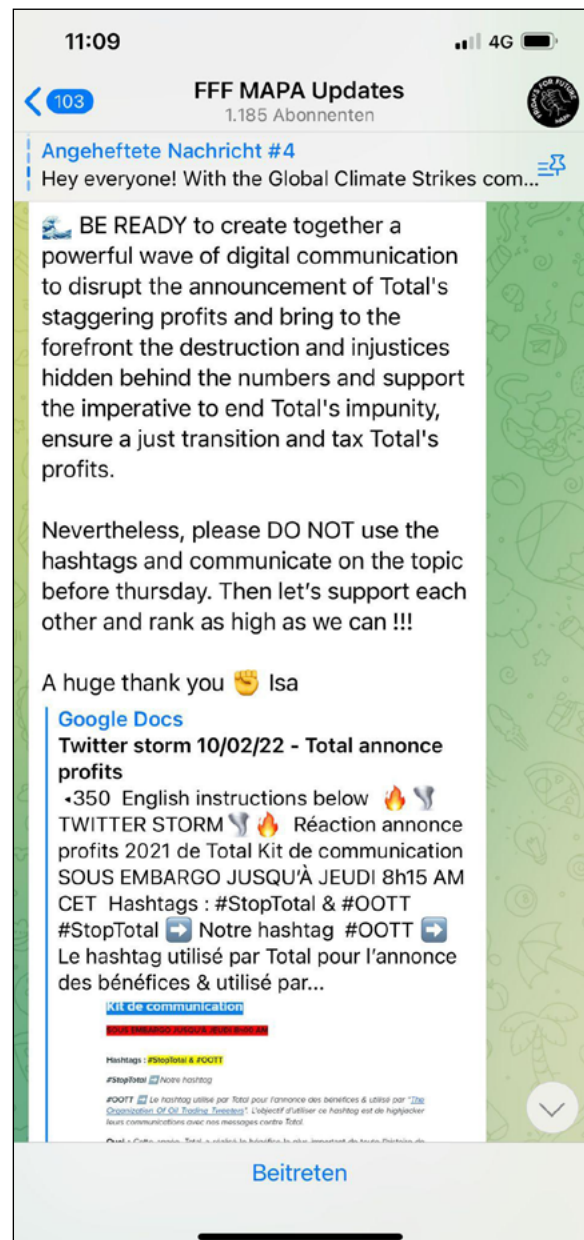
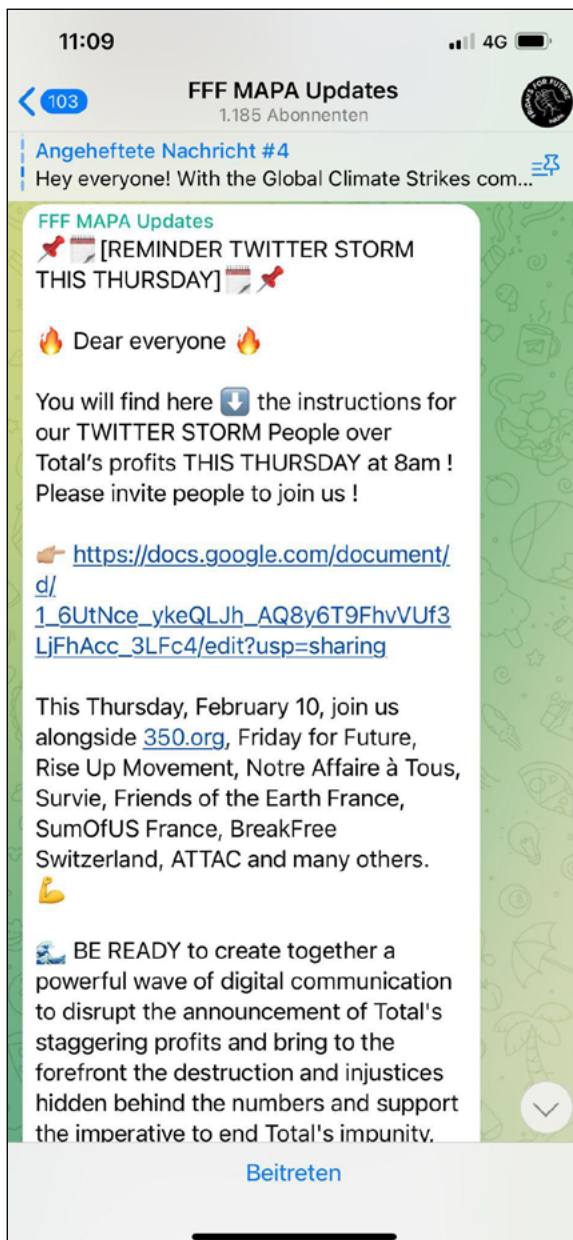
6.2.4 @ffmmapa

@ffmmapa steht für «Fridays for Future Most Affected Peoples and Areas». Er hat zum Zeitpunkt unserer Datenerhebung 1.160 Abonnent*innen, wobei die Viewzahlen im Durchschnitt bei 1.050 liegen. Anders als einige der anderen untersuchten Kanäle konzentriert er sich nicht auf eine festgelegte Region. Die genutzten Sprachen sind Englisch und Spanisch, was den Inhalt für sehr viele Menschen zugänglich macht.

Abonent*innen können die einzelnen Posts zwar nicht kommentieren oder auf sie reagieren, allerdings sind insgesamt vier Nachrichten innerhalb des Kanals angepinnt, die auf Möglichkeiten der Kontaktaufnahme verweisen und die Nicknamen der Kanal-Initiator*innen nennen. Dieses Vorgehen zeigt, dass in einigen Fällen mit der eigentlich dem Schutz dienenden Anonymität gebrochen wird, um neue Handlungs-

spielräume zu eröffnen. Durch Verknüpfungen mit Twitter, Instagram und Facebook ist dieser Telegram-Kanal ohnehin mit Medien verknüpft, die sich nicht im Dark Social bewegen.

Inhaltlich geht es in allen Beiträgen in diesem Kanal um Klimaschutz, wobei aber auch soziale Gerechtigkeit, Antirassismus und postkolonialer Aktivismus eine zentrale Rolle spielen. Die meisten der Posts lassen sich in die Kategorie der News einordnen und sind, wie in anderen Newskanälen, mit Links zu den Webseiten etablierter Medien verknüpft. Von Kanälen der Mobilisierungskategorie 1 unterscheidet sich @ffmmapa darin, dass immer wieder zu Aktionen aufgerufen wird. Da der Kanal international mobilisieren möchte, geht es hierbei meist um Onlineaktivismus. Ein Beispiel hierfür ist ein «Twitter Storm», der im Untersuchungszeitraum initiiert wurde, um den Bau ei-



ner Mine in Schweden zu verhindern. An mehreren Tagen wurden Leitfäden für die Teilnahme, Erinnerungen an die genaue Uhrzeit und Informationen zu der Aktion gepostet. Am Tag der Aktion folgte eine weitere Erinnerung samt Leitfaden und Erklärung zum Hintergrund der Aktion.

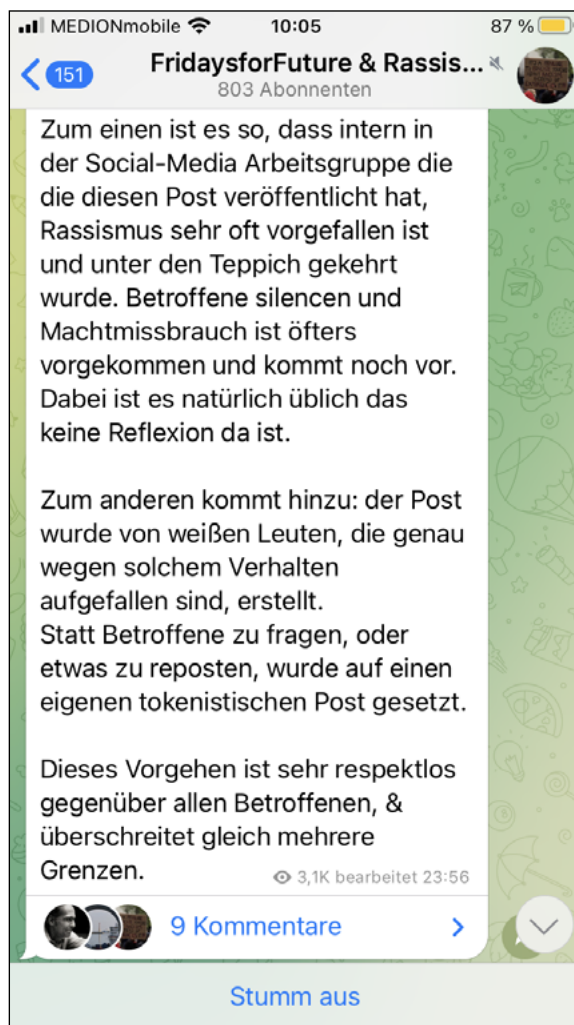
Was diese Aktion so besonders macht, ist, dass eine klare Strategie erkennbar ist. Zum einen wird mit einfacher Sprache gearbeitet, um möglichst viele Abonnent*innen zu erreichen. Zum anderen werden auffällige Überschriften und Emojis genutzt, um die Aufmerksamkeit auf einen Post zu richten. Mit zahlreichen Erinnerungen, wiederkehrenden Erklärungen und Leitfäden soll den Abonnent*innen die Partizipation an politischen Aktionen nicht nur besonders einfach gemacht werden, sie werden auch gezielt adressiert.

6.2.5 @FffDe_RassismusTagebuch

Der Kanal @FffDe_RassismusTagebuch wurde von @antiraklima in einem Post verlinkt und empfohlen. Beide Kanäle scheinen aus sehr ähnlichem Grund entstanden zu sein. So schreiben die Administrator*innen über die zu erwartenden Inhalte:

«Hier erzählen Aktivist*innen aus Fff De über ihre Rassismus-Erfahrungen intern, Kritik an aktuellen & vergangenen Ereignissen & hoffen dadurch endlich mehr beachtet & respektiert zu werden. Literatur-Empfehlungen & Infotexte gibt es auch ab & zu.»

Die 680 Abonnent*innen des Kanals finden in den 34 untersuchten Posts mit durchschnittlich 1.004 Views zum Beispiel einen Link zu kostenlosen Aktionspaketen gegen Rassismus von Amnesty Deutschland, eine Bildersammlung zu dem in einer Polizeizelle verbrannten Asylbewerber Oury Jalloh, ein Dokument zur Thematik «White Privilege», eine Empfehlung für die Jugendgruppe YOUNG BIPOC, eine Bilderserie zum Terroranschlag in Hanau, eine Umfrage («Have you met white people who explain racism to BI_PoC?») und je einen Thread auf Twitter und Instagram sowie mehrere Posts zu den Rassismusproblemen bei Fridays for Future in Deutschland. In einem Beitrag, der, wie wir festgestellt haben, auch in mehrere andere Kanäle weitergeleitet wurde, heißt es, FFF Deutschland habe einen Beitrag zum Black History Month geteilt, obwohl mehrere Betroffene den Post in seiner Form ablehnten. @FffDe_RassismusTagebuch ist somit ein positives Beispiel für einen Telegram-Kanal, der mit ande-



ren Kanälen vernetzt ist, ein klares Ziel hat, glaubhaft mit seinen Nutzer*innen interagiert und kohärent auf strukturellen Rassismus innerhalb der weißen Dominanzgesellschaft aufmerksam macht.

6.2.6 @LeaveNoOneBehindInfo

Die 19.073 Abonnent*innen des Kanals @LeaveNoOneBehindInfo finden dort auf Deutsch und teils auch auf Englisch «regelmäßige Updates zu den EU-Außengrenzen und weiteren Aktionen», wobei die zehn analysierten Posts mit durchschnittlich 18.430 Views große Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Während unseres Untersuchungszeitraums teilten die Administrator*innen unter anderem eine Jobausschreibung für Stiftungsfonds der zivilen Seenotrettung und gaben Einblicke in deren tägliche Aufgaben auf Lesbos. In einem Übersichtspost mit Bildern von vorherigen Aktionen rufen sie zu weiteren politischen Handlungen auf. Weiterhin umfassen die Nachrichten ein Bild mit den Namen der Opfer des Anschlags von Hanau, viele Verlinkungen zu zusätzlichen Informationen, eine Liste mit verbundenen Kundgebungen sowie eine Plattform, die Nutzer*innen die Möglichkeit bietet, vom Krieg betroffenen Ukrainer*innen zu helfen, zu spenden und

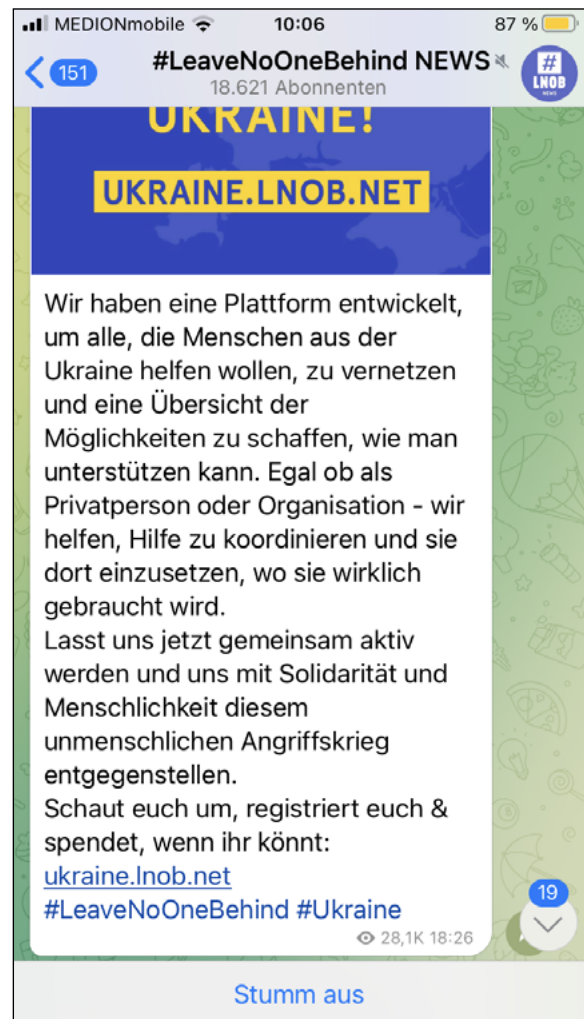
sich dabei zu vernetzen. Wie auch bei anderen Kanälen zu beobachten ist, gehen Aufrufe zu Protesten oft mit einem aufklärenden, bildungspolitischen Exkurs zu der Thematik einher, der meist in leicht verständlicher Sprache verfasst ist. Auffällig bei @LeaveNoOneBehindInfo ist aber, dass die Sprache bei der Beschreibung der Hintergründe teils akademisch geprägt ist:

«Ein Weiter-So dieses Systems der Abschottung, das inhärent rassistisch ist und koloniale und kapitalistische Machtstrukturen stärkt, können wir nicht länger akzeptieren.»

Bei den Appellen desselben Posts wird allerdings wieder mit kurzen Sätzen und einfacher Sprache gearbeitet:

«Lasst uns gemeinsam deutlich machen: Kein Mensch ist illegal! Bewegungsfreiheit für alle Menschen! Wir sehen uns auf der Straße!»

Abschließend ist festzuhalten, dass @LeaveNoOneBehindInfo, was die Abonnent*innenzahl betrifft, den größten Kanal unserer Untersuchungsgruppe darstellt und somit ein hohes Mobilisierungspotenzial aufweist. Teils ist das sicherlich durch die Bekanntheit der Bewegung zu erklären. Hervorzuheben ist außerdem die Professionalität des Kanals, wenn es um das Belegen von Aussagen sowie um das Engagement bei Veran-



staltungen oder gegen Ungerechtigkeiten geht – die oben beschriebene Plattform zur Unterstützung der Betroffenen in der Ukraine wurde bereits drei Tage nach dem Angriff Russlands eingerichtet.

6.2.7 @EndeGelaende

Der Kanal @EndeGelaende gehört mit 6.366 Abonnent*innen zu den mittelgroßen Kanälen unserer Untersuchungsgruppe. Die insgesamt 48 analysierten Nachrichten weisen durchschnittlich 6.850 Views auf und sind sowohl inhaltlich als auch hinsichtlich der genutzten Formate und Medien breit aufgestellt. Dementsprechend werden diverse Thematiken angesprochen und unterschiedliche Nachrichten geteilt: unter anderem Informationen zur aktuellen Klimalage, Kritik am Rassismus innerhalb polizeilicher Strukturen («Wie funktioniert Polizei und warum ist sie nicht reformierbar»), Posts zum Gedenken an den Anschlag in Hanau, Verlinkungen zum Kanal @OsterholzBleibt, der sich gegen die Abholzung des gleichnamigen Waldes richtet, Telegram-Namen von Personen, die an der EU-Außengrenze in Serbien und Bosnien arbeiten, Erläuterungen zu einer von diesen Personen frequentierten Podiumsdiskussion, ein Update zum Erfolg einer Besetzung, zu der sie aufgerufen hatten, News über die Blockade des Willy-Brandt-Hauses im Zusammenhang mit der Lage in Belarus sowie über die Proteste von Braunkohlegegner*innen in Lützerath inklusive Festnahmen bei deren Aktionen, Neuigkeiten über das Flüssiggasterminal in Brunsbüttel, Links zur «(Selbst-) Inszenierung der deutschen Dominanzgesellschaft», Forderungen eines Stopps von Nord Stream 2 und ein Post über den russischen Angriffskrieg gegen die Ukraine. Dazu werden Bilder und Videos von Demonstrationen, Gifs und Links zu Vlogs gepostet.

Im Vergleich zu anderen Kanälen fällt bei @EndeGelaende nicht nur die große Fragmentierung, sondern auch die vorsichtige Formulierung bei Handlungsaufforderungen auf:

«Das heißt, es wär echt gut, wenn diesen Freitag, 17.12, ab 4/5 Uhr morgens Menschen in Garnholt vor Ort sind.»

«Wer kann, bitte hin da & vor Ort den Wald verteidigen und die Menschen supporten!»

Diese Beiträge könnten bestimmter formuliert sein, um mehr Emotionen hervorzurufen und somit mehr Menschen zu überzeugen, sich zu engagieren. Im Rahmen der Mobilisierungsstufe 3 werden wir Beispiele zeigen, wie andere Kanäle ihre Nutzer*innen mit klaren und motivierenden Aufforderungen mobilisieren.

6.2.8 @dielinke

Dem Kanal der Partei DIE LINKE folgen in unserem Erhebungszeitraum 9.426 Personen, dabei haben die 15 untersuchten Nachrichten mit durchschnittlich 18.227 fast doppelt so viele Views, wie der gesamte Kanal Abonnent*innen hat. Inhaltlich befasst sich der Kanal mit den eigenen politischen Schwerpunkten wie sozialer Gerechtigkeit oder Antirassismus, aber auch – meist kritisch – mit anderen Parteien sowie deren Program-

men. Die Administrator*innen teilten mehrere Informationsposts mit Links zum Bundespräsidentenkandidaten der LINKEN 2022, Prof. Dr. Gerhard Trabert, und riefen nach dem öffentlich ausgesprochenen Vorbehalt der Union gegenüber einer antifaschistischen Organisation zu einem Call to Action auf («Wenn ihr eure Solidarität mit der VVN-BdA zum Ausdruck bringen wollt, teilt gerne unser Sharepic»). Ferner sind auf dem Kanal diverse Veranstaltungshinweise und Handlungsaufforderungen wie ein Stream zum politischen Jahresauftakt der LINKEN, ein Link zu interaktiven Online-Workshops, ein Hinweis zur Aktion unter dem Hashtag #saytheirnames zum zweiten Jahrestag des Hanauer Anschlags sowie Aufrufe zu Kundgebungen für Frieden, Waffenstillstand und Abrüstung zu finden. Zusätzlich wurde ein Video zu einer Mahnwache für diejenigen, die nicht teilnehmen konnten, zur Verfügung gestellt.

Bei Betrachtung der Kommunikationsstrategie des Kanals wird deutlich, dass die Verantwortlichen Nähe zu ihren Abonnent*innen herstellen wollen. Alle analysierten Posts beginnen mit einer persönlichen Ansprache («Liebe Genoss*innen, liebe Freund*innen») und werden auch entsprechend abgeschlossen («Es grüßt euch, Eure LINKE»). Außerdem finden die Betreiber*innen klare Worte zum Ukraine-Konflikt («Dieser völkerrechtswidrige Angriffskrieg ist durch nichts zu rechtfertigen») sowie «Wir verurteilen den Angriff auf die Ukraine aufs Schärfste») und zeigen zugleich mehrere Möglichkeiten auf, sich zu engagieren:

«Werde aktiv in den sozialen Medien oder verteile Flyer. Informationen, Positionen und Materialien für Social Media, Kopier- und Druckvorlagen findest Du auf unserer Seite gegen den Krieg Russlands in der Ukraine.»

Hier wird die Verbindung zwischen klassischer, analog stattfindender Parteilarbeit und den sozialen Medien deutlich.

6.2.9 @Anmeme

@Anmeme ist einer der kleineren Kanäle aus dem englischsprachigen Raum mit 353 Abonnent*innen, wobei mit insgesamt 76 Posts in unserem Untersuchungszeitraum vergleichsweise viel gepostet wurde. Die Nachrichten erreichen durchschnittlich 334 Views und könnten laut Kanalbeschreibung verschiedene Warnungen vor Inhalten zu psychischer Gesundheit, Drogenkonsum und Gewalt enthalten («May contain various content warnings related to mental health, drug use, and violence»). Inhaltlich befasst sich @Anmeme vor allem bildungspolitisch mit queeren Themen, Kapitalismuskritik sowie mit sensiblen Gebieten wie Suiziden transidenter Personen und Depression. Auffällig ist, dass es keine Veranstaltungshinweise auf Proteste oder Demonstrationen gibt. Dafür wird viel mit Bildern, Memes, Links zu Videos, Calls to Action und News gearbeitet. Der Handlungsauftrag «Do your part. Send phony applications to Kelloggs to ensure the strike isn't broken!» war nach Angaben der Betreiber*innen erfolgreich, was zeigt, dass die Mobilisierung über Platt-

Mainstream TV news has largely failed to cover bills targeting trans youth in 2022

While Florida's "Don't Say Gay" bill, which would ban discussions of sexual orientation and gender identity in schools, has rightly [received coverage](#) from news networks, bills targeting the LGBTQ+ community by limiting opportunities for trans youth have not.

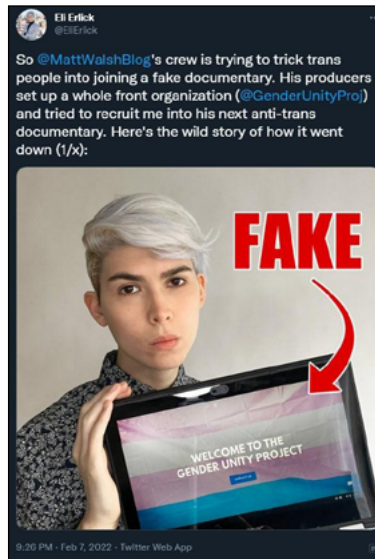
Between January 1 and February 3, the only show on the six mainstream (non-Fox) national TV networks – CNN, MSNBC, ABC, CBS, NBC, and PBS – that aired even a single segment devoted to the proposed trans youth sports bans or bans on gender-affirming care for minors was MSNBC's *Hallie Jackson Reports*. (Other shows briefly mentioned legislation in the context of other topics) Jackson's show aired three segments on the legislation, all of which emphasized that South Dakota's bill was one among many being proposed.

formen wie Telegram eine zusätzliche Unterstützung von Streiks darstellen kann.

6.2.10 @fem_kalender

Der Telegram-Kanal @fem_kalender fungiert in erster Linie als Veranstaltungsticker. Örtlich begrenzt er sich laut Kanalbeschreibung auf die Region in und um Bonn, teils wird aber auch auf politische Aktionen an anderen Orten Deutschlands hingewiesen. Dem Kanal folgen 1.145 Abonnent*innen, und die durchschnittliche Viewzahl pro Post liegt bei 1.482. In unserem Untersuchungszeitraum wurden 84 Beiträge gepostet, von denen sich 56 explizit auf Veranstaltungen beziehen. Daneben lassen sich hier auch Beiträge zur Bildungsarbeit, Memes und Hinweise auf Kunst- und Kulturangebote finden. In erster Linie wird mit Bildern und weiterführenden Links gearbeitet, aber es finden sich auch Videos und Gifs. Der Kanal ermöglicht es Abonnent*innen nicht, auf Inhalte zu reagieren und/oder diese zu kommentieren.

Ein inhaltlicher Schwerpunkt lässt sich in diesem Kanal eher schwer bestimmen, da er sowohl Feminismus, Antifaschismus, Antirassismus als auch queere Bewegungen thematisiert. Im Vergleich zu Kanälen wie @colourful_voices ist @fem_kalender weniger professionalisiert und weniger kohärent. Inhalte scheinen nicht von den Initiator*innen erstellt, sondern lediglich über den Kanal weitergeleitet zu werden. Es gibt zwar Beschreibungstexte zu den verschiedenen Veranstaltungen, sie sind jedoch eher kurz gehalten und setzen teils Vorwissen beispielsweise zu den Ursachen von Protesten voraus. Dafür sind einige Ankündigungstexte in englischer Sprache verfasst, was den Zugang für eine weitere Gruppe von Adressat*innen eröffnet.²⁴ Außerdem arbeitet dieser Kanal mit Memes, um auf



politische Inhalte aufmerksam zu machen.

Interessant ist, dass innerhalb von @fem_kalender auf den Kanal @colourful_voices verwiesen wird. Daraus folgt, dass diese beiden Kanäle im Austausch stehen und miteinander vernetzt sind. Anders als bei der bloßen Thematisierung von Te-

telegram-Kanälen in etablierten Medien entstehen hier Strukturen zwischen Räumen im Dark Social, die wertvoll für die Mobilisierung von Abonnent*innen sein können, indem mehr Adressat*innen erreicht werden.

6.2.11 @infokanalmobiwende

Mit 2.952 Abonnent*innen gehört @infokanalmobiwende zu den mittelgroßen Kanälen aus dem deutschen linkspolitischen Spektrum. Nach eigener Angabe betrachtet er «die Mobilitätswende aus intersektionaler Sicht». Die 19 untersuchten Posts sind größtenteils auf Deutsch, teils auch in englischer Sprache verfasst und weisen durchschnittlich 2.474 Views auf. Es gibt Überschneidungen mit Mobilisierungsstufe 3 insofern, als der Kanal hauptsächlich der Realisierung der Mobilitätswende dient und daher zu unterschiedlichen Protesten, Demonstrationen, Autobahnabseilaktionen sowie Online-Veranstaltungen aufruft. Darüber hinaus finden die Nutzer*innen vie-

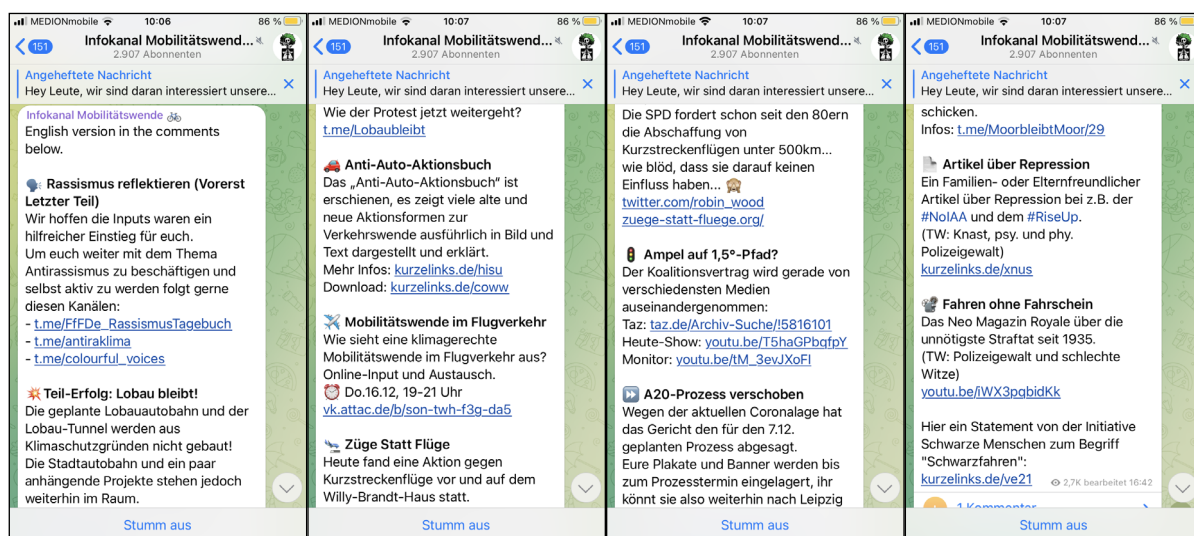
²⁴ Wenn Hinweise ausschließlich auf Englisch verfasst werden, kann dies allerdings auch zum Ausschluss von Personen führen.

le zusätzliche Informationen, zum Beispiel in Übersichtsposts, die sich über alle Kategorien verteilen und somit auch Kanal-Verlinkungen, bildungspolitische Inhalte sowie News einschließen. Diese Posts werden meist mit Emojis strukturiert. Außerdem werden die Nutzer*innen darin bestärkt, sich an Calls to Action zu beteiligen. So geben die Betreiber*innen unter anderem an, dass bei einem Prozess zur Kriminalisierung von Geflüchteten an den europäischen Außengrenzen geholfen werden kann, indem die Abonnent*innen:

- «Darauf aufmerksam machen!»;
- «Mit deiner Gruppe oder als Individuum die Petition unterschreiben»;
- «[Sich] an den Repressionskosten beteiligen»;
- «Kreativ aktiv werden».

Solche Aufrufe sind leicht umsetzbar und können als Brücke zu einer tiefergehenden politischen Partizipation und zu mehr Engagement dienen. Das zeigt, dass Kanäle in Mobilisierungsstufe 2 für eine breite Masse an politisch Interessierten wertvoll sein können.²⁵

reibungslosen Ablauf bei Räumungsalarmen aufklären soll. Hierbei wird auf die drei Punkte «Sicherheit und Gesundheit» (1), «Achtet auf euch» (2) sowie «Repression» (3) aufmerksam gemacht. Die Betreiber*innen raten: «[B]leibt auf dem Boden, wenn ihr wenig Klettererfahrung oder mangelhafte Ausrüstung habt. Ground Support ist auch super wichtig!», und sie weisen darauf hin, dass Räumungen sowohl physisch als auch psychisch belastend sein können. Die Teilnehmenden sollen daher nicht alleine zu solchen Aktionen gehen, sondern sich eine Bezugsgruppe suchen, die durch gegenseitiges Vertrauen, Solidarität, Besonnenheit und Achtsamkeit gekennzeichnet ist. Zudem geben sie an: «Das Camp [...] ist ein legaler Safespace, in den ihr euch zurückziehen könnt.» Im Falle einer Festnahme solle der zuständige Ermittlungsausschuss kontaktiert werden, wobei noch darauf hingewiesen wird, dass keine Klarnamen angegeben werden sollen. Nachrichten dieser Art tragen zu einem gesteigerten Vertrauens- und Sicherheitsgefühl bei den Nutzer*innen bei und sind daher als empfehlenswert einzustufen.



6.3 MOBILISIERUNGSSTUFE 3

6.3.1 @TICKERA20

Der «Infokanal zum Camp in der Nähe der Garnholter Büsche von Moor bleibt Moor», wie sich @TICKERA20 selbst beschreibt, ist mit 223 Abonnent*innen der kleinste Kanal in unserer Untersuchungsgruppe. Die analysierten 14 Posts weisen mit durchschnittlich 251 Views eine höhere View- als Nutzer*innenzahl auf. Die Mitteilungen beinhalten Aufrufe zu Protesten, Besetzungen, Demonstrationen oder Klimacamps sowie entsprechende Übersichten zu Räumungstickern, Links zu koordinierenden Telegram-Gruppen für einen zusätzlichen Infoticker, Fahrgemeinschaften oder weitere Informationen und Bilder von vorherigen Veranstaltungen, inklusive Polizeiaufgebot. Besonders interessant erschien uns ein Post zur «Räumungs-Awareness», der die Teilnehmenden vorab über Maßnahmen für einen

6.3.2 @antifanordost

@Antifanordost ist ein lokaler Kanal aus Berlin mit 239 Abonnent*innen. In der Kanalbeschreibung sind Verlinkungen zu den anderen Profilen der Gruppe auf sozialen Medien wie Instagram, Twitter, YouTube oder Mixcloud sowie zur kanaleigenen Website zu finden. Im Untersuchungszeitraum wurden 17 Posts mit durchschnittlich 3.676 Views geteilt, die vor allem Veranstaltungshinweise und -aufrufe enthalten. Oft beinhalten sie auch Links zu Twitter und zur Website antifanordost.org für Updates, Lageeinschätzungen bei Protesten, Demorouten sowie Informationen zur generellen Organisation und Koordination. Des Weiteren sind

²⁵ Nachdem die für @infokanalmobiwende verantwortliche Person in einem Post mitgeteilt hat, nicht mehr genug Kapazitäten für das bisherige Engagement zu haben, wird auf dem Kanal hauptsächlich mit weitergeleiteten Nachrichten gearbeitet.

Spendenaufrufe und Zusammenstellungen von Solidaritätsfonds für die Ukraine wie auch ein Übersichtspost zu verschiedenen Aktionen auf Deutsch, Englisch, Türkisch und Farsi zu finden. Auffällig bei diesem Kanal ist die Kommunikationsstrategie, die motivierende Aufforderungen und emotionale Aufrufe einschließt wie:

- «Schaut nicht weg! Greift ein!»
- «Lasst uns diese Verhöhnung von Rosa und Karl nicht hinnehmen!»
- «Wir können den Faschos nicht den Raum überlassen.»
- «Mehr Deckungsmasse bedeutet mehr Handlungsspielraum.»
- «Putin hat mit der russischen Armee die Ukraine angegriffen. Humanitäre, antifaschistische, emanzipatorische Aktivist*innen brauchen unsere Hilfe.»

Diese Aufrufe sprechen die Nutzer*innen direkt an und implizieren Nähe sowie ein kollektives Handeln. Das daraus entstehende Zugehörigkeitsgefühl kann zusätzliche Emotionen auslösen und inspirierend wirken. Mobilisierung wird daher stark gefördert; somit können sich diese Kommunikationsstrategien positiv auf politische Partizipation auswirken.

6.3.3 @demotickerberlin

In diesem Kanal der Mobilisierungsstufe 3 werden Demonstrationen und Proteste koordiniert. Daten, Orte und Treffpunkte von politischen Aktionen werden geteilt, wobei der Kanal lokal organisiert ist. Zu jedem Post erscheint die Uhrzeit des Versendens, und die meisten Posts bieten außerdem die Möglichkeit, über eine Verlinkung zu einer englischsprachigen Version des Kanals weitergeleitet zu werden. In @demotickerberlin wurden im Untersuchungszeitraum 1.389 Posts veröffentlicht, was die hohe Frequenz verdeutlicht. Hashtags und farbige Emojis werden als Instrumente genutzt, um verschiedene Demonstrationen voneinander abzugrenzen, was besonders bei parallel stattfindenden Aktionen wichtig ist.

Der Kanal ist mit Twitter verknüpft und sendet live Updates von den angekündigten Demonstrationen. Diese beinhalten sowohl organisatorische Aspekte als auch Warnungen vor Gegendemonstrant*innen oder der Polizei, schließlich auch persönliche Eindrücke und Emotionen gegenüber dem Erlebten. Anonymität und die Mechanismen von Dark Social sind ein für diese Art von Kanal nötiger Schutzfaktor.

7 FAZIT UND LEITFADEN

Wie unsere Analyse zeigt, gibt es eine Vielzahl an Strategien, um Abonnent*innen von Telegram-Kanälen zu mobilisieren. Mit unserem Leitfaden versuchen wir unsere Forschungsfrage nach dem Erfolg von Telegram-Kanälen zu beantworten. Da ein strategisches Vorgehen sehr themen- und zielgruppenabhängig ist, ist die Formulierung eines solchen konkreten Leitfadens jedoch schwierig. Im Folgenden haben wir daher die für uns präsentesten Punkte herausgearbeitet. Wir erheben hierbei keinen Anspruch auf Vollständigkeit und geben keine Erfolgsgarantie, sondern wollen lediglich ein flexibles Schema anbieten, das bei der Erstellung und/oder bei dem Betreiben eines Kanals als Orientierungshilfe dienen kann.

1. Name und Thema

Bereits hier stellen sich einige Fragen: Soll der Kanal über die Stichwortsuche gefunden werden? Wenn ja, welche Stichworte sollen auf ihn verweisen? Soll der Kanal mit anderen Social-Media-Accounts verknüpft werden und nach diesen benannt werden? All das muss geklärt werden, um den ersten Schritt zu einem eigenen Telegram-Kanal gehen zu können. Bei Bedarf kann der Name auch geändert werden, allerdings sollten in einem solchen Fall immer die Abonnent*innen informiert werden.

Beim Thema ist es wichtig, klar zu beschreiben, worum es geht und welche Schwerpunkte gesetzt werden. Außerdem können der Anspruch an die Abonnent*innen und das strategische Vorgehen kurz beschrieben werden. Auf diese Art und Weise wissen Nutzer*innen direkt, womit sie es zu tun haben.

2. Mobilisierung

Die erste Frage, die man sich nach dem Erstellen eines eigenen Telegram-Kanals stellen sollte, ist, wie und in welchem Maße man mobilisieren möchte. Die von uns vorgeschlagenen Mobilisierungskategorien können hier als erste Hilfestellung dienen. Welche Strategien und Instrumente die richtigen sind, richtet sich stark nach der Zielsetzung und dem Anspruch an den Kanal. Außerdem muss hier bedacht werden, ob der Kanal lokal, national oder international mobilisieren möchte. Das sollte die Grundlage für alle weiteren Entscheidungen sein.

3. Dynamiken entwickeln

Oft ist es hilfreich, wenn in Kanälen eine Art von Nähe oder Zusammengehörigkeitsgefühl suggeriert wird. Hier kann man zum einen mit Sprache arbeiten, indem man Abonnent*innen direkt anspricht oder Partizipationstools anbietet und in den Austausch geht. Zum anderen können auch Strategien wie das Teilen von Memes als Comic Relief angewandt werden.

4. Partizipation und Interaktion

Partizipationstools können sinnvoll sein, allerdings sollte reflektiert werden, ob und inwiefern sie sich für den jeweiligen Kanal eignen. Außerdem muss entschieden werden, welche Wege der Interaktion eröffnet werden sollen. Möglichkeiten sind hier das gezielte Einsetzen von Umfragen, das Freischalten der Kommentarfunktion für alle geposteten Inhalte oder das Verlinken des eigenen Nicknamens innerhalb des Kanals. Aus unserer Sicht ergibt das Freischalten der Kommentarfunktion lediglich für Telegram-Kanäle der Mobilisierungskategorie 2 Sinn, in den anderen beiden Fällen stört es dagegen den Nachrichtenfluss und kann zur Fragmentierung beitragen.

5. Regelmäßiges Posten

Regelmäßiges Posten ist wichtig, um Nutzer*innen stets neue Informationen zu bieten. Hierbei sollte aber, vor allem bei Telegram-Kanälen der Mobilisierungsstufen 1 und 2, eine zu hohe Frequenz vermieden werden, da Nutzer*innen sonst schnell zum Stummschalten der Kanäle neigen. Kanäle der Mobilisierungskategorie 3 sind davon weitgehend ausgenommen, weil sie live von Protesten berichten und dementsprechend anlassbezogen in einer hohen Frequenz posten müssen.

6. Aktualität

Egal ob der Kanal sich auf ein breites Spektrum an Inhalten oder auf ein Nischenthema konzentriert: Bei den meisten Themen ergibt es Sinn, sich an aktuellen Ereignissen, Entwicklungen, Diskussionen, Gedenktagen usw. zu orientieren. Abonnent*innen bleiben so immer auf dem neuesten Stand, und es wird eine chronologische Ordnung geschaffen, die helfen kann, die Entwicklung von Situationen nachzuvollziehen.

7. Authentizität und Glaubwürdigkeit

Wenn möglich, sollten Quellen immer überprüft werden, um der Verbreitung falscher Informationen vorzubeugen. Falls versehentlich Inhalte geteilt werden, die sich im Nachgang als nicht wahrheitsgemäß herausstellen, sollte das transparent gemacht werden, um eine positive Fehlerkultur zu fördern und die Glaubwürdigkeit des Kanals zu erhalten. Außerdem sollte mit Kritik konstruktiv umgegangen werden.

8. Roter Faden

Postings sollten in Themenblöcken erfolgen. Sinnvoll ist es, auf Veranstaltungen mit einem Infotext hinzuweisen und über die Hintergründe von politischen Aktionen zu informieren. Um Abonnent*innen die Suche nach bestimmten Themen und Informationen zu erleichtern, kann auch mit Hashtags gearbeitet werden. Über die Schlagwortsuche haben Nutzer*innen so die Möglichkeit, nach Themen und Aktionen zu filtern. Das bietet sich besonders bei Telegram-Kanälen mit einer

hohen Postingrate an, kann aber auch dazu dienen, ältere Beiträge nach einem bestimmten Schlagwort zu filtern.

9. Barrierefreiheit

Politische Inhalte sollten für so viele Menschen wie möglich zugänglich sein. Deswegen ist es wichtig, einfache Sprache zu nutzen und – wenn die vorhandenen Ressourcen es zulassen – mit mehreren Sprachen zu arbeiten. Beim Teilen von Share Pics ergibt es Sinn, den abgebildeten Text zusätzlich in die Bildbeschreibung zu kopieren, damit Personen mit Seheinschränkungen ihn sich digital vorlesen lassen können.

10. Vernetzung

Um möglichst viele Adressat*innen zu erreichen, ist die Vernetzung mit anderen Telegram-Kanälen sinnvoll. Hier können Infos ausgetauscht, geplante Inhalte gleichzeitig gepostet, oder es kann gemeinsam für Veranstaltungen mobilisiert werden. Wenn Inhalte von anderen Telegram-Kanälen gepostet werden, sollten diese immer verlinkt werden. Eine Vernetzung kann hier nicht nur zwischen verschiedenen Telegram-Kanälen erfolgen, sondern auch mit Social-Media-Profilen auf anderen Plattformen. So können mehr Menschen erreicht und Informationen gezielt weitergeleitet werden.

ANHANG

VON DER ANALYSE AUSGESCHLOSSENE LINKSAKTIVISTISCHE TELEGRAM-KANÄLE

Kanalname ²⁶	Follower*innen (Stand März 2022)
@antifademosberlin	6.061
@applebeas	3.315
@BLACK_LIVES_MATTER_SOCIETY	783
@BLMprotests	6.157
@CommonwealthOfToil	611
@EvacEUate	152
@ExWorkers	2.362
@FridaysForFutureDE	10.837
@GregorGysi	215
@InterventionistischeLinkeBerlin	1.408
@kiezteam_friedrichshain	221
@KlasseGegenKlasse	1.286
@k2InterventionistischeLinke	294
@leftvision	1.367
@magicantipatriarchy	1.342
@OskarLafontaine	1.007
@r_Contrapoints	81
@SolarPosadism	1.008
@solarpunk	3.321
@soygirls	2.060
@StefanieFuchs	22
@strikeforceworldwide	4.593
@sWagenknecht	10.346
@tageszeitung	906
@TiloJung	333
@WeltnetzTV	344

²⁶ Folgende Kanäle wurden aus diversen Gründen aus der Analyse ausgeschlossen: zum einen aufgrund einer zu geringen Abonnent*innen- und einer entweder zu geringen oder zu hohen Postanzahl, zum anderen aufgrund problematischer Inhalte und Aussagen, die wir nicht als Positivbeispiele in unserer Studie führen möchten.

LITERATURVERZEICHNIS

B

Bösch, Marcus/Köver, Chris: Schluss mit lustig? TikTok als Plattform für politische Kommunikation, hrsg. von der Rosa-Luxemburg-Stiftung, Studien 7/2021, Berlin 2021.

C

Chan, Julia (2021): Top Apps Worldwide for January 2021 by Downloads, unter: <https://sensortower.com/blog/top-apps-worldwide-january-2021-by-downloads>.

D

Durov, Pawel (2020): Durov's Channel, Telegram-Nachricht, 23.12.2020, unter: <https://t.me/durov/142>.

H

Hebel, Christina/Hoppenstedt, Max/Rosenbach, Marcel (2021): Der Telegram-Milliardär und sein dunkles Imperium, in: Der Spiegel 24/2021, unter: www.spiegel.de/netzwelt/apps/telegram-gruender-pawel-durov-der-telegram-milliardaer-und-sein-dunkles-imperium-a-0e3901ac-6b9b-47ac-b76b-4e26d5551596.

Herbers, Martin R. (2021): Dark Social-Kommunikation in der Öffentlichkeitstheorie. Kommunikationssoziologische Aspekte der Theoriebildung, in: Birgit Blättel-Mink (Hrsg.): Gesellschaft unter Spannung. Verhandlungen des 40. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie, S. 1–9.

Hui, Mary (2019): Real-time maps warn Hong Kong protesters of water cannons and riot police, Quartz, 4.9.2019, unter: <https://qz.com/1700205/real-time-maps-warn-hong-kong-protesters-of-police/>.

J

Jost, John T./Barberá, Pablo/Bonneau, Richard/Langer, Melanie/Metzger, Megan/Nagler, Jonathan/Sterling, Joanna/Tucker, Joshua A. (2018): How Social Media Facilitates Political Protest: Information, Motivation, and Social Networks, in: *Advances in Political Psychology* 1/2018, S. 85–118, unter: <https://doi.org/10.1111/pops.12478>.

L

Lewis, Clayton/Wharton, Cathleen (1997): Cognitive walkthroughs, in: Helander, Martin G./Landauer, Thomas K./Prabhu, Prasad V. (Hrsg.): *Handbook of Human-Computer Interactions*, 2. überarbeitete Auflage, Amsterdam.

Liedtke, Marius/Marwecki, Daniel: Von Influencer*innen lernen. Youtube & Co. als Spielfelder linker Politik und Bildungsarbeit, hrsg. von der Rosa-Luxemburg-Stiftung, Studien 7/2019, Berlin 2019.

Light, Ben/Burgess, Jean/Duguay, Stefanie (2016): The walkthrough method: An approach to the study of apps, in: *New Media & Society* 3/2016.

Locker, Theresa/Meineck, Sebastian (2019): «Wer hat Crystal?»: So funktioniert der Schwarzmarkt auf Telegram, in: *Vice*, 20.6.2019, unter: www.vice.com/de/article/wjvkpy/schwarzmarkt-auf-telegram-dealer-bieten-drogen-filme-geknackte-accounts.

M

Madrigal, Alexis C. (2012): Dark Social: We Have The Whole History of The Web Wrong, in: *The Atlantic*, 12.10.2012, unter: www.theatlantic.com/technology/archive/2012/10/dark-social-we-have-the-whole-history-of-the-web-wrong/263523/.

Maier, Tanja (2021): Visueller Aktivismus mit Instagram. Politische Kommunikation in sozialen Medien, hrsg. von der Rosa-Luxemburg-Stiftung, Studien 10/2021, Berlin.

Q

Quandt, Thorsten (2018): Dark Participation, in: *Media and Communication* 4/2018, S. 36–48.

R

RP Online (2022): Umstrittener Messenger-Dienst: Faeser distanziert sich von ihrer Abschalt-Drohung gegenüber Telegram, RP Online, 27.1.2022, unter: https://rp-online.de/politik/deutschland/telegram-debatte-nancy-faeser-distanziert-sich-von-abschalt-drohung_aid-65695887.

Rucht, Dieter (2012): Massen mobilisieren, in: *APuZ – Aus Politik und Zeitgeschichte*, 11.6.2012, unter: www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/138274/massen-mobilisieren/.

Ruijgrok, Kris (2017): From the web to the streets: Internet and protests under authoritarian regimes, in: *Democratization* 3/2017, S. 498–520, unter: <https://doi.org/10.1080/13510347.2016.1223630>.

S

Shparaga, Olga (2021): Die Revolution hat ein weibliches Gesicht. Der Fall Belarus, Berlin.

Signal (2022): Signal und die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), unter: <https://support.signal.org/hc/de/articles/360007059412-Signal-und-die-Datenschutz-Grundverordnung-DSGVO->.

Statista (2022a): Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users, unter: www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/.

Statista (2022b): Weißrussland: Gesamtbevölkerung von 1992 bis 2021 und Prognosen bis 2027, unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/326507/umfrage/gesamtbevoelkerung-von-weissrussland/>.

T

Telegram (2022): Fragen und Antworten, unter: <https://telegram.org/faq#f-wie-sicher-ist-telegram>.

TGStat (2022): NEXTA Live: Subscribers number growth, unter: https://by.tgstat.com/en/channel/@nexta_live/stat/subscribers

U

Urman, Aleksandra/Chun-ting Ho, Justin/Katz, Stefan (2020): «No Central Stage»: Telegram-based activity during the 2019 protests in Hong Kong, SocArXiv Papers, unter: <https://doi.org/10.31235/osf.io/ueds4>.

Urman, Aleksandra/Katz, Stefan (2020): What they do in the shadows: examining the far-right networks on Telegram, in: Information, Communication & Society 7/2020, S. 904–923.

V

von Gehlen, Dirk (2019): WhatsApp, Telegram & Co. «Dark Social» – Ich poste was, was du nicht siehst, in: Süddeutsche Zeitung, 16.1.2019, unter: www.sueddeutsche.de/digital/dark-social-media-gruppen-whatsapp-telegram-facebook-habeck-1.4289076.

W

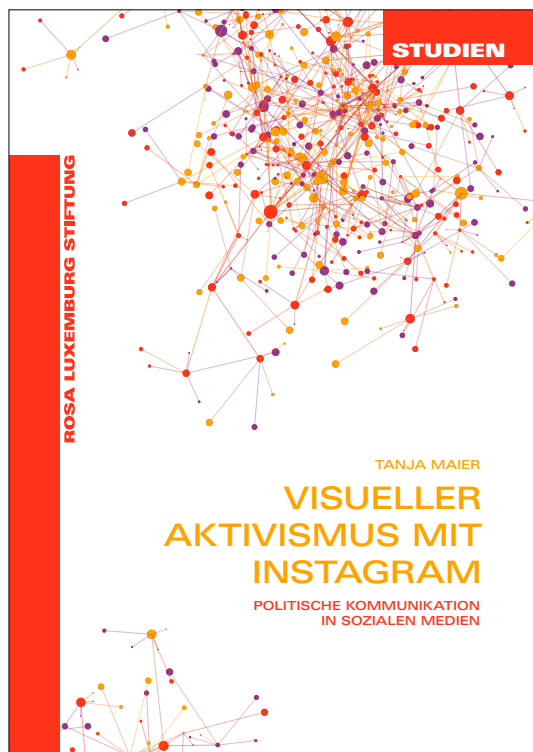
Walulis (2020): Darum floppen Linke auf Social Media. Für FUNK, 20.4.2020, unter: www.funk.net/channel/walulis-1031/darum-floppen-linke-auf-social-media-walulis-1685897.

WhatsApp (2022): Nachrichten löschen, unter: <https://faq.whatsapp.com/171615950782668/?locale=de>.

Y

Yaromich, Kathrin (2020): Telegram as a Tool for Dissent: The Case of Mobilizing Mass Protest in Belarus, Suny Empire State College, New York, unter: https://elearning.unyp.cz/pluginfile.php/58141/mod_data/content/8227/Yaromich%2C%20Kathrin%20%28519865%29%20-%20Bachelor%20Thesis.pdf.

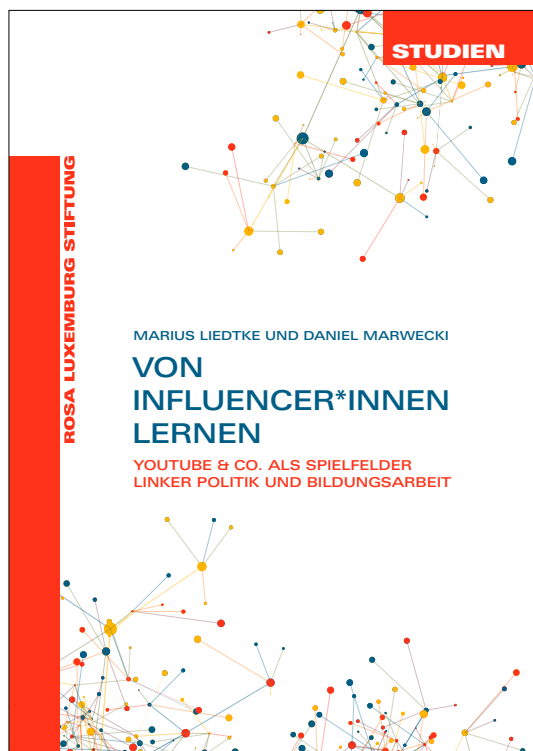
AUS DER REIHE



Download und Bestellung:
www.rosalux.de/publikation/id/44580



Download und Bestellung:
www.rosalux.de/publikation/id/44578



Download und Bestellung:
www.rosalux.de/publikation/id/41321



