

How do Black Lives Matter? Zur visuellen Konstruktion von Protest in deutschsprachigen Tageszeitungen und auf Instagram

How do Black Lives Matter? On the visual construction of protest in German-language daily newspapers and on Instagram

Ricarda Drüeke*, Corinna Peil und Maria Schreiber
University of Salzburg, Department of Communication Studies, Austria

*Corresponding author: ricarda.drueeke@plus.ac.at

Abstract

Der gewaltsame Tod von George Floyd Ende Mai 2020 löste eine globale Protestbewegung aus: Ausgehend von den USA fanden weltweit zahlreiche Kundgebungen, Demonstrationen und Mahnwachen statt, mit denen gegen Rassismus und Polizeigewalt Stellung bezogen wurde. Dieser Protest war und ist Gegenstand unterschiedlicher visueller Repräsentationen und medialer Formen, die einen wichtigen Anteil an den Bedeutungsproduktionen rund um die Protesthandlungen haben. Auf Basis einer Bildtypenanalyse der (Bild-)Berichterstattung über die Proteste in deutschsprachigen Tageszeitungen sowie der Darstellungsformen auf Instagram im Kontext von Demonstrationen im deutschsprachigen Raum setzt sich der Beitrag mit visuellen Konstruktionen von Protest auseinander und diskutiert deren Bedeutung vor dem Hintergrund gesellschaftlicher, medialer und politischer Kontexte. Es zeigen sich jeweils unterschiedlich dominierende Bildtypen: So sind in der Medienberichterstattung Bilder von Demonstrierenden als Masse vorherrschend, die die einzelnen Teilnehmer:innen nicht wahrnehmbar machen. Auf Instagram finden sich vor allem Innen-Perspektiven der Demonstrationen durch individuelle (Selbst-)Inszenierungen der Demonstrierenden. Deutlich wird zudem, dass die journalistischen Bilder die Proteste insbesondere im Hinblick auf spannungsreiche Konfliktsituationen im US-Kontext mit hohem Nachrichtenwert zeigen, während auf Instagram die Vergemeinschaftung über Gruppenbilder und damit die Inszenierung und Mobilisierung der Teilnehmenden in den Vordergrund rückt.

The violent death of George Floyd at the end of May 2020 triggered a global protest movement: Starting in the US, numerous rallies, demonstrations, and vigils took place around the world, taking a stand against racism and police violence. This protest was and is subject to different visual representations and mediated expressions, which have an important share in the production of meaning around the protest actions. Based on a picture type analysis of the (image) coverage of the protests in Austrian, German and Swiss newspapers as well as on visual expressions on Instagram in the context of demonstrations in German-speaking cities, the article deals with visual constructions of protest and discusses their meaning against the background of social, media, and political contexts. Different dominant image types emerge in each case: In media coverage, for example, images of demonstrators as a mass are predominant, which make the individual participants imperceptible. On Instagram, there are mainly internal perspectives of the demonstrations through individual self-dramatizations of the demonstrators. It also becomes clear that journalistic images show protests with a high news value, especially with regard to tense conflict situations in the US context, while on Instagram the communalization via group images and thus the staging and mobilization of the participants comes to the fore.

Keywords

Social Media, visuelle Kommunikation, Cultural Studies, soziale Bewegungen, Pressefotografie, Fotojournalismus, Bildkommunikation, visuelle Analyse

Social media, visual communication, cultural studies, social movements, press photography, photojournalism, image communication, visual analysis



1 Einleitung: Zur Bedeutung der Bildkommunikation in unterschiedlichen Kontexten

Der Hashtag #BlackLivesMatter wurde erstmals 2013 verwendet, nachdem das Gerichtsverfahren zum Mord an dem erst 17-jährigen Trayvon Martin, der von einem Mitglied einer Nachbarschaftswache in Sanford im US-Bundesstaat Florida auf offener Strasse erschossen wurde, mit einem Freispruch endete (Tyner, 2021, S. 6). Der gewaltsame Tod von George Floyd in Minneapolis Ende Mai 2020 löste erneut eine globale Protestbewegung aus: Ausgehend von den USA fanden weltweit zahlreiche Kundgebungen, Demonstrationen und Mahnwachen statt, mit denen gegen Rassismus und Polizeigewalt Stellung bezogen wurde – so auch in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Bei der weitreichenden Mobilisierung der Black-Lives-Matter-Bewegung (BLM) in den USA und darüber hinaus spielen «visual public events» (Milman & Doerr, im Druck, S. 3), die Aufsehen erregen und starke Reaktionen hervorrufen, eine zentrale Rolle. So erreichte die Ermordung Floyds vor allem auch deswegen eine so grosse Öffentlichkeit, weil kurz nach der Tat bereits Videos auf Social Media hochgeladen und massenhaft geteilt wurden, die dokumentieren, wie der Polizeibeamte Derek Chauvin minutenlang auf Floyds Hals kniete und ihm bis zur Bewusstlosigkeit mit späterer Todesfolge die Atemluft abschnitt. Bilder, Symbole und visuelle Elemente spielen sowohl für Protestakteur:innen bei Demonstrationen als auch in medialen Repräsentationen von Protest eine Rolle. Unser Beitrag beschäftigt sich mit den visuellen Dimensionen der BLM-Bewegung und analysiert die visuellen Repräsentationen und Darstellungsformen der Proteste in deutschsprachigen Tageszeitungen und auf Instagram. Ziel ist es herauszuarbeiten, wie Akteur:innen, Motive und Interessen in unterschiedlichen Medien visuell vermittelt werden, und gleichzeitig kritisch zu reflektieren, welche dominanten Rahmungen, Leerstellen und Vereinnahmungen durch visuelle Konstruktionen stattfinden.

Bilder von Protesten und Protestbewegungen wie BLM sind im Sinne der Cultural Studies als visuelle Repräsentationen Ausdruck gesellschaftlicher Machtstrukturen (Hall, 2007). Sie geben vor, was von diesen Protesten wie wahrnehmbar und damit sichtbar wird. Gleichzeitig sind visuelle Artefakte Teil des Kreislaufs kultureller Bedeutungsproduktionen und eingebunden in soziale Aushandlungen, Meinungen, Gewohnheiten und Institutionen (Mirzoeff, 2011). Medienbilder bestimmen über das öffentliche Bildrepertoire, das zu Protesten verfügbar ist. Im Sinne von Jacques Rancière (2004) nehmen sie eine elementare politische Rolle im Hinblick auf die Darstellung aber auch Verschiebung der Grenzen des Sichtbaren und Zeigbaren in der Gesellschaft ein. Bilder sind also ein wesentlicher Teil der medialen Bedeutungsproduktion zu Protestbewegungen, sie werden als symbolische Konstruktionen und Teil von Sichtbarkeitsverhältnissen betrachtet (Schade & Wenk, 2011). Vor diesem Hintergrund stellen sich die folgenden Forschungsfragen: Welche visuellen Repräsentationen der Black Lives Matter-Proteste sind vorherrschend und welche Deutungsmuster legen sie nahe? Dabei interessiert in der vorliegenden Studie vor allem der Vergleich von Bildern, die innerhalb verschiedener Produktionskontexte entstehen, nämlich in Tageszeitungen und auf Social Media. Beide Kontexte unterscheiden sich in Bezug auf ihre Funktionen, Logiken und Entstehungsbedingungen aber auch im Hinblick auf damit verbundene Restriktionen (z.B. Druckschluss bei Printprodukten, Interface-Vorgaben bei Instagram) und Potenziale (z.B. Zugriff auf weltweite Bilddatenbanken für Bildredaktionen, Sichtbarkeit durch Hashtags für alle Instagram-User:innen).

Die journalistische Bildproduktion hat sich in den letzten Jahrzehnten im Zusammenhang mit dem übergreifenden Prozess der Digitalisierung stark gewandelt. Unter den Voraussetzungen der digitalen Produktion hat sich nicht nur die Anzahl an Publikationsorten, Distributionswegen und veröffentlichten Bildern im Journalismus signifikant erhöht, sondern es haben sich auch neue infrastrukturelle,

für redaktionelle Arbeitsprozesse folgenreiche Rahmenbedingungen herausgebildet (Grittmann & Koltermann, 2022). Bildredaktionen haben heute Zugang zu einer nie dagewesenen Vielzahl journalistischer Bilder, die von professionellen Fotojournalist:innen ebenso bereitgestellt werden wie von Amateurfotograf:innen, Bildagenturen und Datenbanken. Die Rollen und Handlungsspielräume der involvierten Akteur:innen und Organisationen prägen die Bildkommunikation. Ebenso spielen Nachrichtenwerte, spezifische Textanforderungen und Gestaltungsrouninen eine Rolle in der journalistischen Bildproduktion. Konstruktionsprozesse finden somit auf allen Ebenen und in allen Phasen der Herstellung, Distribution und Publikation journalistischer Bilder statt. Sie unterstreichen den Charakter von Bildern als «sozial gestaltete Produkte» (Kanter, 2016, S. 8). Auch journalistische Bilder von Protest bringen durch ihre Perspektivierungen soziale Verhältnisse auf spezifische Art und Weise zum Ausdruck. Dies manifestiert sich etwa in der Auswahl des Bildausschnitts, der Gewichtung bestimmter Bildelemente oder auch darin, dass die Protestierenden wie auch diejenigen, gegen die sich der Protest richtet und die Interaktionen zwischen beiden auf bestimmte Weise sichtbar gemacht werden. Zugleich sind die Grenzen der journalistischen Bildproduktion vergleichsweise eng gesteckt. Trotz der zunehmenden Bedeutung und Ausdifferenzierung der visuellen Kommunikation im Journalismus zeigen Studien, «dass journalistische Bildkommunikation stark konventionalisiert ist und immer wieder auf vergleichbare Bildmotive rekurriert» (Grittmann, 2019, S. 134). Dies gilt insbesondere für Nachrichtenbilder, die anders als die dokumentarische Fotografie stärker einem Anspruch auf Aktualität, Ereignisbezug und soziale Relevanz verpflichtet sind (Grittmann, 2019, S. 131). Eine Dokumentation der Proteste findet aber auch in der journalistischen Bildproduktion, etwa in Tageszeitungen, statt, die widerspiegelt, welche visuellen Repräsentationen in einer bestimmten Zeit bedeutsam waren und welche Wissensressourcen und

Weltanschauungen darin zum Ausdruck kamen.

Auf Instagram, Snapchat und Facebook unterliegt die Bildkommunikation anderen Regeln und Konventionen. Social Media bieten professionellen Akteur:innen und Organisationen ebenso wie individuellen Nutzer:innen einfache und schnelle Möglichkeiten Bilder zu teilen und zu zeigen, mit wahlweise begrenzt-intimer bis öffentlich-globaler Sichtbarkeit. Jeder:r kann somit auch an der visuellen Dokumentation und Darstellung von bestimmten Orten und Ereignissen mitwirken. Die heutige Omnipräsenz von visuellem Nutzer:innengenerierten Inhalt wurde von der Verbreitung der Smartphone-Fotografie, der steigenden Popularität von Social Media und damit der Demokratisierung von Bildproduktion vorangetrieben (Hand, 2012; Schreiber, 2020; Van House, 2011). Besonders die Plattform Instagram hat mit ihrem klaren Fokus auf Bilder die steigende Bedeutung visueller Kommunikation in sozialen Medien wesentlich mitgestaltet (Leaver, Highfield, & Abidin, 2020). Die Plattform existiert seit 2010, gehört seit 2012 zu Facebook (mittlerweile Meta) und ist mit einer Milliarde aktiven User:innen pro Monat (Statista, 2021) vor allem bei jüngeren Nutzer:innen, Influencer:innen und Werbetreibenden das wohl aktuell bedeutendste soziale Netzwerk. Um Instagram zu nutzen, muss ein Account eingerichtet werden, mit dem andere Accounts abonniert werden können, deren Postings und Storys beim Öffnen der App im eigenen Feed algorithmisch sortiert angezeigt werden.

Bevor wir auf Basis unserer empirischen Untersuchung unsere Einsichten zur visuellen Konstruktion von BLM in deutschsprachigen Tageszeitungen und auf Instagram zeigen, diskutieren wir im Folgenden den theoretischen Rahmen und ordnen diesen in das Spannungsfeld von Öffentlichkeit, Aktivismus und visuellem Protest ein.

2 Theoretischer Rahmen: Öffentlichkeit, digitaler Aktivismus und visueller Protest

Proteste und soziale Bewegungen wie auch BLM formieren Öffentlichkeiten; sie werden von den traditionellen Medien wahrgenommen, Medien spielen aber auch im Protesthandeln selbst wie auch in dessen Abbildung eine zentrale Rolle. Im folgenden Abschnitt skizzieren wir vor diesem Hintergrund den theoretischen Rahmen, der auf die soziale Bewegungsforschung sowie zeitgenössische Theorien von Öffentlichkeit Bezug nimmt und in diese Konzepte mediatisierter Protestformen einordnet.

Soziale Bewegungen setzen sich für einen sozialen und gesellschaftlichen Wandel ein, der wegen als ungerecht empfundener gesellschaftlicher Missstände angestrebt wird (Schedler, 2016; Ullrich, 2017). Im Zentrum der sozialen Bewegungsforschung standen vor allem grosse und organisierte soziale Bewegungen, die einen gemeinsamen Inhalt und ein erkennbares und über Jahre verfolgtes Ziel haben, wie etwa die Frauen-, Umwelt- und die Arbeiter:innenbewegungen (Roth & Rucht, 2008; Warner, 2002; Wischermann, 2017). Gegenwärtig wird vor allem darauf verwiesen, dass sich mit dem Internet Protest ausdifferenziert hat und sich vielfältige Akteur:innen politisch engagieren. Dies verändert auch die Formen und Funktionen von Öffentlichkeit. Die Vielzahl und Vielfalt an Öffentlichkeiten erfordert Konzepte, die die Temporalität und Flüchtigkeit dieser Öffentlichkeiten erfassen. Danah boyd (2010, S. 39) bezeichnet solche Öffentlichkeiten als «networked publics», gebildet aus «spaces and audiences that are bound together through technological networks». Damit wird der Netzwerkcharakter verschiedener Social-Media-Plattformen herausgestrichen, da verschiedene Anwendungen nicht getrennt voneinander, sondern in ihrer Verwobenheit untersucht werden müssen. Auf der Vorstellung von Netzwerköffentlichkeiten aufbauend, bezeichnet Caja Thimm (2017, S. 106) digitale Öffentlichkeiten als «mini-publics». Sie unterschei-

det weitergehend auf digitaler Ebene zwischen «event-driven mini-publics» und «user-initiated mini-publics», die unterschiedliche Entstehungskontexte berücksichtigen, die sich auf einzelne Ereignisse, die Protestbewegungen auslösen können, oder auf von Nutzer:innen initiierte Aktionen beziehen. Mit dem Begriff der «polymedia-publics» verweisen Thimm und Mario Anastasiadis (2017, S. 235) auf die technischen Affordanzen, die über die Ausgestaltung der Öffentlichkeiten mitbestimmen und damit vor allem den unterschiedlichen Netzwerkcharakter betonen. Axel Bruns und Jean Burgess (2015, S. 25) sprechen mit Verweis auf Tarleton Gillespie (2014) unter Berücksichtigung der technologischen Rahmenbedingungen von einer «calculated public», um auf die Personalisierung dieser Öffentlichkeiten hinzuweisen. Algorithmen, so führt Gillespie (2014) aus, entscheiden mit über die Themen bei Twitter oder die vorgeschlagenen Seiten von Facebook und suggerieren eine Form einer gemeinsamen Öffentlichkeit. Gerade neuere Protestbewegungen und Formen von digitalem Aktivismus beruhen häufig auf losen Verbindungen und auf sich ad-hoc bildenden Netzwerken. Sie bedienen sich variierender Aktionsformen, ein gemeinsames Ziel gibt es oft nur temporär (Rucht & Teune, 2017, S. 24). Dies zeigt sich etwa bei Solidaritätsbekundungen mittels Regenbogenflaggen oder Bannern wie «leave no one behind» auf Facebook-Profilen, wo die Akteur:innen zwar Teil der jeweiligen Protestbewegung sein können, aber eben auch grösstenteils nur zeitweise Unterstützung ausdrücken. Damit sind Öffentlichkeiten, die sich über Protesthandeln formieren, weniger beständig, da sie zwar einer Verständigung über gemeinsame Inhalte dienen, diese jedoch nicht über einen längeren Zeitraum verfolgt werden müssen.

In gegenwärtigen Medienökologien kann auch eine eher schwach ausgeprägte gemeinsame Identität zu einer breiten Mobilisierung führen, da die Beteiligung an Protesten niedrigschwelliger ist (Rucht, 2011). Donatella della Porta (2005) spricht in diesem Zusammenhang von «tolerant identities»: Aktivist:innen, die sich in eher

losen Zusammenhängen versammeln und über keine homogene Ideologie verfügen, bedienen sich dieser. Gerade in den vergangenen Jahren haben sich über Hashtags solche temporären und ereignisbezogenen Öffentlichkeiten formiert, die Protesthandeln unterstützen. Hinzugekommen sind flüchtigere Zusammenschlüsse und Solidaritätsbekundungen, die durch Teilen und Klicken möglich sind. Diese sind nicht dauerhaft, da sie lediglich temporär eine kollektive Aktionsform darstellen, aber sich nicht in einer Bewegung verdichten. Lisa Steiner und Stine Eckert (2017, S. 214) benennen solche Bündnisse als «fluid public clusters», um die Dynamik der Räume und Akteur:innen zu betonen. Solche Proteste verdichten sich häufig um ein bestimmtes Thema oder Ereignis, womit für dieses Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit hergestellt werden (Daubs, 2017). Darin zeigen sich temporäre Allianzen und Bündnisse, die ein gemeinsames Anliegen verfolgen. Anne Kaun, Maria Kyriakidou und Julie Uldam (2016, S. 2) sehen im Konzept einer «political agency» die Verbindung von medialen Praktiken, die in politische Prozesse eingreifen und diese verändern können, mit den strukturellen, ökonomischen, politischen und sozialen Rahmenbedingungen (auch Mattoni, 2017). Ulrich Dolata (2018, S. 48) spricht von einer «soziotechnischen Konstitution von Kollektivität», in der digital vernetzte Medien sowohl als technische als auch als mediale Infrastrukturen zu begreifen sind. Um das dynamische Gefüge zu betonen, greifen Ella Taylor-Smith und Colin F. Smith (2019) den Begriff der «socio-technical assemblages» auf, womit sie die enge Verknüpfung zwischen den sozialen Praktiken und technischen Strukturen, die sich gegenseitig bedingen und verändern, herausstreichen. Digitaler Aktivismus ist zudem eingebettet in ein Set von institutionellen Regelungen, kapitalistischen und ökonomischen Rahmenbedingungen (Kaun & Uldam, 2018) und die medial unterstützten Handlungen lassen sich in verschiedenen Räumlichkeiten und Zeitlichkeiten verorten (Kavada, 2016). Wie Andrew Chadwick aufzeigt, verändern neue Formen von Aktivismus auch den

professionellen Journalismus. In dem von ihm als «hybrid media system» bezeichneten Konstellationen zeigen sich vor allem verschiedene Strategien und Taktiken in der Unterscheidung zwischen «new and old media logics» (Chadwick, 2017, S. 277).

Neben Medien, die vor allem der Diskussion, der Kommunikation und verschiedenen Formen von Aktivismus dienen, ist für soziale Bewegungen öffentliche Aufmerksamkeit zentral, damit ihre Anliegen wahrgenommen werden. Traditionellen Medien wurde lange Zeit eine wichtige Rolle eingeräumt. So formuliert der Bewegungsforscher Joachim Raschke (1988, S. 343): «Eine Bewegung, über die nicht berichtet wird, findet nicht statt.» Um öffentliche Aufmerksamkeit herzustellen, nutzen soziale Bewegungen und Protestbewegungen verschiedene Strategien, die auch immer abhängig von den zur Verfügung stehenden Medien und Technologien sind. Dieter Rucht (2016) unterscheidet verschiedene Techniken der Aufmerksamkeitserzeugung, die etwa Spektakel, gemeinsame Symbolik und Personalisierungen umfassen. Auch heutzutage wird die Rolle traditioneller Medien betont, um Aufmerksamkeit für Protest-Anliegen zu erhalten (Rucht & Teune, 2017).

Bilder spielen für Protestbewegungen eine grosse Rolle, sie werden in Bewegungskontexten hergestellt und von verschiedenen Akteur:innen wie Aktivist:innen, Verbündeten, Gegenbewegungen und traditionellen Medien verarbeitet und transformiert (Doerr & Teune, 2012). Verschiedene visuelle Praktiken können unterschieden werden: visuelle Ausdrucksformen sozialer Bewegungen wie Banner und T-Shirts, visuelle Repräsentationen von Protest, etwa in Zeitungen, sowie die Herstellung von Sichtbarkeiten für Protestanliegen, etwa in Social Media oder im öffentlichen Raum (Doerr, Mattoni, & Teune, 2013; Milman & Doerr, im Druck). Visuelle Ausdrucksmittel umfassen Fotos, Cartoons und Illustrationen (Doerr & Teune, 2012), in und durch digital vernetzte Medien auch Selfies, Gifs oder Instagram-Stories. Bilder sind dann Teil der Verhandlungen von Bedeutung und des Diskurses. Sie sind nicht nur bei politi-

schen Bewegungen wie der Studierendenbewegung von 1968 (Fahlenbrach, 2002), wo sie die kollektiven Identitätsmuster formiert haben, oder emanzipatorischen Protestbewegungen wie der Umwelt- und Friedensbewegung (Doerr & Teune, 2012) zu finden, sondern ebenfalls in rechten und rechtsextremistischen Bewegungen. Antimuslimische Bilder stellen dann Kommunikationsmedien dar, wie die Analyse der Bildkommunikation schweizerischer und österreichischer rechter Akteur:innen zeigt. Sie schaffen durch die Verwendung ähnlicher Bilder und Symbole Anschlussmöglichkeiten zwischen verschiedenen Bewegungen und Ländern (Liebhart, 2015). Visuelle Ausdrucksformen sind mit Emotionen verbunden, diese können mobilisierungsfördernd sein, erhöhen das emotionale Engagement der Sympathisant:innen und können schockierend, etwa durch die Darstellung von Leid, sein (Bogerts, 2015). Über digitale Plattformen z. B. wie Facebook wird durch das Teilen von Bildern internationale Solidarität möglich, wie bei der Kampagne «We are all Khaled Said» des Jahres 2010 (Olesen, 2013), die Authentizität und Kritik am ägyptischen Regime durch das Bild des getöteten Khaled Said vermittelte. Bilder nehmen so eine zentrale Rolle im Protesthandeln ein, die durch digital vernetzte Medien noch einmal verstärkt wird.

Eine wichtige Rolle bei der Vernetzung Nutzer:innengenerierter Beiträge auf Social Media spielen Hashtags, die im Bildtext hinzugefügt werden können. Beim Aufrufen eines Hashtags werden sämtliche Postings, die mit diesem Begriff markiert wurden, angezeigt. Sie konstituieren eine gemeinsame Öffentlichkeit vor allem im Kontext von Aktivismus und Marketing (Bernard, 2019). Hashtags wurden im Kontext von Protestbewegungen bisher überwiegend auf Twitter untersucht (Bruns & Burgess, 2011; Maireder & Schlögl, 2014; Rambukkana, 2015). Aktivist:innen und politische Organisationen nutzen jedoch zunehmend auch Instagram, um zu informieren, zu mobilisieren und sich zu vernetzen (Al-Rawi, 2021; Einwohner & Rochford, 2019; Maier, 2021).

Auch in der Bewegung BLM spielten visuelle Elemente von Beginn an eine grosse Rolle (Milman & Doerr, im Druck); zur Ikonographie von BLM liegen inzwischen einige Studien vor. Manche, über verschiedene Plattformen verbreitete Bilder, wie die Fotografie der «peaceful warrior», die eine Frau zeigt, die sich friedvoll Polizist:innen entgegenstellt, bekommen durch ihre Ästhetisierung eine ikonische Bedeutung für zivilgesellschaftliches Engagement (Edrington & Gallagher, 2019). Auch Farida Vis, Simon Faulkner, Safiya Umoja Noble und Hannah Guy (2019) betonen in ihrer Analyse eines Fotos von der Verhaftung des BLM-Aktivisten DeRay McKesson in Baton Rouge im Juli 2016 die zeitgenössische Ästhetik von Protestbildern, die ihre Bedeutungen im Spannungsfeld von sozialen Bewegungen, kommerziellen Interessen und ambivalenten Aneignungsweisen, z. B. in Form von Memes, entfalten. Danielle K. Kilgo und Rachel R. Mourão (2021) zeigen anhand einer Untersuchung der Berichterstattung über Protestgeschehen, dass visuelle Darstellungen einen Einfluss darauf haben, ob Leser:innen eher mit der Polizei sympathisieren oder sich stärker mit den Demonstrierenden identifizieren, wenngleich Voreinstellungen insgesamt eine grössere Rolle bei der Frage spielen, welche Seite unterstützt wird. Christina Neumayer und Luca Rossi (2018) kommen in ihrer Analyse der Protestbewegung Blockupy zu folgenden Schlüssen: 1) Bilder, die von staatlichen Institutionen auf digitalen Plattformen veröffentlicht werden, werden eher geteilt; 2) die visuelle Repräsentation der Bewegung in traditionellen Medien zeigt vermehrt gewalthaltige Szenen – beides führt zu einer hegemonialen Deutung des Protestgeschehens. Aktivist:innen selbst hingegen nutzen digitale Plattformen, um die Vielfalt der Protestbewegung abzubilden. Zuletzt haben Milman und Doerr (im Druck) in ihrer visuellen Analyse von BLM-Protesten in Dänemark und Deutschland herausgearbeitet, wie Aktivist:innen auf visuelle Repertoires von Protest aus den USA zurückgreifen und diese in lokale politische und kulturelle Kontexte übersetzen. Auf

diese Weise verknüpfen sie globale Pro-
testanliegen mit der Geschichte von Kolo-
nialismus und Rassismus in europäischen
Ländern. Die Autorinnen der Studie be-
greifen visuelle Protestgesten als «perfor-
mative, «visibility» acts of citizenship chal-
lenging dominant narratives of whiteness
embedded in the imaginary of citizenship
in particular places» (Milman & Doerr,
im Druck, S. 4). Sich hinzuknien, wie es
der US-amerikanische Fußballspieler
Colin Kaepernick 2016 als Zeichen seines
BLM-Protests getan hat, ist im US-ame-
rikanischen Kontext mit anderen Reak-
tionen und Bedeutungen verbunden als
etwa in Deutschland, wo zwangsläufig As-
soziationen mit historischen Bildern von
Politikern entstehen, deren Kniefall die
Bitte um Vergebung für deutsche Verbrechen
im Zweiten Weltkrieg symbolisieren
sollte. Auf verschiedenen medialen Platt-
formen sind dabei unterschiedliche Bilder
vorherrschend: In der journalistischen
Bildproduktion werden Proteste vor allem
dokumentiert; digitale Medien können
Orte des Protests sein, Proteste verhand-
eln und Solidaritätsgesten ausdrücken,
sie übernehmen eine zentrale Funktion
in der Visualisierung von Protesten und
können weitere Deutungen des Protest-
geschehens anbieten (Okoth, 2020). Sie
bieten damit eine alternative Sicht in Er-
gänzung zur massenmedialen Berichter-
stattung sowie zu Darstellungen der Poli-
zei (etwa durch Livestreams via Facebook,
Fotos von Festnahmen usw.).

3 Methodisches Vorgehen: BLM in Tageszeitungen und auf Social Media

Ziel der Studie ist es, unterschiedliche
visuelle Konstruktionen im Kontext von
BLM zu untersuchen. Dabei ist von Inte-
resse, inwiefern sich Motive und Bildty-
pen in Tageszeitungen und auf Instagram
unterscheiden und welche je spezifischen
Deutungsmuster sich darin entfalten. Im
Fokus steht dabei das Protestgeschehen in
Wien, Berlin und Zürich, konkret dessen
visuelle Konstruktion in Tageszeitungen
einerseits und auf Instagram andererseits.
Somit liegt der Fokus der vorliegenden
Studie auf lokalen, performativ-bildlichen
Äusserungen eines globalen Protests.

3.1 Generierung des Datenkorpus

Den ersten Teil des Samples bildet die
Bildberichterstattung in Tageszeitun-
gen aus Deutschland, Österreich und der
Schweiz. Hier wurden pro Land jeweils
eine Qualitätszeitung, eine Boulevard-
zeitung und eine Regionalzeitung aus-
gewählt, um ein möglichst breites Spektrum
an Perspektiven, Blattlinien und visuellen
Stilen zu bekommen (Tabelle 1). Die Re-
gionalzeitungen stammen aus den Haupt-
städten, in denen die Proteste jeweils
stattgefunden haben. Der Erhebungs-
zeitraum erstreckt sich vom 25. Mai 2020
(dem Tag, an dem George Floyd getötet
wurde) bis zum Abflauen der Proteste am
30. Juni 2020. Gesucht wurde in verschie-
denen Datenbanken (u. a. APA defacto,
Archive der Zeitungen) nach Artikeln mit
den Stichworten «Black Lives Matter» bzw.
«George Floyd». Der Gesamtkorpus an Bil-
dern (n=458) wurde für eine bessere Ver-
gleichbarkeit mit Instagram auf jene Bilder
reduziert, die Demonstrationsgeschehen

Tabelle 1: Untersuchte Tageszeitungen und Anzahl Bilder, die Demonstrationsgeschehen zeigen

	Deutschland	Anzahl Bilder	Österreich	Anzahl Bilder	Schweiz	Anzahl Bilder
Qualitätszeitung	<i>Frankfurter All- gemeine Zeitung</i>	23	<i>Der Standard</i>	20	<i>Neue Zürcher Zeitung</i>	17
Regionalzeitung	<i>Berliner Zeitung</i>	17	<i>Heute</i>	12	<i>Blick</i>	15
Boulevardzeitung	<i>Bild</i>	7	<i>Kronenzeitung</i>	28	<i>20 Minuten</i>	8
Gesamt		47		60		40

Tabelle 2: Lokale Verortung der Demonstrationen und Anzahl der Fotos davon

Stadt (Einwohner:innen)	Anzahl Teilnehmende (Datum)	Anteil Fotos von Demo an Gesamtzahl
Wien (1,9 Mio.)	50 000 (04.06.2020)	91/150
Berlin (3,6 Mio.)	15 000 (06.06.2020)	52/150
Zürich (403 000)	10 000 (13.06.2020)	60/100

Anmerkungen: Zu den Angaben der Teilnehmenden-Zahlen auf den einzelnen Demonstrationen siehe BLZ, 2020; Eglöff, 2020; ORF, 2020.

abbilden (n=147). Bilder im Korpus, die kein Demonstrationsgeschehen zeigen, waren z.B. historische Aufnahmen, Bilder von Statuen, Produkte, die rassistische Motive verwenden, oder Grafiken, aber überwiegend Porträts von Künstler:innen, Politiker:innen, Sportler:innen, die sich zu den Protesten geäußert hatten.

Den zweiten Teil der Stichprobe bildeten die je ersten 150 bzw. 100 Instagram-Postings, die mit einem der folgenden Hashtags markiert waren: #blacklivesmatterberlin, #blacklivesmattervienna, #blacklivesmatterzurich (n=400). Diese drei Hashtags beziehen sich auf das lokale Protestgeschehen in Wien, Berlin und Zürich¹ und damit auf konkrete, zeitlich begrenzte Demonstrationshandlungen, während der übergreifende Hashtag #BlackLivesMatter mehrere 100 Millionen Postings aus der ganzen Welt beinhalten würde. Die Postings wurden im Zeitraum vom 25. Juni bis 7. Juli 2020 in der Browseransicht von Instagram aufgerufen und per Screenshot gespeichert. Die Reihung der Postings im Browser erfolgt dabei durch den Instagram-Algorithmus nach «Top», daher nach Relevanz und Chronologie, das bedeutet, dass populäre Postings mit vielen Likes und von Accounts mit grosser Reichweite höher gereiht werden. Somit ist an der Priorisierung der Bilder und an der Zusammenstellung des Korpus auch der Algorithmus als nicht-humaner Akteur beteiligt. Da diese Art der Darstellung von Inhalten auf Social Media aber den alltäglichen Zugang der User:innen reproduziert und wir sehen, was ihnen angezeigt wird, wenn sie nach dem jeweiligen Hash-

tag suchen, sehen wir das als passendes, feldspezifisches Sampling an.²

Interessant ist dabei, dass insgesamt (über die Bildtypen hinweg) fast zwei Drittel der 150 Bilder aus Wien und der 100 Bilder aus Zürich Fotos von der Demonstration sind, jedoch lediglich rund ein Drittel der 150 Berlin-Bilder Demonstrationen zeigt. Es liegt nahe, dass dieser Unterschied auf die sehr unterschiedliche Anzahl der jeweils Teilnehmenden (auch in Relation zur Einwohner:innenzahl der Städte) zurückzuführen ist. In Tabelle 2 sind die Daten der ersten bzw. grössten Protestkundgebungen genannt, in allen Städten haben in den Wochen danach auch noch kleinere Märsche, Mahnwachen usw. stattgefunden.

Ursprünglich richtete sich unser Forschungsinteresse auf einen Vergleich zwischen den drei untersuchten Ländern bzw. Städten. Abgesehen von der Gesamtanzahl der Fotos von den Demonstrationen auf Instagram zeigten sich jedoch keine nennenswerten Unterschiede in Bezug auf das Vorhandensein und die relative Häufigkeit der Bildtypen, weshalb der Ländervergleich in Kapitel 4 nicht weiter ausgeführt wird.

3.2 Methodisches Vorgehen

Als Analysemethode diente die Bildtypenanalyse (Grittmann & Ammann, 2011, S. 171). Nach der Zusammenstellung des Korpus wurden zunächst die relevanten Eckdaten zu den Bildern (Erscheinungsdatum, Zuordnung Zeitung, Positionierung Seite, Farbe oder schwarz-weiss, Bildquelle, Headline) dokumentiert. In der ersten Analysestufe, der ikonografischen

1 Zu #blacklivesmatterzurich konnten insgesamt nur 100 Bilder abgerufen werden, mehr wurden nicht angezeigt bzw. öfter wurde der Hashtag nicht verwendet.

2 Eine Alternative wäre die Reihung der Postings nach «neueste» zu wählen, was eine chronologische Sortierung generiert, die lediglich in der Smartphone-App möglich ist.

Analyse, wurden induktiv Motive und Themen (Demonstrationsgeschehen, Portrait, materielle Umwelt usw.) bestimmt, denen in MAXQDA im Anschluss die Bilder von zwei Projektmitarbeiterinnen zugeordnet wurden. Jene Bilder, die als Demonstrationsbilder definiert wurden, wurden schliesslich einer qualitativen Bildtypenanalyse unterzogen. Im zweiten Analyse-schritt wurden innerhalb der Gruppe der Demonstrationsbilder wiederkehrende Bildmotive ermittelt und zu unterschiedlichen Bildtypen gruppiert. Bei einem solchen Vorgehen werden Bilder mit ähnlichen Bedeutungen der Motive zu Typen zusammengefasst. Bildtypen können aber auch unterschiedliche Motive mit der gleichen abstrahierten Bedeutung beinhalten (Grittmann & Ammann, 2011, S. 170). Die qualitative Bildtypenanalyse wurde zunächst von den drei Autorinnen getrennt durchgeführt, dann wurden die daraus resultierenden Typologien verglichen, akkumuliert, auf ihre intersubjektive Nachvollziehbarkeit geprüft und schliesslich zusammengeführt.

Die quantitative Verteilung der Bildtypen war ebenfalls von Interesse, aber zweitrangig, da das Forschungsinteresse primär darin lag zu untersuchen, welche Protesthandlungen wie sichtbar gemacht werden, vor allem im Hinblick auf den körperlichen Ausdruck der Akteur:innen und das visuelle Protestrepertoire, wie etwa kollektive Inszenierungen und Gesten sowie performative oder schriftliche Formulierungen der Protestanliegen. Aus der relationalen Verteilung der Bildtypen war es jedoch möglich deren jeweilige Bedeutung innerhalb des Samples abzuleiten.

4 Analysen der Bildkommunikation in Tageszeitungen und auf Instagram

Im Folgenden werden jene Bildtypen, die auf Basis der Bilder aus den Tageszeitungen und von Instagram rekonstruiert werden konnten, kurz beschrieben und abschliessend vergleichend analysiert.

4.1 Bildtypen in Tageszeitungen

Zunächst werden die vier vorherrschenden Bildtypen in den Tageszeitungen vorgestellt. Diese umfassen die Bildtypen «Interaktionen zwischen Demonstrierenden und der Polizei», «Demonstrierende als Masse», «Demonstrierende mit Schild» sowie «Protestgesten und Körper als kollektive Inszenierung».

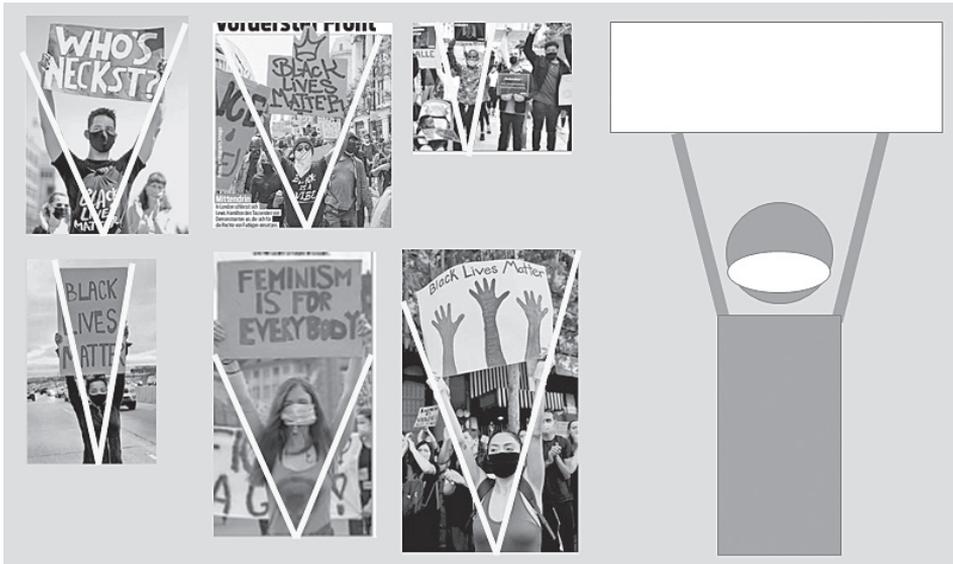
4.1.1 Bildtyp «Interaktionen zwischen Demonstrierenden und der Polizei»

Mit insgesamt 54 Bildern im Datenkorpus der Tageszeitungen stellte sich der Bildtyp «Interaktionen zwischen Demonstrierenden und der Polizei» als dominierend heraus. Polizist:innen werden bei den Demonstrationen in Österreich, Deutschland und der Schweiz in erster Linie in ihrer Rolle als friedliche Beobachter:innen des Geschehens sichtbar. Sie stehen in ihrer Uniform – meist ohne Schutzkleidung oder Bewaffnung – mit vor dem Körper verschränkten Händen statisch da und beobachten passiv die vorbeigehende Menge. Eine klare räumliche und physische Trennung wird durch Absperrgitter visuell untermauert. Die Polizei scheint hier eher zum Schutz der Demonstrierenden und der Infrastruktur abgestellt zu sein und wird visuell nicht als Aggressor gezeigt. In Bildern des US-amerikanischen Demonstrationsgeschehens, von denen es ebenfalls einige in unserem Sample gibt, ist die Polizei hingegen deutlich präsenter und es werden konfrontative Situationen und zum Teil sogar Kampfhandlungen sichtbar gemacht. So treten in mehreren Bildern Gruppen von Polizist:innen in Kampfmontur mit Helmen, Plastikschildern und Schlagstöcken auf. Sie suggerieren das Eintreten in eine Konfliktsituation, die potenziell physisch gewalttätig sein kann. Dieses Auftreten als geschlossene, anonyme Einheit unterstreicht die physische und zahlenmässige Überlegenheit gegenüber den Protestierenden.

4.1.2 Bildtyp «Demonstrierende als Masse»

Stark vertreten (n=27) sind im Zeitungssample Bilder, die die protestierenden Menschenmassen von oben zeigen. In

Abbildung 1: Bildtyp «Demonstrierende mit Schild»



Quellen: von links oben im Uhrzeigersinn: *Der Standard*, 2.6.2020; *Blick*, 24.6.2020; *Heute*, 12.6.2020; *Der Standard*, 8.6.2020; *Blick*, 15.6.2020; *20 Minuten*, 2.6.2020; Grafik und Markierungen: eigene Darstellung.

diesen Bildern kommt einerseits Distanz zum Demonstrationsgeschehen zum Ausdruck, andererseits wird die breite gesellschaftliche Unterstützung visualisiert, die der Protest erfährt. Aufnahmen, die bei Nacht entstanden sind, und auf denen Hilfsmittel wie Feuer oder Pyrotechnik zu sehen sind, können die Demonstrierenden bedrohlich wirken lassen. Sie erscheinen hier nur als Silhouetten und anonyme Masse, meist dunkel gekleidet, teilweise auch maskiert. Bei Tageslicht hingegen wirkt der Protest friedlicher. Auch Bilder, die grössere Gruppen von Demonstrierenden zeigen, von denen nur einzelne Personen erkennbar sind, lassen sich als Subkategorie diesem Typ zuordnen ($n = 17$). In diesen Bildern wird die Diversität der Beteiligten deutlich. Zahlreiche Demonstrierende sind auf diesen Bildern mit Banner zu sehen. Wie ein Schutzschild tragen sie es vor sich her und erscheinen dadurch machtvoller. Indem im Hintergrund lokale Sehenswürdigkeiten oder Denkmäler abgebildet sind, finden sich in den Bildern der demonstrierenden Massen teilweise auch Verweise auf den Ort des Protests (z. B. Wiener Karlskirche oder Berliner Sie-

gessäule im Hintergrund), der bei entsprechendem Wissen dekodiert werden kann.

4.1.3 Bildtyp «Demonstrierende mit Schild»

Bilder von Demonstrierenden mit hochgehaltenem Schild stellen einen weiteren Bildtyp dar ($n = 28$). Dabei wiederholt sich eine V-förmige Bildkomposition (Abbildung 1): Eine in der Regel eher jüngere, oft *weisse* Person hält das Schild mit nach oben gestreckten Armen über den Kopf, so dass die Aufschrift deutlich sichtbar wird. Der Körper trägt die Botschaft damit wie eine Verkehrs- oder Hinweistafel.

Schilder gehören zum visuellen Repertoire von Demonstrationen. Sie formulieren textlich die Anliegen der Protestbewegung, die körperlich oder performativ nicht ausgedrückt werden können. Ein spannender – wenngleich wohl eher zufälliger – Kontrast entsteht hierbei durch das Tragen der Mund- und Nasenschutzmasken, die wie ein Symbol der Sprachlosigkeit oder des Sprechverbots wirken, dem das «sprechende» Schild entgegengehalten werden muss. Die Schilder formulieren konkrete Protestanliegen und bewegen sich mit ihrer Kritik an Rassismus und

der Justiz oder der Würdigung der Opfer in einem breiteren Themenspektrum. Die Bilder aus dem europäischen Kontext ähneln hier jenen, die US-amerikanisches Protestgeschehen zeigen, auch die Protestlogans sind quasi identisch. Eine lokale Vereinnahmung des Protests zur Sichtbarmachung sozialer Problemlagen im Kontext von Rassismus und Fremdenfeindlichkeit im deutschsprachigen Raum findet im erhobenen Korpus kaum statt.

4.1.4 Bildtyp «Protestgesten und Körper als kollektive Inszenierung»

Zu einem weiteren Bildtyp (n=27) lassen sich Bilder gruppieren, auf denen sich Menschen unterschiedlicher Protestgesten bedienen und diese in kollektiven Inszenierungen deutlich sichtbar machen. Ein wiederkehrendes Motiv in diesen Bildern ist die geballte und gestreckte Faust

als Geste der Solidarisierung und des Widerstands – ein Symbol, das von unterschiedlichen politischen Bewegungen in Anspruch genommen wird. Während die Geste in Europa vor allem als «sozialistischer Gruss» bekannt ist, ist sie in den USA eng verbunden mit der Black Power Bürgerrechtsbewegung und dem Protest der beiden Schwarzen Athleten Tommie Smith und John Carlos bei den Olympischen Spielen 1968, verweist hier also deutlich auf eine historische Kontinuität der Protestanliegen. Die Bilder der Tageszeitungen zeigen ausschliesslich People of Color, die diese Geste machen, meist Einzelpersonen vor einer im Hintergrund zu sehenden Menschenansammlung. Visuell werden so unterschiedliche Rollen von Demonstrierenden konstruiert, die als zentrale oder periphere Figuren unterschiedliche Positionen innerhalb des

Abbildung 2: Bildtyp «Protestgesten und Körper als kollektive Inszenierung»



Quellen: von links oben im Uhrzeigersinn: Berliner Zeitung, 8.6.2020; Blick, 15.6.2020; Kronen Zeitung, 5.6. 2020.

Protests einnehmen. Andere Bilder zeigen wiederum grössere Gruppen von Menschen, die zusammen anhand von kollektiven Gesten oder Posen ihren Protest zum Ausdruck bringen, etwa auf dem Rücken liegend, sich an den Händen haltend oder untereinander mit bunten Bändern verbunden. Auf einigen Bildern liegen die Demonstrierenden auf dem Bauch mit dem Gesicht nach unten, teilweise sind sie dabei gänzlich in schwarz gekleidet. Hier wird Bezug genommen auf die Festnahme George Floyds, mit dem sie sich in ihrer Verletzlichkeit ausdrückenden Haltung solidarisieren. Andere Bilder zeigen Menschen, die gemeinsam als Zeichen des Respekts niederknien und ihren Blick nach unten senken – eine Geste, die, wie Milman und Doerr (im Druck) zeigen, in verschiedenen kulturellen und politischen Kontexten ganz unterschiedliche Konnotationen hervorrufen kann. Die Mund- und Nasenschutzmasken scheinen ihnen auf diesen Bildern sinnbildlich ihre Stimme zu nehmen.

Die Bilder dieses Typs lassen sich mit anderen Formen des gewaltfreien Widerstands oder zivilen Ungehorsams assoziieren. Sie zeigen aber auch, auf welche Weise die Protestbewegung den öffentlichen Raum reklamiert und einen Platz in der Gesellschaft für sich beansprucht.

4.2 Bildtypen auf Instagram

In den folgenden Abschnitten werden die Bildtypen auf Instagram, die nicht-fotografische und fotografische Elemente enthalten, näher erläutert. Im Einzelnen handelt es sich um die Bildtypen «Text/Meme/Grafik», «Protest von innen» und «Sprecher:in».

4.2.1 Bildtyp «Text/Meme/Grafik»

Dieser Typ umfasst jene Postings, die keine oder kaum fotografische Elemente enthalten, sondern aus Text, Memes oder Grafiken bestehen. Diese Gruppe stellt rund ein Fünftel des Gesamtkorpus (n=83) dar und ist überraschend gross angesichts der Tatsache, dass Instagram eigentlich ein fotozentriertes Medium ist. Oft enthalten die Postings englischsprachige Informationen und konkrete Handlungsanweisungen im

Rahmen der globalen Proteste, etwa «How can I help from Austria?» oder «Black-livesmatter – what can you do?». In diesem Bildtyp deutet sich ein Wandel von medialen Modalitäten innerhalb von Instagram an: Information und Wissensvermittlung gewinnen an Bedeutung, und damit auch Text als dafür geeignetes Medium (Ables, 2020). Die textlastigen Slideshows eignen sich zudem gut dazu, in der Story geteilt zu werden. Neben ausführlichen Inhalten werden auch Protestslogans, Symbole und Solidaritätsbekundungen gezeigt. Da diese Äusserungen ebenfalls eine Form von Protesthandlungen darstellen, wurden sie nicht aus dem Sample entfernt, sondern als eigener Bildtyp gefasst.

4.2.2 Bildtyp «Protest von innen»

Der häufigste Bildtyp (n=167) auf Instagram beinhaltet jene Bilder, die das Protestgeschehen von innen zeigen: Meist sind maskierte oder unmaskierte Gesichter, vor allem junger Menschen, zu sehen, es treten sowohl Weisse als auch People of Color in Erscheinung, die Diversität der Teilnehmenden wird deutlich sichtbar. Gezeigt wird ein friedlicher Protest in sommerlicher Atmosphäre – innerhalb des Typs lassen sich explizit vor der Kamera posierende Akteur:innen und grössere sowie kleinere Gruppen, meist in Bewegung, unterscheiden. Jene Bilder, die selbst gestaltete Plakate und Schilder fokussieren, stellen innerhalb des Typs über alle Städte hinweg die grösste Subkategorie dar. An den Texten der Schilder wird deutlich, dass fast ausschliesslich englischsprachige Begriffe und Slogans verwendet werden und somit ein starker Bezug zum US-amerikanischen Ursprung der Protestbewegung hergestellt wird.

Die Kamera befindet sich in diesem Bildtyp in der Menge und auf Augenhöhe, es wird deutlich, dass die Bildproduzent:innen gleichzeitig Demonstrierende sind. Sie zeigen somit ihren Follower:innen die Geschehnisse mehr oder weniger live (fast alle Bilder sind zwischen dem 5. und 8. Juni 2020 gepostet worden) und von mittendrin. Im Sinne einer «connective action» können die Bildbeiträge zu den Hashtags als «personal action frame»

Abbildung 3: Bildtyp «Protest von innen»



Quelle: von links oben im Uhrzeigersinn: @africaninzurich, 13.6.2020; @bpitch.berlin, 6.6.2020; @barbarakamer, 7.6.2020; @teryoshi, 27.6.2020; @bhenj189, 16.6.2020; @nikishafogo, 5.6.2020.

verstanden werden (Bennett & Segerberg, 2012), als Übersetzung eines Protestanliegens in den persönlichen, individuellen Handlungs- und Relevanzbereich. Eine weitere Untergruppe innerhalb dieses Typs zeigt auch die Demonstrationen von innen, bedient aber eine andere Art von Ästhetik: Die überwiegend schwarz-weißen Bilder sind im Stil von Fotoreportagen oder Street Photography aufgenommen, zeigen ausdrucksstarke Gesten und Porträts und können grossteils Accounts von Fotograf:innen zugeordnet werden.

4.2.3 Bildtyp «Sprecher:in»

In diesem Bildtyp, der in Berlin wohl aufgrund des Protestformats einer «Silent Demo» nicht vorkommt, werden bestimmte Personen durch Mikrofone, Megafone oder exponierte Positionen auf Bühnen als für die Bewegung Sprechende markiert. Diese Personen erhalten eine aktive Rolle und scheinen so visuell für die Bewegung zu sprechen. Auf Instagram sind in dieser Rolle nur People of Color zu sehen.

4.2.4 Weitere Bildtypen

Schliesslich finden sich noch einige seltene Bildtypen, zum Beispiel «räumliche Bezüge zu konkreten urbanen Orten», wie etwa die Wiener Karlskirche oder die Berliner Siegessäule. Die spezifischen räumlichen Bedingungen werden in das Protestgeschehen integriert, etwa indem Engelsstatuen Protestschilder umgehängt werden oder Protestierende auf U-Bahn-Abgänge hinaufklettern. Die räumliche Verortung wird meistens auch im Bildtyp «Masse von aussen» sichtbar, der die Demonstrierenden nicht als Individuen, sondern als homogene Gruppe aus der Aussensperspektive bzw. Vogelperspektive an einem bestimmten Ort zeigt. Ein weiterer seltener Bildtyp, der fast nur in Berlin erscheint, sind «künstlerische Auseinandersetzungen mit dem Thema Rassismus», in dem sich etwa Streetart-Darstellungen oder Zeichnungen mit BLM-Bezug finden.

Im Bildtyp «Merchandising Produkte» werden zum Beispiel T-Shirts angeboten, aber auch Kekse und Torten – die in Berlin

stark präsenzte Kampagne «Bakers against racism» nutzte den BLM-Hashtag intensiv zu Marketing-Zwecken, behauptet aber, durch den Verkauf von Backwaren die BLM-Initiative zu unterstützen. Insgesamt fanden sich jedoch kaum kommerzielle Postings, die die Hashtags zweckentfremden.

5 Diskussion: Visueller Aktivismus auf Instagram und Protestabbildungen in Tageszeitungen

Die Ergebnisse der Analysen der Bilder bei Instagram und in den untersuchten Zeitungen wurden entlang der von uns entwickelten Bildtypen gruppiert. Unterschieden haben wir nach den Akteur:innen und Sprechpositionen, den Darstellungsformen und der Ästhetisierung und Gestaltung. Insgesamt sind in beiden Medienkontexten vielfältige Personen und Personengruppen sichtbar. Mehrheitlich wird das Demonstrationsgeschehen von Weissen dominiert. Die Rolle, die Akteur:innen zugewiesen wird, unterscheidet sich jedoch teilweise bei den visuellen Konstruktionen in Tageszeitungen und auf Instagram; so sind in Tageszeitungen People of Color als Protestakteur:innen mit erhobener Faust zu sehen, während sie auf Instagram durch Bühnen und Mikrofone sichtbar eine Sprechposition erhalten. Die Personen, die in Tageszeitungen abgebildet werden, und als Weiss gelesen werden können, stellen so eine sich solidarisierende Gruppe bzw. Masse dar. Die Faust als Geste bekommt eine ikonenhafte Bedeutung, die an die Ästhetik anderer Protestbilder anknüpft.

In Bezug auf die Darstellungsformen bietet Instagram ein vielfältiges Bild vom Protestgeschehen durch die Innenperspektive. Das Demonstrationsgeschehen wird aus der Sicht der Teilnehmer:innen gezeigt, während bei den Pressebildern die Demonstrierenden vor allem als Masse und von aussen gezeigt werden. Dadurch entsteht eine Distanz, die noch dadurch unterstützt wird, dass aufrührerische Szenen fast ausschliesslich bei den Bildern in Tageszeitungen vorkommen. Vor allem

die Darstellungen der US-Proteste in den Bildern der Tageszeitungen werden als potenziell gewalthaltig konstruiert, indem z. B. die Polizei in Schutzausrüstung oder Demonstrierende mit Drohgebärden und Pyrotechnik sichtbar gemacht werden. Die Demonstrierenden im deutschsprachigen Raum werden in den Tageszeitungen hingegen als friedliche Masse dargestellt. Auch die untersuchten Bilder auf Instagram zeigen keine gewalthaltigen Darstellungen, da sie sich ausschliesslich auf Protesthandlungen im deutschsprachigen Raum beziehen, was aufgrund der ausgewählten Hashtags naheliegender ist. In Bezug auf Twitter stellten Neumayer und Rossi (2018, S. 4306) fest: «Rather than rupturing the hegemonic visuality of protest, the images shared on Twitter amplify and reinforce existing classifications and shift focus from social movements' grievances to the spectacle of violence.» Da es aber in Bezug auf die BLM-Proteste im deutschsprachigen Raum kein «spectacle of violence» gab, konnte dieses auch nicht abgebildet werden. Die Tageszeitungen greifen daher auf Agenturbilder von anderen Orten des Protests zurück und unterstützen so die hegemoniale visuelle Deutung von Protesten als gewaltvoll und potenzielle Bedrohung der herrschenden Ordnung. Auf Instagram wird hingegen ein «colorful protest as an alternative» deutlich (Neumayer & Rossi, 2018, S. 4304). Die Proteste waren darüber hinaus Anstoss für weitere Initiativen wie etwa das Black Voices Volksbegehren in Österreich. Der lokale (gesellschafts-)politische Bezug wird während der Demonstrationen selbst jedoch kaum sichtbar. In unserem Sample gibt es nur vereinzelt Bilder, die über Schilder und Slogans Verbindungen zwischen den globalen Protestanliegen und jeweils lokalen Problemlagen im Zusammenhang mit Diskriminierung und Rassismus herstellen – etwa durch Hinweise auf die koloniale Vergangenheit Europas oder die Thematisierung eigener bzw. westlicher Verstrickungen. Eine Übersetzung in spezifische kulturelle und sozio-politische Kontexte findet somit kaum statt.

In Bezug auf die Ästhetisierung und Gestaltung der Bildelemente zeigt sich,

dass Instagram eine bestimmte Bildpolitik durch die gängige mobile Nutzung der App fördert. Fotos von Einzelpersonen und Gruppen bei einer der Demonstrationen finden in einem «selfie activism» (Nikunen, 2019) ihre Ausdrucksform. So wird zwar Solidarität mit den globalen Protesten ausgedrückt, teilweise aber in Form einer Art «Instagrammable humanitarianism» (Reestorff, 2018), der es erleichtert sich an einem Protest oder einer Kampagne zu beteiligen. Bei den Bildern auf Instagram war zudem auffällig, dass sie häufig von Accounts stammen, die professionellen Creator:innen zugeordnet werden konnten, wie sie generell auf Social Media vielfach vertreten sind. Als kommerzielle Plattform unterstützt Instagram auch Werbeeinnahmen; vor diesem Hintergrund ist zu verstehen, dass die Hashtags teilweise auch zu Zwecken des Merchandisings bestimmter Produkte genutzt werden, wie bei der visuellen Analyse deutlich wurde. Die grosse Menge an Text- und Informationspostings rund um die Hashtags macht zudem deutlich, dass die einst bildzentrierte Plattform nun auch vermehrt für inhaltliche Wissensvermittlung und Community-Building genutzt wird.

Tageszeitungen greifen vor allem auf Bilder von Bildagenturen zurück. Dies erklärt, dass neben den lokalen Protesten auch US-amerikanische Proteste einen so grossen Raum einnehmen sowie bestimmte Kameraperspektiven – wie eine demonstrierende Masse von oben – möglich sind. So zeigen die Tageszeitungen zwar unterschiedliche Bilder; dennoch wirken die Bilder auf Instagram vielfältiger in Bezug auf das Demonstrationsgeschehen im deutschsprachigen Raum.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass gerade über Instagram Formen von Öffentlichkeiten entstehen, die sich um ein bestimmtes Ereignis herum formieren, im Sinne einer «event-driven-public» (Thimm, 2017). Durch die Praktiken des Teilens und Likens stellt dies eine Form der «connective action», also des politischen Engagements als Ausdruck persönlicher Hoffnungen und Lebensstile dar (Bennett & Segerberg, 2012). Sowohl

in Tageszeitungen als auch auf Instagram werden Emotionen und Affekte adressiert, was gerade bei visuellen Ausdrucksformen eine zentrale Rolle spielt. Für die BLM-Bewegung erhalten insbesondere Social Media eine zentrale Rolle, da diese die Entwicklung gemeinsamer Ziele und den Bewegungszusammenhalt unterstützen können, während Tageszeitungen vor allem eine hegemoniale, sensationsorientierte Deutung des Protestgeschehens liefern.

6 Resümee

Diese Zusammenschau der Ergebnisse der öffentlichen visuellen Aushandlungsprozesse über und von Black Lives Matter zeigt das Zusammenwirken von medialer Öffentlichkeit, digitalen Medien sowie individuellen Ausdrucksformen als konstituierend für die kulturelle Bedeutungsproduktion. Durch verschiedene visuelle Darstellungen und Ästhetisierungen werden die Proteste in einer unterschiedlich breiten Perspektive verortet. Dies zeigt, dass – bei aller Unterschiedlichkeit in Bezug auf die untersuchten visuellen Konstruktionen – die Frage danach, welche Perspektiven mit welchen Ästhetiken Protestbewegungen visualisieren, zentral ist. Die unterschiedlichen kontextuellen Bedingungen treten also in Bezug auf die Sichtbarmachung von Protestanliegen deutlich hervor: Auf Social Media inszenieren sich die Teilnehmenden einerseits als Teil einer aktiven Zivilgesellschaft und betonen politisches Engagement im Rahmen ihrer Selbstdarstellung auf Instagram. Durch die Nutzung der Hashtags machen sie zudem die Protestbewegung insgesamt sichtbarer und gestalten deren Repräsentation mit. Die journalistische Bildkommunikation in den Tageszeitungen hingegen richtet die Aufmerksamkeit eher auf das Aussergewöhnliche bzw. Markante, etwa Zusammenstösse mit der Polizei in den USA und die demonstrierenden Massen im deutschsprachigen Raum; sie orientieren sich so an der gängigen Berichterstattung über aktuelle Geschehnisse und kuratieren deren Darstellung aus

einem Pool professioneller Bilder. Eine auffallende Leerstelle zeigt sich in beiden Medienkontexten: Lokale Bezüge zu Polizeigewalt und Rassismus werden visuell kaum bis gar nicht hergestellt. Hier würde sich eine spannende Fragestellung für weitere Forschungen ergeben, die etwa auch die Texte der Artikel bzw. Bildtexte auf Instagram mit einbezieht.

Danksagung

Wir bedanken uns herzlich bei unseren Forschungspraktikantinnen Semanur Gürcü und Julia Vockenhuber sowie bei Karin Kuzmanov und Katharina Schöppl für ihre wertvolle Unterstützung bei der Erhebung, Dokumentation und Analyse des Datenmaterials.

Darüber hinaus möchten wir uns für die hilfreichen Kommentare und Präzisierungen zur Überarbeitung dieses Artikels bei den beiden anonymen Gutachter:innen herzlich bedanken.

Interessenkonflikt

Die Autorinnen erklären, dass keine Interessenkonflikte bestehen.

Literatur

- Ables, K. (2020, August 15). Selfies and sunsets be gone: The latest Instagram trend is PowerPoint-style presentations. *Washington Post*. Abgerufen unter <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/08/15/instagram-race-activism-slideshow-graphics/>
- Al-Rawi, A. (2021). Political memes and fake news discourses on Instagram. *Media and Communication*, 9(1), 276–290. <https://doi.org/10.17645/MAC.V9I1.3533>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739–768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Bernard, A. (2019). *Theory of the hashtag*. Cambridge, UK: Polity.
- BLZ (2020, June 6). George Floyd. 15 000 Menschen bei «Silent Demo» gegen Rassismus auf dem Berliner Alex. *Berliner Zeitung*. Abgerufen unter <https://www.berliner-zeitung.de/mensch-metropole/15000-menschen-bei-silent-demo-gegen-rassismus-auf-dem-berliner-alex-li.86184?pid=true>
- Bogerts, L. K. (2015). Die Kraft des Visuellen: Emotionen und Bilder in der Protest- und Bewegungsforschung. In K.-R. Korte (Hrsg.), *Emotionen und Politik. Begründungen, Konzeptionen und Praxisfelder einer politikwissenschaftlichen Emotionsforschung* (S. 225–246). Baden-Baden: Nomos.
- boyd, d. (2010). Social network sites as networked publics. In Z. Papacharissi (Hrsg.), *A networked self. Identity, community, and culture on social network sites* (S. 39–58). New York, NY: Routledge.
- Bruns, A., & Burgess, J. (2011). The use of twitter hashtags in the formation of ad hoc publics. In A. Bruns & P. de Wilde (Hrsg.), *Proceedings of the 6th European Consortium for Political Research (ECPR) General Conference 2011* (S. 1–9). University of Iceland, Reykjavik.
- Bruns, A., & Burgess, J. (2015). Twitter hashtags from ad hoc to calculated publics. In N. Rambukkana (Hrsg.), *Hashtag publics. The power and politics of discursive networks* (S. 13–17). New York, NY: Peter Lang.
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: politics and power* (2. Auflage). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Daubs, M. S. (2017). Integration durch Diversifikation. Die Mediatisierung sozialer Bewegungen vom «Kampf von Seattle» bis Occupy. In O. Jandura, M. Wendelin, M. Adolf, & J. Wimmer (Hrsg.), *Zwischen Integration und Diversifikation. Medien und gesellschaftlicher Zusammenhalt im digitalen Zeitalter* (S. 121–138). Wiesbaden: Springer VS.
- della Porta, D. (2005). Multiple belongings, tolerant identities, and the construction of «another politics». Between the European social forum and the local social fora. In D. della Porta & S. Tarrow (Hrsg.), *Transnational protest and global activism* (S. 175–202). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

- Doerr, N., & Teune, S. (2012). The imagery of power facing the power of imagery. Towards a visual analysis of social movements. In K. Fahlenbrach, M. Klimke, J. Scharloth, & L. Wong (Hrsg.), *The establishment responds. Power, politics, and protest since 1945* (S. 43–55). New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Doerr, N., Mattoni, A., & Teune, S. (2013). Toward a visual analysis of social movements, conflict, and political mobilization. In N. Doerr, A. Mattoni & S. Teune (Hrsg.), *Advances in the visual analysis of social movements* (S. xi–xxvi). Bingley, UK: Emerald.
- Dolata, U. (2018). Soziale Bewegungen: Die soziotechnische Konstitution kollektiven Handelns. In U. Dolata & J.-F. Schrape (Hrsg.), *Kollektivität und Macht im Internet. Soziale Bewegungen – Open Source Communities – Internetkonzerne* (S. 39–69). Wiesbaden: Springer VS.
- Edrington, C. L., & Gallagher, V. J. (2019). Race and visibility: How and why visual images of Black Lives Matter. *Visual Communication Quarterly*, 26(4), 195–207. <https://doi.org/10.1080/15551393.2019.1679635>
- Egloff, S. (2020, June 14). Kundgebung. Über 10 000 gingen in Zürich für «Black Lives Matter»-Demo auf die Strasse. *Limmattaler Zeitung* (Region, Zürich). Abgerufen unter <https://www.limmattalerzeitung.ch/limmattal/zuerich/uber-10-000-gingen-in-zurich-fur-black-lives-matter-demo-auf-die-strasse-ld.1422760>
- Einwohner, R. L., & Rochford, E. (2019). After the march: Using Instagram to perform and sustain the women's march. *Sociological Forum*, 34(S1), 1090–1111. <https://doi.org/10.1111/socf.12542>
- Fahlenbrach, K. (2002). *Protest-Inszenierungen. Visuelle Kommunikation und Kollektive Identitäten in Protestbewegungen*. Wiesbaden: VS.
- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Hrsg.), *Media technologies. Essays on communication, materiality, and society* (S. 167–194). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Grittmann, E. (2019). Fotojournalismus und journalistische Bildkommunikation in der digitalen Ära. In K. Lobinger (Hrsg.), *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung* (S. 125–143). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Grittmann, E., & Ammann, I. (2011). Quantitative Bildtypenanalyse. In C. Schwender & T. Petersen (Hrsg.), *Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation: ein Handbuch* (S. 163–178). Köln: Herbert von Halem.
- Grittmann, E., & Koltermann, F. (Hrsg.) (2022). *Fotojournalismus im Umbruch. Hybrid, multimedial, prekär*. Köln: Herbert von Halem.
- Hall, S. (2007). The spectacle of the «other». In S. Hall (Hrsg.), *Representation. Cultural representations and signifying practices* (S. 223–291). London, UK: Sage.
- Hand, M. (2012). *Ubiquitous photography*. Cambridge UK: Polity.
- Kanter, H. (2016). *Ikonsche Macht. Zur sozialen Gestaltung von Pressebildern*. Leverkusen-Opladen: Barbara Budrich.
- Kaun, A., Kyriakidou, M., & Uldam, J. (2016). Political agency at the digital crossroads? *Media and Communication*, 4(4), 1–7. <https://doi.org/10.17645/mac.v4i4.690>
- Kaun, A., & Uldam, J. (2018). Digital activism: After the hype. *New Media & Society*, 20(6), 2099–2106. <https://doi.org/10.1177/1461444817731924>
- Kavada, A. (2016). Social movements and political agency in the digital age: A communication approach. *Media and Communication*, 4(4), 8–12. <https://doi.org/10.17645/mac.v4i4.691>
- Kilgo, D. K., & Mourão, R. R. (2021). Protest coverage matters: How media framing and visual communication affects support for black civil rights protests. *Mass Communication and Society*, 24(4), 576–596. <https://doi.org/10.1080/15205436.2021.1884724>
- Leaver, T., Highfield, T., & Abidin, C. (2020). *Instagram. Visual social media cultures*. Cambridge UK: Polity.
- Liebhart, K. (2015). Visuelle Repräsentationen antipluralistischer Politik am Beispiel der Islam- und Muslimenfeindlichkeit. *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft*, 44(2), 87–103. <https://doi.org/10.15203/ozp.513.vol44iss2>
- Maier, T. (2021). *Visueller Aktivismus mit Instagram. Politische Kommunikation in Sozialen Medien*. Berlin: Rosa-Luxem-

- burg-Stiftung. Abgerufen unter https://www.rosalux.de/fileadmin/images/publikationen/Studien/Studien_10-21_VisueLLer_Aktivismus_web_1_1.pdf
- Maireder, A., & Schlögl, S. (2014). 24 hours of an #outcry: The networked publics of a socio-political debate. *European Journal of Communication*, 29(6), 687–702. <https://doi.org/10.1177/0267323114545710>
- Mattoni, A. (2017). A situated understanding of digital technologies in social movements. Media ecology and media practice approaches. *Social Movement Studies*, 16(4), 494–505. <https://doi.org/10.1080/14742837.2017.1311250>
- Milman, N., & Doerr, N. (im Druck). Visual analysis. In M. Giugni & M. Grasso (Hrsg.), *Oxford handbook of political participation research* (S. 1–15). Oxford, UK: Oxford University Press. Abgerufen unter https://www.researchgate.net/publication/353706567_Visual_analysis_Black_Lives_Matter_visual_acts_of_citizenship
- Mirzoeff, N. (2011). *The right to look: A counter-history of visibility*. Durham, NC: Duke University Press.
- Neumayer, C., & Rossi, L. (2018). Images of protest in social media: Struggle over visibility and visual narratives. *New Media & Society*, 20(11), 4293–4310. <https://doi.org/10.1177/1461444818770602>
- Nikunen, K. (2019). Once a refugee: Selfie activism, visualized citizenship and the space of appearance. *Popular Communication*, 17(2), 154–170. <https://doi.org/10.1080/15405702.2018.1527336>
- Okoth, G. B. W. (2020). How Kenyans on Twitter use visuals as a form of political protest. *kommunikation.medien, n.d.*(12), 1–27. <https://doi.org/10.25598/JKM/2020-12.4>
- Olesen, T. (2013). «We are all Khaled Said»: Visual injustice symbols in the Egyptian revolution, 2010–2011. In N. Doerr, A. Mattoni, & S. Teune (Hrsg.), *Advances in the visual analysis of social movements* (S. 3–25). Bingley, UK: Emerald.
- ORF (2020, June 4). Politik. 50.000 bei «Black Lives Matter»-Demo. <https://wien.orf.at/stories/3051825/>
- Rambukkana, N. (2015). #Introduction: Hashtags as technosocial events. In N. Rambukkana (Hrsg.), *Hashtag publics* (S. 1–12). New York, NY: Peter Lang.
- Rancière, J. (2004). *The politics of aesthetics. The distribution of the sensible*. London, UK: Continuum.
- Raschke, J. (1988). *Soziale Bewegungen. Ein historisch-systematischer Grundriss* (2. Aufl.). Frankfurt am Main: Campus.
- Reestorff, C. M. (2018). Instagrammable humanitarianism and the politics of guilt. *Journal of Aesthetics & Culture*, 10(2), 83–96. <https://doi.org/10.1080/20004214.2018.1438733>
- Roth, R., & Rucht, D. (Hrsg.). (2008). *Die sozialen Bewegungen in Deutschland seit 1945. Ein Handbuch*. Frankfurt am Main: Campus. Abgerufen unter <http://swb.ebibliothek.com/patron/FullRecord.aspx?p=660000>
- Rucht, D. (2011). The strength of weak identities. *Forschungsjournal Soziale Bewegungen*, 24(4), 73–84.
- Rucht, D. (2016). Die medienorientierte Inszenierung von Protest. In Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.), *Dossier Medienpolitik*. Bonn. Abgerufen unter <https://www.bpb.de/gesellschaft/medien-und-sport/medienpolitik/236953/inszenierung-von-protest>
- Rucht, D., & Teune, S. (2017). Einleitung: Das Protestgeschehen in der Bundesrepublik seit den 1980er Jahren zwischen Kontinuität und Wandel. In P. Daphi, N. Deitelhoff, D. Rucht, & S. Teune (Hrsg.), *Protest in Bewegung? Zum Wandel von Bedingungen, Formen und Effekten politischen Protests* (S. 9–33). Baden-Baden: Nomos.
- Schade, S., & Wenk, S. (2011). *Studien zur visuellen Kultur. Einführung in ein transdisziplinäres Forschungsfeld*. Bielefeld: transcript.
- Schedler, J. (2016). Die extreme Rechte als soziale Bewegung. Theoretische Verortung, methodologische Anmerkungen und empirische Erkenntnisse. In F. Virchow, M. Langebach, & A. Häusler (Hrsg.), *Handbuch Rechtsextremismus* (S. 285–323). Wiesbaden: Springer VS.
- Schreiber, M. (2020). *Digitale Bildpraktiken. Handlungsdimensionen visueller vernetzter Kommunikation*. Wiesbaden: Springer VS.
- Statista. (2021). Number of monthly active Instagram users from January 2013 to June 2018 (in millions). *Statista Research Department*. Abgerufen unter <https://www.statista.com/statistics/1000000/instagram-users/>

- www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/
- Steiner, L., & Eckert, S. (2017). The democratic potential of feminist Twitter. In R. A. Lind (Hrsg.), *Race and gender in electronic media* (S. 213–230). London, UK: Routledge.
- Taylor-Smith, E., & Smith, C. F. (2019). Investigating the online and offline contexts of day-to-day democracy as participation spaces. *Information, Communication & Society*, 22(13), 1853–1870. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1469656>
- Thimm, C. (2017). Media convergence and the network society: Media logic(s), polymedia and the transition of the public sphere. In S. Sparviero, C. Peil, & G. Balbi (Hrsg.), *Media Convergence and Deconvergence*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Thimm, C., & Anastasiadis, M. (2017). Kernkonzepte der Kommunikationswissenschaft im Wandel – Digitale Öffentlichkeit zwischen Fragmentierung, Polymedia und «Mini-Publics». In M. Beiler & B. Bigl (Hrsg.), *100 Jahre Kommunikationswissenschaft in Deutschland. Von einem Spezialfach zur Integrationsdisziplin* (S. 231–246). Köln: Herbert von Halem.
- Tyner, A. R. (2021). *Black voter suppression. The fight for the right to vote*. Minneapolis, MN: Lerner Publishing Group.
- Ullrich, P. (2017). Postdemokratische Empörung. Ein Versuch über Demokratie, soziale Bewegungen und gegenwärtige Protestforschung. In T. Heim (Hrsg.), *Pegida als Spiegel und Projektionsfläche. Wechselwirkungen und Abgrenzungen zwischen Pegida, Politik, Medien, Zivilgesellschaft und Sozialwissenschaften* (S. 217–251). Wiesbaden: Springer VS.
- Van House, N. A. (2011). Personal photography, digital technologies and the uses of the visual. *Visual Studies*, 26(2), 125–134. <https://doi.org/10.1080/1472586X.2011.571888>
- Vis, F., Faulkner, S., Noble, S. U., & Guy, H. (2019). When Twitter got #woke: Black Lives Matter, DeRay McKesson, Twitter, and the appropriation of the aesthetics of protest. In A. McGarry, I. Erhart, H. Eslens-Ziya, O. Jenzen, & U. Korkut (Hrsg.), *The aesthetics of global protest* (S. 247–266). Amsterdam, The Netherlands: Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.1515/9789048544509-016>
- Warner, M. (2002). Publics and counterpublics. *Public Culture*, 14(1), 49–90. <https://doi.org/10.1215/08992363-14-1-49>
- Wischermann, U. (2017). Zur öffentlichen Wirksamkeit der deutschen historischen Frauenbewegungen um 1900 – Die Interaktion von Öffentlichkeiten. In E. Klaus & R. Drüeke (Hrsg.), *Öffentlichkeiten und gesellschaftliche Aushandlungsprozesse. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde* (S. 63–78). Bielefeld: transcript.