

# 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

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