

# Gecko versus Krokodil

von  
Anna Strunz

Eine Suchmaschinenanfrage zu »social media Indonesia« liefert Ergebnisse, die folgendermaßen klingen: »Eat, pray, tweet«, »Indonesia's love affair with social media«, »Welcome to Twitter city: is there no limit to Jakarta's social media obsession?« Diese Titel von Zeitungsartikeln und Blogs zeichnen das Bild eines rastlosen, geselligen, technikaffinen Landes. Die Daten sprechen dafür. Zwar hatten 2016 nur 34 Prozent der Bevölkerung Zugang zum Internet, doch diese immerhin 88 Millionen Menschen nutzen das Internet mit großer Begeisterung. IndonesierInnen stellen mittlerweile die zweitgrößte Nation auf Facebook, und schon 2012 war Jakarta die Metropole, in der weltweit am meisten getwittert wurde. 90 Prozent aller Onlineaktivitäten spielten sich auf den Websites der verschiedenen sozialen Netzwerke ab. Dank relativ günstiger Online-Tarife und Mobiltelefone nimmt auch die Beliebtheit entsprechender Apps zu, sodass immer mehr NutzerInnen ihren Internetzugang stets bei sich tragen.

Die Zahlen dieser Momentaufnahme laden zu Optimismus ein. Liegt hier nicht ein großes Potenzial für die Zivilgesellschaft einer jungen Demokratie, offene Diskurse zu führen, politische Teilhabe zu ermöglichen, ja sogar selbst über ihre eigenen Rechte zu wachen? Ist bei dieser vergleichsweise freien virtuellen Sphäre nicht Meinungsfreiheit sicher etabliert? Wurden noch während des »Arabischen Frühlings« und zur Frühphase der Sozialen Medien ihre großen Möglichkeiten bejubelt, sind die jüngeren Entwicklungen allerdings ernüchternd: In Deutschland sucht man Strategien, um mit rechtsradikalem und islamistischem Gedankengut im Netz umzugehen und in Indonesien waren viele BeobachterInnen über den Einfluss der Sozialen Medien auf die Gouverneurswahl 2017 in Jakarta besorgt. Auf der Suche nach Perspektiven auf die Beziehung zwischen Sozialen Medien und Partizipation in Indonesien ist es wichtig, kein schwarz-weißes Bild der sozialen Netzwerke und ihrer Möglichkeiten zu pflegen, sondern Phänomene kritisch und differenziert im jeweiligen Kontext zu betrachten. Stellvertretend für die vielen Aspekte, welche die Rolle von Social Media in einer Gesellschaft bestimmen, soll hier vor allem auf ihre Nutzung für politischen und gesellschaftlichen Aktivismus eingegangen werden.

## Chancen für mehr Teilhabe

Für politische Bewegungen sind die Sozialen Medien sehr vorteilhaft. Ob große NGOs, Frauenrechtsgruppen auf dem Land oder verstreute Umweltak-

tivistInnen: Sie alle können mit ihrer Hilfe Hindernisse überwinden und Ressourcen minimieren. Laut Dencik und Leistert (2015) sind dies vor allem Zeit, Platz und persönliches Risiko. Eine schnelle interne Kommunikation erleichtert die Koordination: Wo der hoffnungslos zähe Verkehr indonesischer Städte oder lange Arbeitsschichten den Beteiligten bisher Zeit für ihr Engagement geraubt hatten, können sie sich nun per Smartphone auf dem neuesten Stand halten, Ideen austauschen oder Treffen organisieren. Auch nach außen hin war es nie so leicht für AktivistInnen, ihre Bewegung zu präsentieren, ein kostenloses Facebook Profil kann genügen. Auch die Vernetzung mit anderen lokalen, überregionalen oder sogar globalen Gruppen ist nun möglich. In alledem läge das Potenzial zu einem vereinfachten, spontaneren, weniger hierarchischen und partizipativeren Aktivismus.

Aber es gibt auch viele kritische Stimmen. In ihrer Einführung zu *Critical Perspectives on Social Media and Protest* warnen Dencik und Leistert, Social Media seien keine bloßen Werkzeuge, die von AktivistInnen nach Belieben eingesetzt werden könnten, um ihre Ziele zu erreichen. Vielmehr befänden sich diese Dienste fast ausschließlich im Besitz globaler Unternehmen, die im Auftrag ihrer Aktionärs-gemeinschaften gewinnmaximierend agieren sollen. Dazu gestalteten sie immer mehr die Kommunikationswege von Gesellschaften um und richteten sie nach ihrem ökonomischen Interesse aus. So bieten die Konzerne mit ihren Diensten zum Beispiel den NutzerInnen gezielt Funktionen an, die das Sammeln, Auswerten und Monetisieren von Nutzerdaten erleichtern, wie etwa die Standorterkennung beim

Die Autorin studiert Kulturwirtschaft mit Schwerpunkt Südostasien an der Universität Passau



»Ich bin ein Gecko, ein tapferer Gegner des Krokodils«  
© gunadar-madesign.com

Cintai Indonesia Cintai KPK (CICAK)

»Ich bin ein Gecko, ein Gegner der Korruption! Schweige nicht einfach nur!«

© gunadarmadesign.com



**JANGAN  
HANYA  
DIAM!**



**SOLIDARITAS PUTIH  
ANTI KORUPSI**

All logos are designed by gunadarmadesign.com, 2009

Verfassen eines Posts. Was bedeutet diese Tatsache auf der anderen Seite für AktivistInnen?

### Herausforderung im Umgang mit Social Media

Angesichts der Menge an Daten, die alle bei der Nutzung des Internets von sich preisgeben, besteht immer die Gefahr von Repressionen seitens des Staates, welche von großflächiger Überwachung über das Blockieren von Websites bis hin zur Festnahme von Personen reichen können. Verglichen mit anderen südostasiatischen Ländern ist das Internet in Indonesien zwar relativ frei von staatlichen Eingriffen, aber auch hier spricht die Organisation *Freedom House* davon, dass immer wieder die Rechte von NutzerInnen verletzt würden. So der Fall Adlun Fikri, der im Jahr 2015 ein Video hochgeladen hatte, das seiner

Meinung nach Fehlverhalten von Verkehrspolizisten zeigte und daraufhin unter dem Vorwurf der Diffamierung verhaftet wurde. Das verdeutlicht, dass sich gesellschaftliche und politische Bewegungen ebenso über die möglichen Folgen im Klaren sein müssen, wenn AktivistInnen inmitten der Dynamik sozialer Netzwerke die Aufmerksamkeit auf sich ziehen.

### »Support Bibit-Chandra«

Einer der berühmtesten Fälle von erfolgreichem Online-Aktivismus in Indonesien kann Antworten auf diese Frage geben. Seit 2002 gibt es die Kommission *Komisi Pemberantasan Korupsi* (KPK) zur Bekämpfung von Korruption, einem sehr großen Problem in Indonesien. Als der Polizeipräsident des Landes im Jahr 2009 feststellen musste, dass die KPK im Rahmen ihrer Ermittlungen sein Telefon abgehört hatte, bezeichnete er die Behörde in einer Pressekonferenz verächtlich als *cicak*, einen kleinen Gecko, der es mit einem Krokodil, also der Polizei, aufnehmen wollte; in seiner Wut hatte er jedoch nicht damit gerechnet, dass eine empörte Öffentlichkeit diese Metapher mit Enthusiasmus übernahm, um den Kampf der Bürger gegen ein übermächtiges korruptes Verwaltungssystem zu symbolisieren. Bald darauf wurden die beiden Beamten und KPK-Mitglieder Bibit Samad Rianto und Chandra Muhammad Hamzah unter dem Verdacht der Bestechlichkeit festgenommen. Diese wiesen jedoch alle Schuld mit der Erklärung von sich, man wolle nur die KPK in schlechtem Licht erscheinen lassen. Der folgende Gerichtsprozess bestätigte ihre Aussagen, doch schon vorher waren viele IndonesierInnen von ihrer Aufrichtigkeit überzeugt. Es entstanden viele private Facebook-Gruppen, die die beiden Beschuldigten unterstützten. Eine davon sollte innerhalb eines Monats auf über eine Million Mitglieder anwachsen, und auch die Massenmedien berichteten ausführlich.

### Der ambivalente Erfolg des Geckos

Wie kam es zu dem großen Erfolg dieser Online-Kampagne? Als erstes war sicher das sogenannte »Framing« entscheidend, also die Schaffung eines Kontextes, der dem Fall Bedeutung und Legitimität verleiht. Bibit und Chandra wurden in einem »David gegen Goliath«-Narrativ als Helden dargestellt, um das Unrechtsbewusstsein und die Empathie des Publikums anzusprechen. Bekräftigt wurde dieses Bild von der großen Symbolkraft des Geckos, der crossmedial in unzähligen Karikaturen, Comics und Postern zum Einsatz kam. Zusätzlich diente er als Slogan, indem das Wort »CICAK« als Akronym für »*Cinta Indonesia Cinta Kpk*«, sinngemäß »Liebe Indonesien! Liebe die KPK!« gedeutet wurde. Auch

ein Rap-Song zum besagten Fall und die Melodie eines KPK-Spots waren werbewirksam und verbreiteten sich online und als Klingelton. Laut Merlyna Lim (2013) war das Image des Geckos als einheimisches, alltägliches und harmloses Tier perfekt geeignet, um die Entstehung einer kollektiven Identität gegenüber des gemeinsamen Feindbilds eines als brutal und hinterlistig geltenden Krokodils zu befördern. Dieses Wir-Gefühl ist eine zentrale Voraussetzung dafür, dass Bewegungen als Kollektiv handeln können.

Selbstverständlich profitiert jede Kampagne von einprägsamen Symbolen, doch Lim weist darauf hin, dass der Charakter sozialer Netzwerke die Bedingungen für den Erfolg einer Bewegung maßgeblich mitbeeinflusst. Das zuvor erwähnte Profitstreben der Social-Media-Unternehmen begünstigt ein Überangebot an Inhalten, kurze Aufmerksamkeitsspannen und simplifizierte Botschaften. Also müsse auch Online-Aktivismus mit diesen Prinzipien arbeiten, um Erfolg zu haben. Der Inhalt eines Posts sollte ohne großen Zeitaufwand und intensives Nachdenken verstanden werden, und die Narrative einfachen Mustern folgen und möglichst die Wirkung einer Sensation haben. Verstärkt wird das Ganze durch die Tatsache, dass mehr als zwei Drittel der Indonesier über ihr Handy auf das Internet zugreifen. Auf kleinen Bildschirmen kommen nur äußerst knappe, prägnante und Aufmerksamkeit heischende Formate zur Geltung. Für Kampagnen, wie »Support Bibit-Chandra«, die vor allem öffentlichen Druck auf Staat und Gerichte ausüben sollen, sich moralisch zu verhalten, mögen diese Anforderungen kaum ein Problem darstellen.

Doch nicht jedes Thema lässt sich in eine einfache Geschichte verpacken, nicht jedes Problem durch ein Like lösen. Für komplexe gesellschaftliche Diskurse in einer Demokratie sind soziale Netzwerke also denkbar schlecht geeignet. Ein weiterer wichtiger Aspekt kommt hinzu. Das Netz fördert den sogenannten *Clicktivism*, der online zwar ein großes Engagement zur Schau stellt, da kaum persönliches Risiko vorhanden ist – er schlägt sich aber in der realen Welt kaum nieder. So konnten von den eine Million UnterstützerInnen der KPK auf Facebook tatsächlich nur etwa 5.000 für eine Straßen-Demonstration gewonnen werden. Man kann den Gedanken noch weiter spinnen: Wie viele von ihnen würden selbst einschreiten, wenn sie in ihrem Alltagsleben mit Korruption konfrontiert werden? Wohl sehr wenige. Ohne persönliches Risiko lässt sich jedoch kein nachhaltiger gesellschaftlicher oder politischer Wandel herbeiführen. Abschließend lässt sich also sagen, dass soziale Medien keineswegs automatisch demokratische Strukturen durch mehr Partizipation stärken, sie bieten lediglich Chancen, bestimmte Aspekte von politischem Aktivismus zu erleichtern und können keinesfalls persönliche kriti-

sche Auseinandersetzung mit wichtigen gesellschaftlichen Themen ersetzen. ■

## Literatur

- > Balea, J. (2016) The latest stats in web and mobile in Indonesia. <https://www.techinasia.com/indonesia-web-mobile-statistics-we-are-social> (29.6.2017)
- > Freedom House (2016) Freedom on the Net 2016. Indonesia Country Profile. <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2016/indonesia> (29.6.2017)
- > Lim, M. (2013) Many Clicks but Little Sticks: Social Media Activism in Indonesia. In: Journal of Contemporary Asia, 43–1: 636–657
- > Molaei H. (2015) Discursive opportunity structure and the contribution of social media to the success of social movements in Indonesia. in: Information, Communication & Society, 18–1: 94–108

# graswurzel revolution

Seit 45 Jahren für eine gewaltfreie,  
herrschaftslose Gesellschaft



Schwerpunkt #420:  
Die Bundeswehr und  
die „Hölle von Mossul“

Probeheft kostenlos:  
[www.graswurzel.net/service](http://www.graswurzel.net/service)