

Inhalt

Vorwort

Heike Kanter, Michael Brandmayr & Nadja Köffler 7

Zur Einleitung – Bilder, soziale Medien und das Politische: Ein komplexes Verhältnis unter der Lupe

Heike Kanter, Michael Brandmayr & Nadja Köffler 11

Geschlechterstereotype in der propagandistischen Kommunikation

Boris Traue 51

Frausein und Feminismus als Imagestrategie auf Instagram. Hillary Clintons visuelle Wahlkampfkommunikation für die US-Präsidentschaftswahl 2016

Sigrun Lillegraven 77

Kapitalismus, Körperdarstellung und soziale Medien

Martin Sexl 103

»Bäume oder Beton?« – Zur Bedeutung des Bildhaften im strategischen Framing lokalen Protests am Beispiel einer Kleingartenkolonie

Grischa Bertram 125

Memes für die Massen: Rechtspopulistische Fake-Accounts und ihre visuellen Strategien

Stephen Albrecht & Merle Strunk 149

»Sobald das Bild im Kasten ist, ist die Aktion eigentlich erledigt« – Die mediale (Diskurs-)Strategie der identitären ›Besetzer‹-Szene

Samuel Breidenbach & Peter Klimczak 181

Bilder der Angst – Kulturalisierter Sexismus in rechtspopulistischen Bedrohungsnarrativen	
<i>Lynn Berg</i>	211
Getäuscht in Veles, Mazedonien – Fake News als Guerillakommunikation der Krise	
<i>Thari Jungen</i>	241
Picturing the Enemies: Visuelle Praktiken der Emotionalisierung und <i>Nachvollsehbarkeit</i> in der politischen Kommunikation	
<i>Jeannine Wintzer</i>	267
Autorinnen und Autoren	297