

Hochschule Merseburg
Fachbereich Soziale Arbeit, Medien, Kultur
M.A. Angewandte Medien- und Kulturwissenschaft

**Die Nutzung sozialer Medien seitens Wolodymyr Selenskyj
und seinem Kommunikationsteam während des
Russland-Ukraine-Krieges**

*Masterarbeit zur Erlangung des Grades
Master of Arts*

Vorgelegt von:
Lennart Wichmann

Erstgutachter: Prof. Dr. Stefan Meißner
Zweitgutachter: Prof. Dr. Alfred Frei

Abgabedatum: 27. April 2023

Abstract

In dieser Arbeit wird die Nutzung der Social Media Plattform *Instagram* durch den ukrainischen Präsidenten Wolodymyr Selenskyj und seinem Kommunikationsteam innerhalb ihrer politischen Kommunikation während des Russland-Ukraine-Krieges in den Fokus genommen.

Ausgehend von der Forschungsfrage "Wie nutzen Wolodymyr Selenskyj und sein Kommunikationsteam *Instagram* für ihre Kommunikation im Russland-Ukraine-Krieg?" werden insgesamt 20 *Instagram-Beiträge* des offiziellen Accounts "zelenskiy_official" anhand qualitativer inhaltsanalytischer Verfahren untersucht.

Die Analyse offenbart, dass Selenskyj die spezifische Funktionsweise von *Instagram* – insbesondere ihre Möglichkeiten des visuellen Storytellings – gezielt zur Unterstützung seiner politischen Kommunikation nutzt. Dabei erschafft er eine Erzählung, die sowohl seine eigene Identität als auch die Ukraine umfasst. Diese verstärkt er ständig mit emotionalen und informativen Inhalten, um der Ermüdung der Aufmerksamkeit des Publikums entgegenzuwirken.

Aufgrund der direkten, schnellen und visuellen Kommunikation auf *Instagram* gelingt es ihm, Social Media auf eine Weise zu nutzen, die von keinem anderen Staatsoberhaupt zuvor erreicht wurde, um die Unterstützung des eigenen angegriffenen Landes zu fördern.

Schlüsselwörter

Social Media, Instagram, Massenmedien, Politische Kommunikation, Struktureller Wandel, Wolodymyr Selenskyj, Russland-Ukraine-Krieg

Danksagung

Ich möchte mich besonders bei Yaroslava Shkolna bedanken, die mir als Muttersprachlerin bei einigen Übersetzungen geholfen hat und mir interessante Einblicke in die Wahrnehmung von Selenskyj in der Ukraine geben konnte.

1.) Einleitung	1
1.1.) Hintergrund	2
1.2.) Relevanz der Forschung und Zielsetzung	3
1.3.) Aufbau der Arbeit	4
2.) Öffentlichkeit	5
3.) Massenkommunikation	9
4.) Social Media	14
4.1.) Eigenschaften und Mechanismen von Social Media Plattformen	17
4.1.1.) Programmierbarkeit	17
4.1.2.) Popularität	20
4.1.3.) Konnektivität	21
4.1.4.) Datafizierung	24
4.1.5.) Aufmerksamkeit	25
4.1.6.) Emotionen und Affekte auf Social Media nach Lünenborg	26
4.2.) Instagram	28
5.) Politische Kommunikation	30
5.1.) Politische Kommunikation und Social Media	33
6.) Methodischer Teil	38
6.1.) Qualitative Inhaltsanalyse	39
6.2.) Vorgehensweise	40
6.3.) Analyse	44
7.) Ergebnisteil	46
7.1.) Botschaft (Thema)	46
7.2.) Technische Elemente des Beitrags	49
7.3.) Personalisierung / Visual Branding	50
7.4.) Stil und Ton des Beitrags (Sprache und Bildsprache)	51
8.) Diskussion	52
8.1.) Zusammenfassung der Ergebnisse	53
8.2.) Interpretation der Ergebnisse	54
8.3.) Limitationen der Forschung	64
9.) Fazit	65
Literaturverzeichnis	69

Anhangsverzeichnis

Eidesstattliche Erklärung

1.) Einleitung

“We are all in a social network. [...] So if you want people to perceive you as you are, you must use what people use. [...] People won't stay with something uninteresting. People won't abide something deceitful; people won't abide dictators. If you talk to them honestly, truthfully, openly, then you will connect with people.”¹

In diesem Ausschnitt eines Interviews bezieht sich der ukrainische Präsident Wolodymyr Selenskyj auf die Nutzung von Social Media in der eigenen politischen Kommunikation. Das Zitat beschreibt, wie sich die Wandlungsprozesse des Mediensystems auf die Kommunikation politischer Akteure auswirken können und führt auf, wie sich spezielle Interaktionen mit ihren Zielgruppen durch Social Media verändern.

Die Verbreitung von Social Media in den letzten 20 Jahren hat zu einer dynamischen Veränderung der Mediengesellschaft geführt. Eine der Entwicklungen, die in der alltäglichen Nutzung von Medien durch viele Menschen erkennbar ist, besteht in der zunehmenden Verwendung von Social Media Plattformen zur politischen Informationsbeschaffung.² Dabei werden die auf der Plattform angezeigten Inhalte nach Präferenzen und Interessen der Nutzer:innen gefiltert. Auf der einen Seite beeinflussen sie selbst, welche Inhalte ihnen angezeigt werden. Auf der anderen Seite jedoch erfolgt dies durch die Steuerungsfunktion von Algorithmen, welche auf Grundlage personenbezogener Daten passende Inhalte bereitstellen.³

Zudem lässt sich feststellen, dass es zu einem Aufbruch des traditionellen Mediensystems hin zu einer dezentralisierten Kommunikationsform gekommen ist, in der die Nutzer:innen zu aktiven Absendern von Botschaften geworden sind und in einem interaktiven Austausch mit anderen Teilnehmenden der Plattform stehen. Der Medienkonsum findet heutzutage zu einem großen Teil

¹ Cain, 2022, S. 72

² vgl. Donges; Jarren, 2022, S. 12

³ vgl. Van Dijck; Poell, 2013, S. 6

über mobile Geräte wie Smartphones statt und ist somit nicht mehr an bestimmte Orte oder Zeiten gebunden. Traditionelle Massenmedien mit ihren festen Programmen verschwinden deswegen zwar nicht, finden sich jedoch seither mit Social Media in einem hybriden System⁴ wieder, in dem letztere eine immer bedeutendere Rolle einnehmen. Genau wie Massenmedien folgen auch Plattformen bestimmten Logiken, an die sich die Nutzer:innen anpassen müssen. So zeigen sich neben der Dezentralisierung im Kommunikationsprozess und den technischen Veränderungen durch Algorithmen auch veränderte Aufmerksamkeitslogiken der Nutzer:innen auf Social Media.

Diese Transformationen betreffen alle Bereiche politischer Kommunikation, wie die der "Information, Konversation, Partizipation und Organisation politischer Prozesse"⁵. Die Eingliederung relevanter Social Media Kanäle in die eigene politische Kommunikation scheint deswegen in einer Medienlandschaft, die mehr und mehr von Plattformen dominiert wird, auch für politische Akteure wie Politiker:innen unausweichlich.

Diese Arbeit wird die Nutzung von *Instagram* in der politischen Kommunikation des ukrainischen Präsidenten Wolodymyr Selenskyj und seinem Kommunikationsteam untersuchen. Dabei wird der Fokus auf den offiziellen Account "zelenskiy_official" im Kontext des Russland-Ukraine-Kriegs gelegt.

Die äußeren Umstände des Krieges erfordern nachfolgend eine kurze Einordnung in den Kontext und den Einfluss der Geschehnisse auf Selenskyjs allgemeine Medienpräsenz.

1.1.) Hintergrund

In der Nacht des 24. Februar 2022 begann Russland einen Angriffskrieg gegen die gesamte Ukraine. Dieser Krieg dauert bis zum Abschluss dieser Arbeit an, stellt eine Zäsur für den Frieden in Europa dar und führt zu einer Ausweitung der Kluft zwischen Russland und dem sogenannten Westen.

⁴ vgl. Donges; Jarren nach Chadwick, 2022, S. 13

⁵ Vowe, 2022, S. 79

Für Wolodymyr Selenskyj, der 2019 zum Präsidenten der Ukraine gewählt wurde, kam es nach Kriegsbeginn zu einem Anstieg seiner Umfragewerte in der eigenen Bevölkerung. Die politische Unterstützung, die bis dahin abgenommen hatte, stieg im März 2022 statistisch auf bis zu 91 % an. Es ließ sich beobachten, dass die globale Medienaufmerksamkeit auf die Kriegsentwicklung in der Ukraine zu einer gesteigerten Medienpräsenz des ukrainischen Präsidenten geführt hat.

Seine Popularität wuchs nach Kriegsbeginn auf allen Kanälen rapide an. Es folgten unzählige Berichte, Interviews, Artikel in Zeitschriften, Zeitungen und Fernseh- und Radiosendungen und auch die Follower:innen-Zahlen auf Social Media wuchsen auf Plattformen wie *Facebook*, *Instagram* oder dem Messenger Dienst *Telegram* stark an.⁶ Schnell avancierte Selenskyj innerhalb der westlichen Öffentlichkeit zu einer medial hergestellten Symbolfigur, die als Anführer eines Landes für den Erhalt des Friedens und liberaler Werte kämpft.

1.2.) Relevanz der Forschung und Zielsetzung

Der durch Russland geführte Angriffskrieg auf die gesamte Ukraine ist nicht nur eine Zäsur für den Frieden in Europa, sondern lässt auch neue Blickwinkel für die Medien- und Kommunikationswissenschaft entstehen. Daher ist aus medien- und kommunikationspolitischer Perspektive eine Untersuchung der politischen Kommunikation auf *Instagram* während dieses Krieges in Zeiten von sich weit ausdifferenzierter Social Media Plattformen als relevant anzusehen. Die Nutzung von *Instagram* für die politische Kommunikation im Zusammenhang mit dem Krieg in der Ukraine sowie die spezielle Ansprache und politische Mobilisierung der Zielgruppen über *Instagram* seitens der Selenskyj-Regierung wurde bisher aus medien- und kommunikationswissenschaftlicher Sicht nicht erforscht. Daher ist die Forschungsfrage dieser Arbeit: "Wie nutzen Wolodymyr Selenskyj und sein Kommunikationsteam *Instagram* für ihre Kommunikation im Russland-Ukraine-Krieg?"

⁶ Landau Media, 2022

Die Zielsetzung dabei ist, Erkenntnisse über die Nutzung *Instagrams* als relevante Social Media Plattform durch politische Akteure – wie Selenskyj und sein Kommunikationsteam – zu erlangen.

Die Arbeit soll dazu beitragen, die Forschungslücke dahingehend zu schließen, wie politische Akteure die Funktionsweise und Social Media Logik von *Instagram* für die eigene Kommunikation einsetzen können. Des Weiteren wird das Ziel verfolgt, Erkenntnisse darüber zu gewinnen, wie sich *Instagram* als eine multimodal (Text, Bild, Video) geprägte Plattform seitens politischer Akteure in Zeiten militärischer Interventionen eignet, um eigene Kommunikationsbotschaften zu artikulieren und diese zu verbreiten.

1.3.) Aufbau der Arbeit

Die Einführung des eigentlichen Themas der Arbeit erfolgt durch eine Darstellung grundlegender Konzepte des Begriffs "Öffentlichkeit". Dies ist erforderlich, um danach analysieren zu können, wie der ukrainische Präsident und sein Kommunikationsteam die durch Social Media entstandenen neuen Strukturen der Öffentlichkeit zur Unterstützung ihrer Kommunikation nutzen.

Anschließend wird die Arbeit durch die Vorstellung theoretischer Begriffe der Massenkommunikation erweitert. Dadurch wird ermöglicht, einen Kontrast zwischen der traditionellen Öffentlichkeit und den veränderten Öffentlichkeiten durch Social Media zu ziehen. Dieser Aspekt wird durch die Vertiefung der Konzepte des "Plattformcharakters" von Jürgen Habermas und der "Social Media Logik" von van Dijck und Poell weiter ausgeführt.

Das zweite Hauptthema der wissenschaftlichen Grundlagen bezieht sich auf das Feld der politischen Kommunikationsforschung. Auch hier wird in relevante Konzepte und Definitionen anhand vorhandener Literatur eingeführt. Darüber hinaus werden im letzten Schritt die Auswirkungen von Social Media Plattformen auf die politische Kommunikation und ihr Forschungsfeld beschrieben. Auf diese Weise wird ein solides Fundament und ein ausreichender Forschungsstand geschaffen, der es ermöglicht, die Nutzung der Plattform *Instagram* auf dem Account "zelenskiy_official" zu untersuchen und

Rückschlüsse auf die Kommunikation während des Ukraine-Russland-Krieges zu ziehen.

2.) Öffentlichkeit

Im folgenden Kapitel werden Grundverständnisse des Begriffs "Öffentlichkeit" dargelegt.

Bei einer Person des öffentlichen Lebens denkt man an prominente Menschen, wie Filmstars oder ranghohe Politiker:innen. Steht jemand in der Öffentlichkeit, erfährt dieser Mensch die Aufmerksamkeit eines Publikums unterschiedlicher Größe. Das öffentliche Sichtbarwerden dieser Personen kann über organisierte Veranstaltungen ablaufen, in denen sie sich beispielsweise als Redner:innen auf Kundgebungen oder Unterhaltungskünstler:innen auf Konzertbühnen inszenieren. Der Vorgang kann aber auch massenmedial übertragen werden, indem sie beispielsweise in Fernseh- oder Radiosendungen in Erscheinung treten oder über Medienproduktionen in Filmen, Hörspielen oder Nachrichtensendungen *der Öffentlichkeit präsentiert werden*.

Mit dem Aufkommen von Social Media wird seit einigen Jahren eine neuartige Form von Öffentlichkeit(en) "benutzbar", in der auch ganz normale Nutzer:innen Reichweite erzeugen können, die abgesehen davon keine Personen des öffentlichen Lebens oder Diskurses gewesen sind.

Die Begrifflichkeit "Öffentlichkeit" kursiert seit dem 18. Jahrhundert⁷. Im wissenschaftlichen Sprachgebrauch kann sie seitdem sehr unterschiedlich definiert werden. Ursprünglich wurde unter Öffentlichkeit ein Bereich verstanden, der schlicht als "nicht geheim und entsprechend der Allgemeinheit zugänglich"⁸ verstanden wurde.

Im aufklärerischen Verständnis war es die Selbstaufgabe des Staates, Öffentlichkeit als etwas zu begreifen, das die "Dinge des Staates"⁹ für das Bürgertum offenlegt und Angelegenheiten für alle zugänglich macht. Man kann

⁷ Gerhards; Neidhardt, 1990, S. 4

⁸ ebd.

⁹ ebd.

sich Öffentlichkeit also als ein “offenes Kommunikationsforum”¹⁰ versinnbildlichen.

Der Soziologe Jürgen Habermas definiert Öffentlichkeit als ein “Netzwerk für die Kommunikation von Inhalten und Stellungnahmen, also von Meinungen”¹¹ innerhalb einer Gesellschaft.

Die Soziologen Jürgen Gerhards und Friedhelm Neidhardt sprechen weiters davon, dass das Kommunikationsprinzip der Öffentlichkeit dabei stets auf der “Unabgeschlossenheit des Publikums”¹² basiert. Alles, was innerhalb des öffentlichen Forums verhandelt wird, kann ein in Anzahl und Zusammensetzung unübersehbares Publikum erreichen. Öffentlichkeit sei zudem ein Austausch von “Informationen und Meinungen, Personen, Gruppen und Institutionen”¹³, der vor allem auf sprachlicher Kommunikation (andere Formen von Kommunikation sind ausgeschlossen) aufbaut.

Zudem verstehen sie Öffentlichkeit als ein sogenanntes “intermediäres System [...]”, das zwischen dem politischen System einerseits und den Bürgern und den Ansprüchen anderer Teilsysteme der Gesellschaft vermitteln soll”¹⁴. Donges und Jarren führen bestätigend dazu aus, dass eine Funktion dieses intermediären Systems die sein kann, “zwischen der Lebenswelt der Bürgerinnen und Bürger auf der einen und den politischen Entscheidungsträgern auf der anderen Seite”¹⁵ zu vermitteln.

Um aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive zu verstehen, welche Relevanz man dem Konstrukt “Öffentlichkeit” zuschreiben könnte, sollte man zunächst die Grundidee des systemtheoretischen Verständnisses von Niklas Luhmann skizzieren. Luhmann spricht bei diesen Überlegungen von ausdifferenzierten Bereichen – sogenannten Teilsystemen – in die sich moderne Gesellschaften gliedern. Dies sind all jene Bereiche, die sich durch “funktionale Differenzierung”¹⁶ herausbilden. Jedes dieser Teilsysteme weist eine unterschiedliche Sinnorientierung und Struktur auf und bezieht sich mit

¹⁰ Neidhardt, 1996, S. 7

¹¹ Donges; Jarren zit. nach Habermas, S. 88, 2022

¹² Gerhards; Neidhardt zit. nach Habermas, 1990, S. 16

¹³ Gerhards; Neidhardt, 1990, S. 15

¹⁴ ebd.

¹⁵ Donges; Jarren, 2022, S. 111

¹⁶ Gerhards; Neidhardt zit. nach Luhmann, 1990, S. 17

ihrem eigenen Bezugsproblem auf die Gesellschaft. Beispiele für Teilsysteme sind laut Luhmann: "Wirtschaft, Wissenschaft, Familie, Erziehungssystem, Recht, Politik, Kunst und Gesundheit"¹⁷. Doch ebenso zählt "Öffentlichkeit" für Luhmann zu den Teilsystemen von modernen Gesellschaften.

Dies führen die Kommunikationswissenschaftler Patrick Donges und Otfried Jarren ebenso aus: "Öffentlichkeit ist [...] das Produkt eines Prozesses gesellschaftlicher Differenzierung"¹⁸ und ist ebenfalls als Teilsystem zu verstehen.

Zu den Akteuren innerhalb des Teilsystems von Öffentlichkeit gehören neben den "Parteien, [...] Interessengruppen, soziale[n] Bewegungen, Bürgerinitiativen"¹⁹ usw. auch Regierungen. Folgt man Gerhards und Neidhardt kann Öffentlichkeit in drei Gruppen differenziert werden: Herausgestellt werden sodann "Sprecherinnen und Sprecher[n], Vermittlerinnen und Vermittler[n] und Publikum", die als Akteure innerhalb des Systems agieren. Erstere können in ihrem Auftreten und in ihren Handlungen unterschiedliche Rollen einnehmen.²⁰

So können Sprecher:innen unter anderem als "Repräsentantinnen und Repräsentanten" auftreten, "die sich für gesellschaftliche Gruppierungen und Organisationen äußern" oder aber die Rolle von "Expertinnen und Experten mit wissenschaftlich-technischen Sonderkompetenzen"²¹, wie man sie beispielsweise in der Rolle der Virolog:innen während der Corona-Pandemie erlebt hat.

Die vermittelnde Rolle übernehmen demnach²² Journalist:innen, die über ihre jeweiligen Redaktionen nach einem festen Programm Inhalte produzieren und publizieren. Dies geschieht, indem sie mit verschiedenen Akteuren innerhalb des "Kommunikationsforums Öffentlichkeit" in Kontakt treten (z.B. mit Sprecher:innen) oder die sozialen Entwicklungen innerhalb der Gesellschaft beobachten. Das Publikum nimmt im klassischen Verständnis die Rolle des Empfängers der Botschaften von Sprecher:innen und Vermittler:innen ein und

¹⁷ Gerhards; Neidhardt, 1990, S. 7

¹⁸ Donges; Jarren zit. nach Imhof, 2022, S. 87

¹⁹ Gerhards; Neidhardt, 1990, S. 27

²⁰ vgl. Donges; Jarren zit. nach Neidhardt, 2022, S. 88

²¹ Donges; Jarren, 2022, S. 89

²² ebd., 2022, S. 88

ist für das System der Öffentlichkeit unabdinglich. Beide, Sprecher:innen und Vermittler:innen, möchten die Aufmerksamkeit der im Publikum vertretenen Gruppen und Personen gewinnen.

Im Unterschied zur ersten und zweiten Ebene des Ebenenmodells der Öffentlichkeit von Gerhards und Neidhardt²³ setzt Kommunikation über Massenmedien auf der dritten Ebene eine technische Infrastruktur voraus. Dies verschafft den Kommunikatoren einen breiten öffentlichen Raum, der gezielt dafür genutzt werden kann, den eigenen Einfluss auf die öffentliche Meinung zu verstärken.²⁴

Die Veränderungen, die sich seit dem Aufkommen von Social Media Plattformen vollziehen, waren natürlicherweise noch nicht Teil des 1990 erschienenen Textes von Gerhards und Neidhardt. Doch gerade diese Veränderungen sorgen für eine Neuordnung des “Kommunikationsforums” der Öffentlichkeit und üben letztlich Einfluss auf das Verhältnis von Sprecher:innen, Vermittler:innen und Publikum aus.

Damit einhergehend haben sich in den letzten Jahren die Handlungsspielräume von politischen Akteuren durch Social Media verändert. So schreiben Donges und Jarren, dass sich die “zentrale Stellung”²⁵ der Medienöffentlichkeit auch für das Teilsystem “Politik” verschieben würde. Dieses spielte sich davor hauptsächlich auf den Kanälen der Massenmedien ab. Um von der Öffentlichkeit als politischer Akteur wahrgenommen zu werden, empfiehlt es sich, die durch Social Media entstandene neue Struktur der Öffentlichkeit für die eigene kommunikative Präsenz zu nutzen.²⁶ Das Forschungsinteresse dieser Arbeit ist daher, wie Selenskyj und sein Kommunikationsteam die neuen Kommunikationsformen – entstanden durch die Transformation des Mediensystems und der Struktur der Öffentlichkeit – für ihre Kommunikation (auf *Instagram*) nutzen. Um diesen Wandel einordnen zu können, wird vorher

²³ Die erste Ebene ist die der “Encounters”: Es ist die grundlegendste Form von Öffentlichkeit (also beispielsweise das Gespräch einer Gruppe von Freund:innen). Die zweite Ebene ist die der “Themen- oder Versammlungsöffentlichkeiten”. Hierunter fallen öffentliche Veranstaltungen (beispielsweise der Podiumsdiskussion)

²⁴ vgl. Gerhards; Neidhardt, 1990, S. 23

²⁵ Donges; Jarren, 2022, S. 107

²⁶ vgl. Vowe, 2022, S. 82

jedoch der Blick auf traditionelle Massenmedien und Massenkommunikation gerichtet.

3.) Massenkommunikation

Der folgende Abschnitt beschäftigt sich mit verschiedenen Autoren und ihren Perspektiven auf Massenmedien und Massenkommunikation. Gerhard Maletzkes "Psychologie der Massenkommunikation" und "Kommunikationswissenschaft als Überblick", sowie Niklas Luhmanns "Die Realität der Massenmedien" bieten wissenschaftliche Einblicke in Begriffe und Theorien der Massenmedien. Josef Wehners "Das Ende der Massenkultur" und Donges und Jarrens "Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft" werden ebenfalls erwähnt. Das Ziel des Abschnitts ist es, ein sicheres Verständnis der Definitionen und Begriffe von Massenkommunikation zu erreichen, um eine thematische Einordnung sowie Überleitung zum vierten Kapitel "Social Media" herzustellen.

Luhmann schreibt gleich zu Beginn seines Buches "Die Realität der Massenmedien": "Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien."²⁷

Über sie formen Menschen ihre Sicht auf das gesellschaftliche Zusammenleben und viele system- und gesellschaftlich relevante Bereiche. Somit sind sie maßgeblich für die Konstruktion von Wirklichkeit zuständig. Über sie läuft, folgt man Luhmann, ein Großteil der politischen Informationsbeschaffung, was bedeutet, dass sich auch die politische Identität stark über den Inhalt von massenmedialer Kommunikation formt.

Luhmann versteht in seiner Schrift von 1996, also noch zu Beginn der Wirkzeit des Internets, Massenmedien als "alle Einrichtungen der Gesellschaft, die sich zur Verbreitung von Kommunikation technischer Mittel der Vervielfältigung bedienen". Darunter fallen "Produkte, die in großer Zahl mit [...] unbestimmten Adressaten" erscheinen und verbreitet werden. Hierzu zählen "Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, aber auch [...] photographische oder elektronische

²⁷ Luhmann, 2017, S. 9

Kopierverfahren jeder Art.”²⁸ Interaktionen zwischen Sender und Empfänger sind in Luhmanns Definition mit unwesentlichen Ausnahmen (man denke beispielsweise an Zuschauer:innen-Anrufe im Fernsehen) ausgeschlossen, da sich die Technik dazwischen schaltet und dies die wechselseitige Kontaktaufnahme verhindert. Somit entsteht nach Luhmann bei massenmedialer Verbreitung eine Absonderung des Senders vom Empfänger. Gerhard Maletzke beschreibt “massenmediale Kommunikation” in einer Definition, die seit 1963 in kommunikationswissenschaftlichen Kontexten kursiert, ebenfalls als einen vom Sender ausgehenden auf ein abgetrenntes “disperses Publikum” bezogenen Vorgang. Des weiteren muss sie

“öffentlich [...] ohne begrenzte und personell definierte Empfängerschaft durch technische Verbreitungsmittel (Medien), indirekt (also bei räumlicher oder zeitlicher oder raumzeitlicher Distanz zwischen den Kommunikationspartnern) und einseitig (also ohne Rollenwechsel zwischen Aussagendem und Aufnehmendem) [...] vermittelt werden”²⁹.

Auch für Maletzkes Verständnis von Massenkommunikation spielen die vier Begriffe “Kommunikator, Aussage, Medium, Rezipient”³⁰ eine entscheidende Rolle. Der Kommunikator oder die “Kommunikatorseite” (da es sich auch um einen Zusammenschluss aus mehreren Kommunikator:innen handeln kann) gestaltet und verteilt die Aussage. Diese trägt sowohl den Inhalt, als auch die Form der Botschaft in sich. Massenmedien, so zitiert Maletzke den Publizistikwissenschaftler Harry Pross, gehören weder zu den primären Medien (“Sprache, Mimik und/oder Gestik”³¹ einer Person), noch zu den sekundären Medien (bei den bei der Produktion einer Botschaft “ein Gerät” erforderlich ist, während dies auf der Empfängerseite zum Entschlüsseln der Botschaft nicht der Fall ist: also beispielsweise beim Verschicken eines Briefes).

Massenmedien gehören stattdessen zu den tertiären Medien: Diese Gruppierung zeichnet sich dadurch aus, dass sowohl ein technischer Sender

²⁸ Luhmann, 2017, S. 10

²⁹ Maletzke, 1998, S. 46

³⁰ ebd., 1998, S. 48

³¹ Maletzke zit. nach Pross, 1998, S. 53

als auch ein technischer Empfänger existieren. Hierzu gehören vor allem “die sog. elektronischen Massenmedien wie Rundfunk, [...] Film, Fernsehen”³².

Der Rezipient oder auch die “Rezipientenseite” (das “disperse Publikum”) versinnbildlicht in seinem Modell den empfangenen, die Aussage entschlüsselnden Teil des Kommunikationsprozesses.

Weiter führt Maletzke aus, dass es sich bei dem Begriff des Rezipienten um einen missverständlichen Begriff handelt. Denn mit ihm kämen Assoziationen auf, die die Rezipientenseite als passiv empfangenden Teil des Kommunikationsprozesses charakterisieren. Dies sei laut Maletzke auch bei massenmedialer Kommunikation mitnichten der Fall. Vielmehr ist der Rezipient aktiver Auswähler, Prüfer oder auch Verwerfer³³ der ihn erreichenden Medienaussagen. Nimmt man das Kommunikationsmodell von Maletzke in den Blick, so fallen zudem Spezifikationen der jeweiligen Kommunikationsseiten auf. Auch die Kommunikatorseite setzt sich in der Praxis aus Institutionen, Redaktionen, bzw. Journalist:innen und Medienmacher:innen zusammen, die aus einem gemeinsamen “Selbstbild” heraus Entscheidungen für ihre Kommunikationsinhalte treffen.

Dieser Vorgang, das sogenannte “Gatekeeping”, ist für massenmediale Kommunikation ein weiteres wichtiges Merkmal. Denn bevor Journalist:innen die Rolle der Sprecher:innen innerhalb des Systems Öffentlichkeit einnehmen und als Vermittler agieren, werden Entscheidungen darüber getroffen, was als Information nach außen gelangt und was nicht.³⁴

Auf der gegenüberliegenden Empfängerseite befindet sich das disperse Publikum, das aus vielen einzelnen Medienrezipierenden besteht. Diese besitzen ein eigenes “Selbstbild”, sowie eine eigene “Persönlichkeit”, empfinden sich als “Glied des Publikums” und stehen in “sonstigen sozialen Beziehungen”³⁵ zueinander. Dadurch entsteht auch beim Empfangen von massenmedialen Inhalten bei der Rezeptionsseite eine Art Auswahlverfahren der möglichen Botschaften.

³² Maletzke, 1998, S. 55

³³ ebd. zit. nach Pross, 1998, S. 53

³⁴ vgl. Jäckel, 2019, S. 38

³⁵ Maletzke, 1998, S. 53

Josef Wehner argumentiert ebenfalls in die Richtung eines nicht passiven Rezipienten. Die von Seiten der Frankfurter Schule³⁶ im Mediensystem der 1960er Jahre stark vertretene Position, Sender und Empfänger würden sich in einem vom Sender ausgehenden manipulierenden Machtgefälle (der sog. Kulturindustrie) befinden, empfindet Wehner als überholt. Hiernach würde die Empfängerseite als passives bzw. lediglich "reagierendes Wesen"³⁷ eingestuft. Wehner fordert, dass der Begriff des "Publikums" in der Massenkommunikation eher als ein "sozialer Kosmos" betrachtet werden sollte, der durch eigene "Rezeptionskulturen"³⁸ in vielfacher Hinsicht differenziert ist, anstelle eines passiven und manipulierbaren Empfängers, der jede Kommunikation kritiklos aufnimmt.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass massenmediale Kommunikation gemäß der Auffassungen von Maletzke, Luhmann und Wehner als ein Prozess verstanden werden kann, bei dem eine Botschaft von der Senderseite an eine zeitlich und räumlich entfernte Empfängerseite (bestehend aus einer dispersen Masse von Menschen) übermittelt wird. Obwohl zwischen Sender- und Empfängerseite kein reziproker Austausch des Sendens und Empfangens stattfindet und somit kein wechselseitiger Kommunikationsprozess entsteht, hat die Empfängerseite weder den Charakter eines passiven Rezipienten, der jeglichen Inhalt unreflektiert aufnimmt.

Folgt man Josef Wehner, der hier Luhmann zitiert, kommt es bei massenmedialen Kommunikationsprozessen eben nicht zur Vereinzelung des Individuums durch eine auf Massen abgerichtete Kommunikation von Medieninhalten. Ganz im Gegenteil: Massenmedien übernehmen für das Publikum die bestimmte gesellschaftliche Funktion der "Herstellung einer gemeinsamen Aktualität"³⁹ innerhalb des Publikums. Auch Habermas spricht von einer "Orientierungsfunktion" und Vermittlungsrolle der Massenmedien in

³⁶ Die Protagonist:innen der Frankfurter Schule Adorno, Horkheimer oder Benjamin gingen von einem manipulierten Empfänger aus, der von der sog. *Kulturindustrie* ideologisch geformt wird

³⁷ Wehner, 1997, S. 43

³⁸ ebd. S. 45

³⁹ Wehner zit. nach Luhmann, 1997, S. 119

einer komplexen (Medien)gesellschaft, in der eine "allgemein rational akzeptiert[e]" Lebensrealität abgebildet werde.⁴⁰

Eine Anzahl von Menschen, die so groß werden kann, dass sie "transkontinentale Dimensionen"⁴¹ annimmt, wird durch das zeitgleiche Versenden einer Vielzahl von Kopien einer Botschaft erreicht. Beispiele dafür wären die Konzerte im Rahmen von "Live 8", Sportveranstaltungen aller Art oder politische TV-Duelle, die in vielen verschiedenen Ländern gleichzeitig ausgestrahlt werden.

Auch das öffentlich-rechtliche Fernsehprogramm fungiert bis heute für viele Personen als "Taktgebung", Strukturhilfe und Medium der Orientierung in einer "modernen, funktional differenzierten Gesellschaft"⁴². So entsteht Gemeinsamkeit, Orientierung und Verbundenheit innerhalb des Publikums (man konsumiert etwas in der Vorstellung, dass andere zur gleichen Zeit denselben Inhalt konsumieren). Diese gemeinsam erlebte, öffentliche "Informationswelt"⁴³, die durch die unbegrenzte Reproduktion eines Medieninhalts entsteht, wird in dieser Weise von vielen Menschen geteilt und reflektiert. Dies erklärt den Systemcharakter von Massenmedien: "Ohne das System der Massenmedien entstünde gewissermaßen eine »Funktionslücke« [...]"⁴⁴ im gesellschaftlichen Zusammenspiel.

Auch Donges und Jarren bezeichnen diesen Vorgang gesellschaftlicher Differenzierung als Hauptmerkmal von Massenmedien. Sie nennen hier allerdings "Medien" und nicht direkt Massenmedien als Synchronisations- sowie als taktgebende Elemente von modernen Gesellschaften. Durch das Selektieren der Nachrichten in Folge des oben erwähnten "Gatekeepings" waren es vor allem Massenmedien, die durch Nachrichtenauswahl größtenteils die Entscheidungsgewalt über Relevanz und Stellenwert gesellschaftlicher Ereignisse innehatten.⁴⁵ Nach welcher Medienlogik die mit dem Internet

⁴⁰ vgl. Habermas, 2022, S. 55

⁴¹ Wehner, 1997, S. 117

⁴² Donges; Jarren, 2022, S. 10-11

⁴³ Wehner zit. nach Meyrowitz, 1997, S. 117

⁴⁴ Wehner, 1997, S. 12

⁴⁵ Donges; Jarren, 2022, S. 10-11

aufgekommenen Social Media hingegen funktionieren, wird im nächsten Kapitel dargestellt.

4.) Social Media

Der folgende Teil befasst sich mit Definitionen und Verständnissen des Begriffs Social Media. Es werden Charaktereigenschaften von Social Media vor allem über den Begriff der "Plattformlogik" der beiden Medienwissenschaftler José van Dijck und Thomas Poell und den Begriff des "Plattformcharakters" von Jürgen Habermas herausgearbeitet und dargestellt. Dies erscheint deswegen als wichtig, als dass Selenskyj in seiner Kommunikation während des Russland-Ukraine-Krieges auf alle für ihn und sein Kommunikationsteam relevanten Social Media Plattformen zurückgreift und sie gezielt einsetzt, um seine Botschaften zu verbreiten. Die Ausgangsthese ist deswegen, dass Selenskyj und sein Kommunikationsteam die Logik der hier untersuchten Plattform *Instagram* verstanden hat und seine Kommunikationsinhalte wirkungsvoll darauf anpasst.

Im vorherigen Teil wurde dargelegt, wie Menschen in den traditionellen Massenmedien Botschaften erhalten und sich so "über die Welt informieren", sowie in den Massenmedien die Funktion eines gesellschaftlichen Taktgebers sehen. Das Fernsehen, das Radio oder die Tageszeitung sind die anschaulichsten Beispiele für Massenkommunikation, in der eine größere Anzahl von Menschen über den Entscheidungs- und Auswahlprozess des Gatekeeping-Modells angesprochen werden kann. In der politischen Informationsbereitstellung sind dies vor allem in Redaktionen arbeitende Journalist:innen und Medienmacher:innen, die sich auf der "Kommunikatorseite" (nach Maletzke) befinden. Der einseitige Sendestrom vom Sender zum Empfänger ist hier ausschlaggebend. Mit dem Internet und der damit eingesetzten Expansion der Mediengesellschaft, hat sich ein wechselseitiges Kommunikationsmodell in die Mediengesellschaft gereiht. So sticht seither vor allem das Merkmal der Interaktivität und Vernetztheit heraus, das insbesondere mit dem Aufkommen von Social Media in verstärkter Form sichtbar wird.

Social Media, auch als Soziale Medien sprachlich geläufig, sind in vielen verschiedenen, sich technisch ausdifferenzierten Varianten Teil unseres Alltags geworden.

Die ebenso unterschiedlichen Kommunikations- und Nutzungsweisen, sowie die sich immer weiter entwickelnde Technik gehören zu den Gründen, wieso es der Wissenschaft schwer fällt, eine allgemeingültige Definition für Social Media zu formulieren.

Die Schnelllebigkeit des Betrachtungsgegenstands und die technischen Innovationen erfordern eine kontinuierliche Anpassung von Definitionsansätzen. Folgt man dem US-amerikanischen Kommunikationswissenschaftler Bu Zhong, wird in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung im Englischen mit dem Begriff Social Media auch häufig mit dem Begriff "social network sites" (SNS) gearbeitet.⁴⁶ Im deutschen Sprachgebrauch, alltagssprachlich wie wissenschaftlich, kennt man diese unkonkrete Verwendung der Begriffe "Soziale Medien", "Soziale Netzwerke" oder gar die noch unspezifischer daher kommende Verwendung "Neue Medien". In dieser Arbeit wird mit dem Begriff Social Media gearbeitet und dieser als ein "catch-all term"⁴⁷ verwendet, um verschiedene Arten von Sozialen Netzwerkplattformen zu beschreiben.

Um ein erstes Bild davon zu bekommen, um was es sich bei Social Media aus wissenschaftlicher Perspektive handelt, spricht die Medien- und Sozialforscherin danah boyd dabei grundlegend von einer Sammlung technischer Softwaresysteme, die es Individuen und Gemeinschaften ermöglicht, sich online zu versammeln, zu kommunizieren, Erfahrungen zu teilen und in einigen Fällen zusammenzuarbeiten oder zu spielen.⁴⁸

Social Media fungiert demnach als ein Mittel der Interaktion zwischen einzelnen Nutzer:innen. Doch es meint genauso die Interaktionen zwischen Organisationen und Unternehmen, indem es auch hier auf virtuellem Wege Informationen und Vernetzungsmöglichkeiten für eine bestimmte Online-Gemeinschaft bereitstellt.⁴⁹

⁴⁶ Zhong, 2022, S. 14

⁴⁷ ebd.

⁴⁸ vgl. Zhong zit. nach boyd, 2022, S. 14

⁴⁹ vgl. Zhong, 2022, S. 15

Die meistgenutzte Social Media Plattform war im Jahre 2022 (nach der Anzahl der Nutzer:innen) mit etwa 2,91 Milliarden monatlich aktiven Benutzer:innen *Facebook*.⁵⁰

Facebook (gegründet 2004), aber auch *Instagram* (gegründet 2010) oder *Twitter* (gegründet 2006) gelten wohl als bekannteste Beispiele von Social Media Plattformen, wobei Unterschiede in ihrer Nutzungsweise und technischen Infrastruktur beachtet werden müssen.

Donges und Jarren führen diverse wissenschaftliche Definitionen von Social-Media-Plattformen an: Sie beschreiben sie, zitiert nach Ulrich Dolata unter anderem als „digitale, datenbasierte und algorithmisch strukturierende soziotechnische Infrastrukturen.“⁵¹

Die Betreiber:innen der Plattformen haben durch technische Mittel die Möglichkeit, persönliche Daten ihrer Nutzenden zu sammeln und diese an Werbetreibende zu verkaufen, um personalisierte Werbung zu schalten. Dies wird durch Algorithmen ermöglicht, die sich auf eine unendliche Menge von Daten stützen und je nach Plattform unterschiedlich funktionieren. Im konkreten Fall werden die genannten personenbezogenen Daten aus Online-Profilen sowie detaillierte Informationen über die Nutzer:innen durch Targeting- und Tracking-Mechanismen auf den von ihnen besuchten Webseiten gesammelt und gespeichert. Abschließend erfolgt eine Auswertung dieser Daten.

Damit sind Social Media nicht nur Systeme, die eine neue Form der Konnektivität und Kommunikation ermöglichen, sondern können auch im ökonomischen Sinne als gewinnorientierte Akteure innerhalb einer kapitalistischen Verwertungslogik verstanden werden.⁵²

Donges und Jarren führen weiter nach Dolata aus, dass für die politische Kommunikation zwei Typen von Plattformen von besonderer Bedeutung sind: Zum einen sind es „Such-, Networking- und Messaging-Plattformen (Google,

⁵⁰ vgl. Statista zitiert nach We Are Social; Hootsuite; DataReportal, 2022

⁵¹ Donges; Jarren zit. nach Dolata, 2022, S. 78

⁵² Auf die Kapitalverwertung digitaler Großkonzerne, die dank der Datafizierung persönlicher Informationen ihrer Benutzer:innen privatwirtschaftliche Ziele verfolgen, wird diese Arbeit keinen tiefgehenden Bezug nehmen (vgl. dazu bspw. Habermas, 2022, S. 53-54)

Facebook (mit *WhatsApp* und *Instagram*), Twitter oder Snapchat)“ und zum anderen “Medienplattformen (YouTube, Netflix, Apple oder Spotify)”⁵³.

Die in dieser Arbeit durchgeführte Forschung nimmt Selenskyjs Kommunikation während des Ukraine-Russland-Krieges anhand von *Instagram*-Beiträgen in den Fokus und beschränkt sich hier deshalb auf die Typisierung der “Networking-Plattform”.

4.1.) Eigenschaften und Mechanismen von Social Media Plattformen

Im folgenden Teil werden Eigenschaften und Mechanismen von Social Media Plattformen dargestellt. Dies geschieht hauptsächlich über die vier Hauptelemente der Social Media Logik, die von den Medienwissenschaftler:innen José van Dijck und Thomas Poell in ihrem Artikel “Understanding Social Media Logic” aufgestellt werden, sowie über das Konzept des Plattformcharakters, das der Soziologe Jürgen Habermas im Buch “Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und die deliberative Politik” beschreibt. Folgt man van Dijck und Poell, so bilden sich vier grundlegende Elemente heraus, die gemeinsam eine Social Media Logik (“social media logic”) erzeugen: Programmierbarkeit, Popularität, Konnektivität und Datafizierung (“programmability, popularity, connectivity, and datafication”⁵⁴). Am Ende des Kapitels wird der Blick auf eine schrumpfende Aufmerksamkeitsspanne gerichtet, die mit dem Aufkommen von Social Media in Verbindung gebracht werden kann.

4.1.1.) Programmierbarkeit

“Scheduled content” – das auf einem vorgefertigten Programm basierte Versenden von Medieninhalten an ein disperses Publikum – ist ein ausschlaggebendes Merkmal in der Logik von Massenkommunikation. Mit dem Aufkommen des Web 2.0, das neue Plattformen und Anwendungen entstehen lässt, tritt mehr Benutzer:innen-Partizipation hervor.⁵⁵ Dies führt dazu, dass das

⁵³ Donges; Jarren zit. nach Dolota, 2022, S. 79

⁵⁴ vgl. Van Dijck; Poell, 2013, S. 5

⁵⁵ vgl. Walsh et al., 2013, S. 3

Prinzip der traditionellen Programmzusammenstellung der linearen Massenkommunikation nicht mehr alleine in Erscheinung tritt.

Diesbezüglich schreiben van Dijck und Poell, dass es zu einer Verschiebung von Inhalt und Publikum zu Codes und Nutzer:innen (“content and audiences to code and users”) und von einem aus einem festen Programm ausgehenden “Fluss” von Inhalten zu Programmierbarkeit (“from programmed flow to programmability”) als ein erstes Hauptelement der Social Media Logik kommt.⁵⁶

Dieser Kontrast zwischen Social Media und den traditionellen Medien, die aufgrund ihrer festgelegten Themenwahl der Spontaneität von Social Media weitgehend automatisch entgehen, wird auch von Habermas angeführt. Sowohl van Dijck und Poell als auch Habermas argumentieren, dass sich durch die verstärkte Nutzung von Plattformen innerhalb der Mediengesellschaft das “vorherrschende Kommunikationsmuster”, aber auch die Beschaffung und Verarbeitung gesellschaftlich relevanter Informationen auf “radikale Weise”⁵⁷ verändern würde.⁵⁸

Das Hauptmerkmal der Plattformen und der größte Unterschied zu Massenmedien ist nach Habermas ihre Entledigung als vermittelnde Produzenten von journalistischen Inhalten zu fungieren: “Sie produzieren nicht, sie redigieren nicht und sie selegieren nicht”⁵⁹, sondern stellen ihren Nutzenden nur die Technologie zur Verfügung, um ihnen selbst die Autorenrolle “zu übergeben”.

Van Dijck und Poell schließen sich diesen Feststellungen an, heben jedoch hervor, dass die Tatsache, dass Plattformbetreiber keine Vermittler von journalistischen Inhalten mehr sind, nicht bedeutet, dass sie keinen Einfluss auf die Programmierbarkeit der angezeigten Inhalte haben. Eher im Gegenteil, besitzen sie die Steuerungsmacht im Hintergrund (“often invisible”⁶⁰) und haben einen großen Einfluss auf das, was den Benutzer:innen angezeigt und vorgeschlagen wird.⁶¹ Im Gegensatz zur Massenkommunikation, bei der Inhalte

⁵⁶ van Dijck; Poell, 2013, S. 5

⁵⁷ vgl. Habermas, 2022, S. 44

⁵⁸ van Dijck; Poell, 2013, S. 3

⁵⁹ ebd.

⁶⁰ van Dijck; Poell, 2013, S.6

⁶¹ vgl. ebd., S. 5

durch redaktionelle Selektionsverfahren ausgewählt und veröffentlicht werden, erstellen Nutzer:innen innerhalb der Social Media Logik selbst Medieninhalte in Form von Texten, Bildern oder Videos. Auch die Social Media Präsenz von Selenskyj setzt sich aus eigens erstellten Beiträgen in multimodaler Form zusammen.

Zusätzlich werden Inhalte anderer Profile (sowohl private Nutzer:innen als auch Profile von Zeitungen, Magazinen, Unternehmen, staatlichen Institutionen etc.) angezeigt, wobei das Auftreten im Feed dabei algorithmisch gesteuert wird. Es kommt also zu Vernetzungen in unterschiedlicher Art und über unterschiedliche Formate. Wenn man Habermas folgt, führen diese unvorhersehbaren Verknüpfungen zwischen verschiedenen Nutzerprofilen (Individuen, Organisationen, Unternehmen usw.) dazu, dass sie sich in einem globalen Ausmaß vervielfältigen und sie so ihre Beziehungen ausbauen können. Deswegen spricht er bei den auf den Plattformen ablaufenden Vorgängen von einer

“[...] vielseitig vernetzungsoffenen kommunikative[n] Verbindung für den spontanen Austausch möglicher Inhalte zwischen potentiell vielen Nutzern [...]. Diese begegnen sich [...] als prinzipiell gleiche und selbst verantwortliche Teilnehmer am kommunikativen Austausch zu spontan gewählten Themen.”⁶²

Charakteristisch an den Nutzer:innen von Social Media sei die wechselseitige Inbezugnahme innerhalb einer dezentralisierten Medienstruktur, die aus vielen verschiedenen Verbindungen besteht. Im Gegensatz dazu stehen die Redaktionen der Massenmedien – die auf linearem Wege ihre Programme und Inhalte versenden – in einer zentralisierten und “asymmetrischen” Beziehung zur Empfängerseite.⁶³

Auch van Dijck und Poell sprechen von der Veränderung der “Ein-Weg-Kommunikation” zur “Zwei-Wege-Kommunikation”, denn Nutzer:innen werden zu aktiven Sendern und Empfängern⁶⁴ – zu aktiven Gestaltern und Kommunikatoren. Benutzer:innen können dabei auf der einen Seite ihren

⁶² Habermas, 2022, S. 45

⁶³ Habermas, 2022, S. 45

⁶⁴ vgl. van Dijck; Poell, 2013, S. 5

eigenen Newsfeed kuratieren, indem sie aussuchen, welchen anderen Profilen (bspw. welcher Einzelperson oder Nachrichtenseite) sie folgen. Doch gleichzeitig beeinflussen Algorithmen den Datenverkehr der Plattform und können auf das einwirken, was den Nutzer:innen angezeigt und vorgeschlagen wird.⁶⁵

4.1.2.) Popularität

Durch Likes und Follower können Plattformen sekundenschnell und punktgenau Messungen über die Popularität eines Nutzerprofils oder Nutzerbeitrags durchführen, diese auswerten und in den eigenen Algorithmus übertragen.

Wohingegen im Massenmedium "Fernsehen" für die Popularitätsmessung die Einschaltquoten genutzt werden oder in Tageszeitungen Leser:innen-Befragungen durchgeführt werden müssen⁶⁶, erfüllen diese Aufgabe auf Plattformen spezielle algorithmisierte Messverfahren zur Bestimmung von Popularitätsindikatoren.

Das Manipulations-Potenzial solcher Popularitätswerte sollte nicht unterschätzt werden. Zu Beginn von Social Media hatten Entwickler:innen den Anspruch, eine Online-Welt zu erschaffen, die sich für mehr Gleichheit einsetzte und im Gegensatz zu Massenmedien davon absieht, bestimmte Personen durch verstärkte Medienpräsenz zu Medien-Persönlichkeiten zu befördern. Dass nicht nur prominente Personen oder auch bestimmte Politiker:innen, sondern auch mediale Themen durch die Macht der Massenmedien mehr Aufmerksamkeit bekamen, als andere, ist in der Kommunikations- und Medienwissenschaft unter dem Begriff des "Agenda Setting"⁶⁷ seit den 1950er Jahren bekannt.

In der weiteren Entwicklung der Plattformen sprechen van Dijck und Poell nun aber davon, dass durch ein Mix aus verschiedenen Nutzer:innen-Bewertungen (vor allem über Likes und Follower, aber auch durch Reaktionsfunktionen in anderer Form) von Profilen und einer automatisierten Zuweisung des Popularitätswerts durch den Algorithmus das sogenannte "popularity boosting"⁶⁸

⁶⁵ van Dijck; Poell, 2013, S. 5

⁶⁶ vgl. Donges; Jarren, 2022, S. 80

⁶⁷ Agenda Setting: Das Setzen bestimmter Themenschwerpunkte in den Medien

⁶⁸ van Dijck; Poell, 2013, S. 7

vorgenommen wird. Wer als populär gilt und wer nicht, entscheidet sich also auf Plattformen anders als bei Massenmedien:

Bestimmte Profile oder Themen werden vom Algorithmus "bevorzugt" und den Nutzer:innen beispielsweise durch "Such"-Vorschläge (wie über die Lupenfunktion auf *Instagram*) verstärkt vorgeschlagen. Dadurch wird den Nutzer:innen eine technisch verstellte und automatisierte Sicht auf das geboten, was relevant oder irrelevant sein könnte. Betreiber:innen der Plattformen könnten genau das ausnutzen und nach ihren Ideologien bestimmte Inhalte bevorzugen und andere weglassen. Besonders bei politischen Themen orientieren sich Menschen auf Social Media an den ihnen angezeigten Inhalten, reagieren auf sie (z.B. durch Liken, Kommentieren oder Teilen) und kommen so in einen politischen Diskurs.

Massenmedien und Social Media stehen zudem in wechselseitigem Austausch zueinander und können bspw. per Verlinkungen gegenseitig aufeinander Bezug nehmen. Hier werden im deutschen Raum beispielsweise über die Posting-Funktion von Plattformen Links zu Artikeln von Leitmedien wie "*sueddeutsche.de*" oder "*zeit.de*" gepostet. Nicht selten nehmen Massenmedien aber auch Informationen und Meldungen auf, die über die direkten Profile von Meinungsführer:innen, bekannter Persönlichkeiten oder staatstragenden Persönlichkeiten auf Social Media Plattformen publiziert werden. So werden Meldungen von Präsident Wolodymyr Selenskyj, die er über Social Media versendet hat, beispielsweise des Öfteren von der Tagesschau der ARD aufgegriffen.⁶⁹ Einfluss auf den Grad der Popularität eines Themas oder einer Person hat also auch die Verflechtung der Kommunikationsformen von Social Media und Massenmedien.⁷⁰

4.1.3.) Konnektivität

Ein weiteres Hauptelement der Social Media Logik ist die Konnektivität ihrer Benutzer:innen. *Facebook* (inzwischen *Meta Platforms, Inc.*) machte sich bei seinem Aufkommen 2004 zur Mission, Menschen in einem Online-Netzwerk zu verbinden und ihnen eine Infrastruktur bereitzustellen, Inhalte zu verbreiten und

⁶⁹ tagesschau, 2022

⁷⁰ vgl. van Dijck; Poell, 2013, S. 8

mit anderen Menschen teilen zu können. Zuerst unter College-Studierenden erprobt, wurde die Plattform schnell zu einem virtuellen Ort für den Austausch von Fotos, Texten und anderen Inhalten - und damit zu einem Ort der Verbindung. *Instagram*, seit Längerem von *Meta Platforms, Inc.* aufgekauft, folgte dieser Grundidee des Verbindens, doch setzte stärkere Impulse in Richtung visueller und später audiovisueller Elemente in Form von Bildern und Bewegtbildern.

Doch van Dijck und Poell gehen in ihren Überlegungen noch weiter als das Element der Verbundenheit und Partizipation mit in die Social Media Logik einzubeziehen. Sie führen an, dass der Begriff der "connectivity" passender beschreibt, wie Social Media Plattformen potenziell interessante Inhalte an Nutzer:innen-Aktivitäten und für Werbetreibende anpassen und sie dadurch noch umfassender verbinden als zuvor⁷¹: "Connectivity, [...] equally emphasizes the mutual shaping of users, platforms, advertisers, and, more generally, online performative environments"⁷². Hier beschreiben sie Konnektivität als einen umfassenderen Begriff für die gegenseitige Einflussnahme verschiedener Akteure auf einer bestimmten Plattform und darüber hinaus.

Benutzer:innen werden über Algorithmen mit anderen Benutzer:innen verbunden, mit verschiedenen Inhalten verknüpft, sowie mit werbetreibenden Organisationen und Unternehmen verlinkt, aber auch mit anderen Plattformen vernetzt.⁷³ Dadurch kann es zu einem verstärkten Auftreten eines weiteren Merkmals von Social Media kommen: Der "Virulenz"⁷⁴ oder dem "Viral Gehen" innerhalb der Plattformlogik. Dieser Prozess der Verbreitung wird durch Algorithmen und durch die Benutzer:innen-Aktivität angestoßen und ist eine Folge der vernetzten Öffentlichkeit(en) und umfassenden Konnektivität.

Der Unterschied zu Massenmedien besteht darin, dass durch die Automatisierung kein "erzwungenes" Vernetzen der jeweils an einem Kommunikationsprozess Teilnehmenden nötig ist. Man denke an den vergleichsweise schwierigen Umstand einer Tageszeitung, jeden Tag auf ein Neues Leser:innen mit ansprechenden Schlagzeilen zum Kauf zu animieren. Es

⁷¹ vgl. van Dijck; Poell, 2013, S. 8

⁷² ebd., 2013, S. 8

⁷³ vgl. ebd., 2013, S. 9

⁷⁴ Burkhardt, 2022, S. 299

sind hier meistens Redaktionen aus Journalist:innen und Medienmacher:innen, die bewusst und zielgerichtet Botschaften an ein disperses Publikum versenden und sich so auf weniger zielgerichtete Weise mit ihren Zuschauer:innen verbinden wollen.⁷⁵

In der Social Media Logik wird der Nutzer:in auf automatisiertem Wege eine Vielzahl verschiedener Inhalte angeboten – so kommt es zu diversen, einzigartigen und sehr beweglichen Vernetzungen, die viele heterogene Räume von Öffentlichkeit eröffnen. Der Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen spricht von der Umformung von statischen Kollektiven, also “Gruppen und Organisationen mit klaren Innen-außen-Grenzen” in sich eher flüchtig ergebene “Konnektive”, die sich durch die Fragmentierung von Öffentlichkeit im Netz etablieren. Diese beschreiben “leicht zugängliche, prinzipiell offene Ad-hoc-Gemeinschaften mit stark individualistischer Note, die sich um ein Hashtag gruppieren und digital und vernetzt kommunizieren.”⁷⁶ So können Inhalte spontan von einem Tag auf den Nächsten um die Welt verteilt werden und die “Trends” der Social Media Feeds beherrschen – und nehmen somit Einfluss auf den gesellschaftlichen Diskurs.

Dieses bewegliche, aber unregulierte Kommunikationsmuster kann jedoch ebenso Schwierigkeiten ergeben. Habermas nennt hier die Entstehung von sogenannten “digitalen Echoräumen”, in denen sich Gleichgesinnte treffen und sich gegenseitig in ihren Ansichten bestärken.

Ein Algorithmus, der aus persönlichen Daten und Klickverhalten der Nutzer:innen Präferenzen ableitet, steuert ihren “Feed” und zeigt so hauptsächlich Inhalte an, die in ihr personenspezifisches Raster passen. Diese Fragmentierung hat laut Habermas negative Auswirkungen auf den deliberativen Austausch und die demokratische Meinungsbildung, da sich so keine abweichenden Meinungen mehr in einem sachlichen Aushandlungsprozess gegenüberstehen. Diese Arbeit erkennt die Fragmentierung der Öffentlichkeit als Teil des Plattformcharakters an, kann jedoch aufgrund des begrenzten Umfangs nicht ausführlicher auf die von Habermas beschriebenen Gefahren für die deliberative Demokratie eingehen.

⁷⁵ vgl. Donges; Jarren, 2022, S. 90

⁷⁶ Pörksen et al., 2020, S. 17

Das nächste und letzte Element der Social Media Logik nach van Dijck und Poell ist die "Datafizierung".

4.1.4.) Datafizierung

In massenmedialer Kommunikation, bspw. im Medium Fernsehen, trägt die Publikumsforschung sowie die Untersuchung von Einschaltquoten dazu bei, das Programm genauer auf die Wünsche des Publikums zurechtzuschneiden. Dies ist nicht nur für die Programmgestaltung der jeweiligen Sender von entscheidender Relevanz, sondern auch für Werbetreibende, die ihre Botschaft in Form von Fernseh-, Radio- oder Print-Werbung unterbringen wollen.

In der Social Media Logik wird Datafizierung durch technische Mittel auf ein anderes Maß gehoben. Social Media hat ihr eigenes Äquivalent zu den Untersuchungen der Einschaltquoten ("equivalent of "real-timeness"⁷⁷) entwickelt. Daraus wird eine viel genauere Zielgruppenansprache möglich. Jeder erdenklicher Content (ob Text, Musik, Bilder oder Videos) wird in der Social Media Logik als Datensatz behandelt.

Seit dem Aufkommen von Social Media und anderen Online-Diensten wie *Google* und *Amazon* werden in noch nie dagewesenen Umfang Daten gesammelt. Viele soziale Aktivitäten und Interaktionen finden heute digital statt. Persönliche Daten des Kaufverhaltens oder GPS-Daten werden ausgewertet. Diese Datensammlung hat dazu geführt, dass sich innerhalb der digitalen Welt eine Art "Kopie der Realität" gebildet hat, die von einigen Sozialwissenschaftler:innen als neue Wirklichkeitswahrnehmung legitimiert wird.

Der Soziologe Armin Nassehi beispielsweise spricht von einer Verdopplung der Welt im Digitalen⁷⁸ und der Kommunikationswissenschaftler Andreas Hepp bezeichnet die Datafizierung "als eine Repräsentation sozialen Lebens in computerisierten Daten"⁷⁹. Aktivitäten, wie das Anlegen von "Geld in Aktien [...], bei denen die Entscheidungen für Kauf und Verkauf auf datenbasierten Marktmodellen" beruhen oder die Wahl der Bildungseinrichtung der Kinder nach

⁷⁷ van Dijck; Poell, 2013, S. 9

⁷⁸ vgl. Nassehi, 2019, S. 18

⁷⁹ Hepp, 2016, S. 229

online aufbereiteten Daten im Internet sind nur zwei der von Hepp aufgeführten Beispiele, die seine These unterstützen würden.⁸⁰

Ob die in seinen Ausführungen vertretene Perspektive auf Datafizierung sich in Zukunft verstärkt zeigen wird, steht zur Frage. Bezogen auf die Social Media Logik kommt jedoch keine der drei zuerst erläuterten Charaktereigenschaften (Programmierbarkeit, Popularität, Konnektivität) zum Tragen, ohne das umfassende Sammeln und Auswerten von Datenmengen. "Datafizierung" hat also einen großen Einfluss auf die öffentliche Meinung, in dem durch sie die angesprochenen Echokammern entstehen, bestimmt werden kann welche politischen Informationen an die Nutzer:innen herangetragen werden und welche Themen, Trends und Personen sich verstärkt in den Feeds von Social Media zeigen.

4.1.5.) Aufmerksamkeit

Ein weiterer Aspekt, der sich laut Habermas mit dem neuen Wandel der Öffentlichkeitsstruktur vollzieht und über van Dijk und Poell hinausgeht, sind Messungen über eine Verringerung der Aufmerksamkeitsspanne. Habermas zieht anhand einer ARD/ZDF-Langzeitstudie (zur Mediennutzung für den Zeitraum 1964 bis 2020 in der BRD), sowie dem Eurobarometer aus dem Jahre 2019 den Schluss, dass "seit der Einführung des Internets die durchschnittliche Aufmerksamkeit für politische Nachrichten und die analytische Verarbeitung von politischen relevanten Fragen nachgelassen habe."⁸¹ Dies führt er auch auf den Anstieg der Nutzung von Social Media sowie des Konsums digitaler politischer Nachrichten zurück, die im Unterschied zur "Lektüre von gedruckten [...] Texten" ein geringeres Maß an intensiver Verarbeitung verlangen. Hinzu führt Habermas (ähnlich wie die Mediensoziologin Melanie Magin⁸²) an, dass die sukzessive Anpassung seriöser Print-Angebote an das Niveau von Boulevard-Angeboten⁸³, folgenden Rückschluss auf das Konsumverhalten der Bevölkerung ziehen lässt: Auch seriöse Medien müssten auf die kurze Aufmerksamkeitsspanne ihrer Konsument:innen reagieren, weswegen auch

⁸⁰ ebd.

⁸¹ Habermas, 2022, S. 51

⁸² vgl. Magin, 2022, S. 459

⁸³ vgl. Habermas, 2022, S. 52

hier ein Anstieg audiovisueller Inhalte im Internet gegenüber einem Rückgang von Print-Ausgaben zu verzeichnen sei. Die These, dass das Verhältnis von Politik und Medien durch die gegenwärtigen Veränderungen wie der "kurzfristigeren Aufmerksamkeit"⁸⁴ geprägt wird, wird vom Politikwissenschaftler Uwe Jun ebenso befürwortet.

Somit kommt es dazu, dass Entertainment und Information mehr und mehr miteinander verschmelzen. Die Konsumtion der von der Kommunikations- und Politikwissenschaftlerin Svenja Schäfer als "news snacks"⁸⁵ bezeichneten Art in mobiler Form (von überall und zu jederzeit) leicht zugängliche Medieninhalte zu konsumieren, wird auch in den von Habermas aufgeführten Trendstudien über Mediennutzung mehr und mehr angedeutet.

Verglichen mit dem Lesen längerer Artikel oder Essays in Tageszeitungen oder Fachzeitschriften zeichnet sich das "news-snacking" als Verhaltensmuster durch beschleunigtes und flexibleres Konsumieren ("high amount of speed and flexibility"⁸⁶) über Social Media aus. Zum einen zeigt sich hier eine stärker auf Bild- und Videoformate (mit kurzem Textanteil als Beschriftung und Beschreibung) angelegte Repräsentation von Wirklichkeit und zum anderen eine durch schnelles "Durchscrollen" nicht vermeidbare Oberflächlichkeit in der Verarbeitung dieser Inhalte. Dies führt dazu, dass die medial abgebildeten Situationen schnell und von überall abgerufen werden können, jedoch gleichzeitig das Verständnis für tiefer liegende Zusammenhänge oft ausbleibt. Plattformen sind also nicht zuletzt auch von dieser Oberflächlichkeit und Direktheit in der Kommunikation geprägt, die im soziotechnischen Wesen der Plattformen liegen.

4.1.6.) Emotionen und Affekte auf Social Media nach Lünenborg

Es wurde bereits erwähnt, dass die gesamte Infrastruktur und die sogenannte Social Media Logik von Plattformen nach kapitalistischen Grundprinzipien aufgebaut ist. Seit dem Aufkommen der ersten Plattformen gehörte die Steigerung der Nutzer:innenanzahl zu ihren unternehmerischen Absichten, was

⁸⁴ Jun, 2022, S. 132

⁸⁵ Schäfer et al., 2017, S. 1

⁸⁶ ebd.

wiederum die Steigerung von Werbeeinnahmen sowie die Steigerung von Premium-Verkäufen oder anderen Einnahmequellen zum Ziel hatte. Um eine möglichst dauerhafte Nutzerschaft und Popularität sicherzustellen, wird versucht, durch Optimierungen des Algorithmus die Aufmerksamkeit der Benutzer:innen auf der Plattform hochzuhalten.⁸⁷ Die Frage ist also, wie es Social Media gelingt, gegen die von Habermas angesprochene, stetig kleiner werdende "Aufnahmebereitschaft" von anspruchsvollen Inhalten, sowie eine allgemein niedriger werdende Aufmerksamkeitsspanne der Benutzer:innen anzugehen.

Die Kommunikationswissenschaftlerin Margreth Lünenborg erklärt in ihrem Text "Soziale Medien, Emotionen und Affekte", wie die Architektur von Plattformen darauf abzielt, Emotionen und Affekte ihrer Benutzer:innen zu "aktivieren", um sie so möglichst lange als aktive Teilnehmende der Plattform halten zu können.

Der Publizist und Unternehmer Sascha Lobo schreibt etwas zugespitzt in einem Essay davon, dass Social Media "riesige, enorm wirksame Gefühlsschleuderwerke" seien. Zu ihren Hauptbausteinen gehörten Emotionen – es hieße ja auch nicht "Know", sondern "Like"⁸⁸.

Social Media Plattformen generieren Aufmerksamkeit und Interesse der Benutzer:innen über die Anpassung der angezeigten Inhalte an ihre personenspezifischen Präferenzen. Dies geschieht über den Algorithmus der jeweiligen Plattform, der ihnen diese Inhalte bereitstellt. Die Inhalte bestehen aus interessanten Meldungen, ansprechenden Bildern und kurzen oder längeren Bewegtbildern, mit denen die Benutzer:innen interagieren (über Funktionen des Teilens, Likens oder Kommentierens) können.

Lünenborg versteht Medien im Generellen als "maßgebliche Orte, Strukturen und Institutionen der Inszenierung, Herstellung und Zirkulation von Emotionen und Affekten"⁸⁹. Sowohl bei der Produktion von Medieninhalten als auch bei ihrer Rezeption spielen Emotionen und Affekte eine wichtige Rolle. Vor allem aber in der Rezeption von Inhalten sind emotionale Reize in der Auswahl, dem sich Zuwenden und der Verarbeitung von größerer Bedeutung.⁹⁰ Wichtig sei laut

⁸⁷ vgl. Lünenborg, 2022, S. 240

⁸⁸ Lobo, 2020, S. 61

⁸⁹ Lünenborg, 2022, S. 237

⁹⁰ vgl. Lünenborg, 2022, S. 237

Lüneborg zu verstehen, dass eines der (geschäftlichen) Hauptanliegen von digitalen Konzernen das sogenannte “affective attunement” ist. Dies beschreibt Lüneborg als die “affektive Bindung ihrer User:innen” und deswegen “primäres Ziel von Kommunikation in digitalen Netzwerkplattformen”⁹¹.

Folglich lässt sich daraus schließen, dass emotionalisierende Medieninhalte erstens vom Algorithmus bevorzugt werden (also häufiger verstärkt angezeigt werden) und zweitens von den Benutzer:innen (auch in der Konsequenz) vermehrt aufgerufen werden.

Wie dieser Umstand die Kommunikation von politischen Inhalten (auch während Krisen- und Kriegssituationen) beeinflusst, wird im nächsten Kapitel dargestellt.

Um Niklas Luhmanns Zitat aus dem dritten Kapitel “Massenkommunikation” auf die Social Media Logik zu übertragen, lässt sich mit einer folgend zitierten begrifflichen Abwandlung von Lobo abschließen:

„Was wir über die Welt wissen, wissen wir aus einem kleinen Bildschirm, der uns sozial, redaktionell und algorithmisch aufbereitete Informationen präsentiert, dabei Sensationalisiertes, Zugespitztes, Radikales tendenziell bevorzugt, was durch die Echokammern der Netzöffentlichkeit selbstverstärkend wirkt.“⁹²

4.2.) *Instagram*

Instagram (gegründet im Jahre 2010) gehört mit seinen weltweit 1,04 Milliarden aktiven Nutzer:innen im Jahr 2021 zu den beliebtesten Social Media Plattformen.⁹³ In der Ukraine können zwischen Januar 2022 und Januar 2023 Nutzer:innen-Zahlen gemessen werden, die zwischen einem Niedrigstand von 11,5 Millionen (im April 2022) bis zum Höchststand von 16,8 Millionen (im Januar 2022) unterschiedlich ausfallen.⁹⁴ Ein Blick auf die ukrainische Gesamtbevölkerungszahl im Jahre 2022 von knapp 40 Millionen Menschen⁹⁵ zeigt dabei jedoch auch, dass also etwas weniger als die Hälfte der Gesamtbevölkerung *Instagram* nutzen, bzw. genutzt haben.

⁹¹ Lüneborg, 2022, S. 237

⁹² Lobo, 2020, S. 60

⁹³ Statista zitiert nach Insider Intelligence, 2022

⁹⁴ Statista zitiert nach NapoleonCat, 2023

⁹⁵ Statista zitiert nach UN.Des, 2023

Es ist vor allem die Altersgruppe zwischen 18-44 Jahren kennzeichnend, die einen Wert von 73,5 % der Gesamtnutzung der App innerhalb der Bevölkerung einnimmt und somit den größten Anteil darstellt. Das bedeutet, dass *Instagram* in der Ukraine, aber auch weltweit⁹⁶ eher von der jüngeren bis mittelalten Generation genutzt wird.

Tama Leaver et al. beschreiben die App als eine Art Leitungssystem für Kommunikation ("conduit for communication"), in der Bilder, Videos und Storys erstellt, verschickt und geteilt werden können, um sich mit anderen Menschen zu verbinden und mit ihnen zu kommunizieren.⁹⁷ Die Idee, so beschreibt es Sigrun Lillegraven, ist die "einfache und schnelle" Verbreitung von Bildern und Videos in verschiedener Länge (von sehr kurz bis sehr lang), sowie die Funktion der vorherigen Bearbeitung und Ästhetisierung des Inhalts. Hinzu kommen technische Funktionen wie das Setzen von Hashtags in den Beitragsunterschriften, um die Interaktion mit anderen Benutzer:innen ausbauen zu können.⁹⁸

Während in den Anfängen der App noch das Visuelle dominierte, kann durch die technische Etablierung einer ausgeweiteten Videofunktion (durch sogenannte "Reels" oder "IGTV" bis 2022) mittlerweile von einem stark audiovisuellen Fokus gesprochen werden. Außerdem kommen die Beitragsunterschriften, in denen sich textlicher Content dazu reiht. Somit prägt ein multimodales Zusammenspiel dieser drei Formate die Ästhetik und die technische Infrastruktur der App. Des Weiteren lebt die Plattform vom Liken, Kommentieren, Speichern und Verschicken von Inhalten durch Benutzer:innen-Profile.

Instagram ist hauptsächlich für die Verwendung auf Smartphones designt, doch abrufbar ist sie auch in einer Desktop-Variante über den PC. Über die hohe Anzahl an Nutzer:innen besitzt die App nicht nur ein hohes Potenzial für Benutzer:innen (auch auf globaler Ebene) öffentlichkeitswirksam aufzutreten, "sie beweist zugleich das gesteigerte Interesse an visuellen Formen der digitalen Kommunikation und (Selbst-)Inszenierung"⁹⁹ in der heutigen

⁹⁶ Statista zitiert nach HypeAuditor, 2023

⁹⁷ Leaver, 2020, S. 1

⁹⁸ Lillegraven, 2021, S. 83

⁹⁹ Lillegraven, 2021, S. 82

Mediengesellschaft. Dahingehend wird sie auch für politische Akteure zu einem attraktiven Kanal mit multimodalen Inszenierungs-Möglichkeiten ihrer politischen Botschaften.

Auch der offizielle Account "zelenskiy_official" wird von audiovisuellem Content beherrscht, in dem der ukrainische Präsident und ein Team aus professionellen Kommunikatoren in täglichen Postings öffentlichkeitswirksame Beiträge erstellen. Die Plattform dient dem ukrainischen Präsidenten und seiner Regierung als ein wichtiger Kanal unter vielen weiteren, um den Kontakt mit relevanten Ansprechpartnern herzustellen. Die App ermöglicht einen direkten (digitalen) und regelmäßigen Kontakt mit den Bürger:innen und dient als ein kommunikationspolitisches Instrument für seine politischen Botschaften.

5.) Politische Kommunikation

Um untersuchen zu können, wie Selenskyj *Instagram* für seine politische Kommunikation nutzt, muss zunächst der aktuelle Forschungsstand der politischen Kommunikationsforschung dargestellt sowie auf verschiedene wissenschaftliche Definitionen und relevante Faktoren von politischer Kommunikation eingegangen werden.

Folgt man politikwissenschaftlichen, sowie kommunikationswissenschaftlichen Stimmen wie Ulrich Sarcinelliis oder denen von Otfried Jarren und Patrick Donges, stellt man fest, dass es keine allumfassende Definition von politischer Kommunikation gibt.

Sarcinelli begründet dies mit der Interdisziplinarität des Forschungsfeldes. So werden in unterschiedlichen Fachrichtungen auch unterschiedliche Perspektiven, ergo unterschiedliche Definitionen innerhalb der Politischen Kommunikationsforschung laut.¹⁰⁰ Donges und Jarren verweisen dabei auf den Umstand, dass sich in Abhängigkeit der historischen Situation und den jeweiligen gesellschaftlichen und politischen Begebenheiten der Blick auf das Feld der politischen Kommunikation verändern kann. Zudem sei entscheidend,

¹⁰⁰ Sarcinelli, 2011, S. 19

ob man politische Kommunikation aus der Perspektive von “Politik, [...] Medien und/oder der Rezipienten”¹⁰¹ untersuchen möchte.

Um sich dem Feld zu nähern, führt Sarcinelli zunächst aus, dass politische Kommunikation als ein “politisch-publizistischer Resonanzraum”¹⁰² zu verstehen sei: Darin kommt es zu einer gegenseitigen Beobachtung der in den Medien auftretenden Akteure. So beobachten Medien andere Medien, aber es beobachten Politiker:innen über Medien auch andere Politiker:innen oder Organisationen, die wiederum weitere politische Akteure über das Mediensystem beobachten.¹⁰³

In diesem gleichzeitig stattfindenden Beobachtungsprozess und der gegenseitigen Inbezugnahme entsteht politische Kommunikation. Politik benötigt Kommunikation, wenn sie öffentlich werden will. Da sich Politik jedoch auch zu einem nennenswerten Teil in geschlossenen Bereichen abspielt – Sarcinelli führt hier etwa “lange[n] Phasen der politischen Problembearbeitung und internen Entscheidungsvorbereitung” an – spiele politische Kommunikation nur in der von Karl-Rudolf Korte und Philipp Richter angeführten “Darstellungspolitik” eine wesentliche Rolle. In der Darstellungspolitik würden “die Darstellungsmerkmale des Politischen gebündelt.”¹⁰⁴ Es geht um die Kommunikationspraxis der Frage “Wie wird Politisches in die Öffentlichkeit getragen?” Dazu führen sie aus: “Es geht konkret um Sprache, Gestik und das Gesamtspektrum von symbolischer Politik”¹⁰⁵.

Donges und Jarren äußern Zweifel daran, ob politische Kommunikation tatsächlich in eine klar abgrenzbare Unterscheidung zwischen Politik und Kommunikation aufgeteilt werden kann. Sie stimmen jedoch zu, dass die Art und Weise, wie politische Themen kommuniziert werden, ein wichtiges Element darstellt.

Sie plädieren aus Sicht der Kommunikationswissenschaft allerdings eher dafür, Politik und Kommunikation als geeinte Prozesse anzusehen.¹⁰⁶ Daher

¹⁰¹ Donges; Jarren, 2022, S. 8

¹⁰² Sarcinelli, 2011, S. 18

¹⁰³ ebd.

¹⁰⁴ Korte; Richter, 2022, S. 149

¹⁰⁵ ebd.

¹⁰⁶ vgl. Donges und Jarren, 2022, S. 9

definieren sie politische Kommunikation zusammengeführt als einen zentralen Mechanismus zur “Generierung, Formulierung und Artikulation politischer Interessen, ihrer Aggregation zu entscheidbaren Programmen sowie der Durchsetzung und Legitimierung politischer Entscheidungen.”¹⁰⁷

Die US-amerikanische Politikwissenschaftlerin Doris Graber schlägt in einem weiteren Definitionsvorschlag vor, politische Kommunikation als einen Vorgang zur “Produktion, Mitteilung und Verbreitung von Kommunikationsbotschaften, die das Potential haben, substantiell – direkt oder indirekt – Effekte auf den politischen Prozess auszuüben”¹⁰⁸ zu beschreiben. Dabei werden die verschiedenen Teildisziplinen so weit wie möglich einbezogen.

Das sich durch diese Arbeit ziehende Verständnis von politischer Kommunikation wird sich im Besonderen auf die Anpassung des Forschungsfeldes der politischen Kommunikation an die Logik des neuartigen Mediensystems der Plattformen beziehen. Die von Graber angesprochene “Produktion, Mitteilung und Verbreitung” von Botschaften, sowie die von Donges und Jarren erwähnte “Generierung, Formulierung und Artikulation politischer Interessen” findet in der heutigen Mediengesellschaft zu einem bemerkenswerten Teil innerhalb der Logik der Social Media Kanäle statt.

Dass Massenmedien nach wie vor in simultaner Weise einen wichtigen Teil von politischer Kommunikation einnehmen und von allen Akteuren innerhalb des politisch-publizistischen Resonanzraums berücksichtigt werden, sollte hier trotzdem kurze Erwähnung finden. So schreiben beispielsweise van Dijck und Poell, dass Social Media und Massenmedien miteinander verstrickt sind und sich trotz ihrer Unterschiede in ihren Wirkungen gegenseitig bestärken.¹⁰⁹

Politische Talkrunden oder Nachrichtensendungen im Fernsehen, die auf Social Media Beiträge von politischen Akteuren verweisen, wären ein Beispiel dafür. Und auch Andrew Chadwick von Donges und Jarren zitiert, spricht im derzeit stattfindenden Wandel der Medien nicht von einem Austausch von Massenmedien durch Online Medien und Plattformen. Vielmehr sollte man von einem hybriden Mediensystem sprechen (“hybrid media system”¹¹⁰), in dem

¹⁰⁷ Donges; Jarren, 2022, S. 9

¹⁰⁸ Sarcinelli nach Graber, 2011, S. 19

¹⁰⁹ van Dijck; Poell, 2013, S. 3

¹¹⁰ Donges; Jarren zit. nach Chadwick, 2022, S. 13

beide traditionelle und neue Medien koexistieren und jeweils durch ihre eigene Funktion innerhalb des Mediensystems Berechtigung finden. Massenmedien gehören – wie im dritten Kapitel beschrieben – immer noch für viele Menschen zu einer relevanten Quelle für politische Informationsbeschaffung.

In dieser Arbeit wird jedoch, wie bereits mehrfach erwähnt, die politische Kommunikation auf Social Media, insbesondere der Plattform *Instagram*, in den Mittelpunkt der Forschung gestellt.

5.1.) Politische Kommunikation und Social Media

Mit der Expansion des Mediensystems, die die Ausweitung und Ausdifferenzierung des medialen Angebots in immer mehr Bereichen des alltäglichen Lebens von Menschen bedingt, erweitern sich auch die Handlungsfelder von politischer Kommunikation.

Der SPD-Politiker Lars Klingbeil sagt in einem Interview mit der Wochenzeitung DIE ZEIT, dass man als Politiker:in dort präsent sein müsse “wo Debatten stattfinden.”¹¹¹ Damit meint er hier im Genaueren die Social Media Plattform *Twitter*, die der Grünen-Politiker Robert Habeck kurz vorher verlassen hat. Stimmen werden allerorts lauter, dass Politik und Kommunikation mit den medialen Veränderungen der Zeit Schritt halten müssen.

Deswegen gilt es herauszustellen, wie die Transformation der Mediengesellschaft und der sich ausdehnende Anteil des Konsums politischer Inhalte über Social Media Kanäle die Handlungsfelder von politischer Kommunikation verändern.

“This process [Aufkommen von Plattformen] has changed the channels and routes through which political information reaches people. Political actors have to adapt to the new dynamics of information spaces by establishing new channels to reach people directly, develop relationships with new allies that allow them to reach people indirectly, and to adapt to new rhythms and communicative conventions in these environments.”¹¹²

¹¹¹ ZEIT ONLINE, 2019, S. 1

¹¹² Jungherr et al., 2020, S. 4

Auch Donges und Jarren würden diesem Ausschnitt aus dem Buch “Retooling Politics – How Digital Media Are Shaping Democracy” zustimmen. Der Titel sagt bereits viel über die potenzielle Wirkungsmacht von Social Media auf das Politische aus. Plattformen und die neuen Kommunikationsformen, die durch sie möglich werden, haben einen Effekt auf vielen Ebenen menschlichen Zusammenlebens. Auch der Einfluss darauf, wie Politik sich über Plattformen selbst organisiert und nach außen darstellt, scheint ein immer größeres Maß zu nehmen. Durch die immer stärker werdende Nutzung von Social Media sehen sich Organisationen gezwungen, sich auf diesen Kanälen ebenfalls auszubreiten.

Innerhalb der Sphäre von politischer Kommunikation treffen unterschiedliche politische Akteure aufeinander, beeinflussen sich gegenseitig und stehen in wechselseitigem Austausch. Neben teilnehmenden Akteuren aus anderen Teilsystemen der Gesellschaft, wie beispielsweise der *Kultur* oder der *Wissenschaft*, sind im engeren Sinne vor allem die im direkten politischen Prozess beteiligten Personen und Zusammenschlüsse als Akteure für den Fortgang dieser Arbeit von Relevanz.

Donges und Jarren unterscheiden innerhalb der politischen Kommunikationsforschung drei “Typen von Akteuren”, die in demokratischen Systemen vorkommen: Erstens sind “Akteure der Interessenartikulation (vor allem Verbände und soziale Bewegungen)” zu nennen, zweitens Akteure der “Interessenaggregation (vor allem Parteien)”, sowie drittens Akteure der “Politikdurchsetzung (vor allem Parlament, Regierung und Verwaltung)”.¹¹³

Gerade die Kommunikationsarbeit der dritten Gruppe von Akteuren, der Politikdurchsetzung durch Parlament, Regierung und Verwaltung erfährt seit geraumer Zeit einen merklichen Wandel. Politiker:innen kommunizieren nicht mehr nur über den Vermittler der Massenmedien, sondern finden aktiv auf der gleichen Plattform (der Social Media Plattform), also in Augenhöhe mit ihren Ansprechpartner:innen (den Medien auf der einen und den Bürger:innen auf der anderen Seite) statt.

¹¹³ vgl. Donges; Jarren, 2022, S. 125

Dieses neue Verhältnis innerhalb des Raumes von politischer Kommunikation setzt auch einen neuen Umgang in der Weise voraus, wie Botschaften artikuliert werden sollten. Dies impliziert, dass der Duktus des Formulierten der Logik der Plattformen entsprechen sollte, wodurch das "kommunikative Geschick"¹¹⁴ eines politischen Akteurs eine entscheidende Rolle für den Erfolg oder Misserfolg seiner politischen Kommunikation spielt.

Eine Akkommodation des politischen Systems an den Medienwandel findet laut Kommunikationswissenschaftler Winfried Schulz schon seit Beginn medien-politischer Kommunikationsvorgänge statt. So waren und sind es noch heute Massenmedien wie das Fernsehen, an deren "Logik" sich Politik anpassen muss. Die im jeweiligen Medium vorausgesetzten "Aufmerksamkeitsregeln und Darstellungsformate"¹¹⁵ erzeugen erst im richtigen Umgang der in ihnen stattfindenden politischen Akteure ihre besondere Wirkung. Diese Anpassung, die Schulz in Bezug auf das Fernsehen „Televisierung“ der Politik nennt, beschreibt er in Bezug auf politische Kommunikation im Internet mit dem Schlagwort "Internetisierung". Vor allem Plattformen und ihre neuartige Medienlogik veranlassen politische Akteure zu einer neuen Ausrichtung ihres kommunikativen Auftritts. Social Media sind damit zu einem neuen medialen "Format- und Taktgeber"¹¹⁶ der Politik und ihrer (Selbst-)Darstellungsart geworden. Man könnte also angleichend nun von einer "Plattformisierung" politischer Kommunikation sprechen.

Die Verwendung von Plattformen wie *Instagram* durch politische Player wie Selenskyj ist eine kostengünstige¹¹⁷ und einfache Alternativmöglichkeit zur Kommunikation über traditionelle Formate der Massenmedien, deren Bespielung mit vergleichsweise mehr Anstrengungen aller Art verbunden ist.

Über die Infrastruktur der Plattformen finden kommunikative Prozesse zwischen Politiker:innen und ihren Ansprechpartner:innen digital und durch die Nutzung von Smartphones in mobiler Form statt. Dieser Umstand entfaltet bei allen Beteiligten dieser neuen Öffentlichkeits-Form nicht nur die angesprochene

¹¹⁴ Korte, 2022, S. 153

¹¹⁵ vgl. Schulz, 2011, S. 38

¹¹⁶ Korte, 2022, S. 150

¹¹⁷ vgl. Grill, 2022, S. 583

Kommunikation auf Augenhöhe, sondern bringt ein wichtiges Qualitätsmerkmal politischer Kommunikation zum Tragen: "Authentizität"¹¹⁸.

Über die technischen Funktionen können politische Akteure direkt und unmittelbar mit anderen digitalen Playern in den Diskurs treten (z.B. durch die Kommentarspalte, durch Umfrage-Optionen, durch die Option einer Live-Schaltung bei Events oder auch im direkten Live-Gespräch). Dies schafft die Möglichkeit eines fast hierarchielos geführten Dialogs, der gleichzeitig Transparenz fördert.¹¹⁹

Reaktionen auf aktuelle Ereignisse, zu denen Politik Stellung beziehen und über die Handlungsmöglichkeiten (am besten schnell) informieren muss, können über Social Media fast in Echtzeit oder live¹²⁰ unternommen werden. Durch das spontane Reagieren kann zum einen Verlässlichkeit signalisiert werden. Gleichzeitig besteht jedoch ebenso die Gefahr von unüberlegten und ungefilterten Aussagen, die sich schädlich auf das eigene politische Image auswirken können.

Durch die Anpassung der Sprache an die sprachliche und technische Eignung der jeweiligen Plattform – beispielsweise auf *Twitter* mit der Begrenzung auf 280 Zeichen pro Mitteilung oder auf *Instagram* mit der Hervorhebung der Erstellung von Beiträgen im multimodalen Format – soll der Inhalt prägnant und interessant in der erwähnten "Snack"-Form präsentiert werden. Ziel ist es, Sachverhalte inhaltlich ansprechend und auf den Punkt gebracht darzustellen. Mit der richtigen Wahl von Bildern und Videos kann eine für die Empfängerseite ansprechende Wirkung des eigenen politischen Anliegens erzeugt werden, denn "[w]er Dinge kommuniziert – sprachlich oder visuell, beherrscht diese auch."¹²¹ Hier zeigt sich das Verhältnis von Macht und gekonnt eingesetzter Kommunikation auf Social Media, denn durch regelmäßig und professionell bespielte Plattformen können öffentliche Diskurse beherrscht werden.

Des Weiteren kann durchaus auch die Personalisierung durch politische Kommunikation verstärkt werden, wenn dies zum Ziel einer politischen Kommunikationskampagne erklärt wird:

¹¹⁸ Zerback et al., 2022, S. 13

¹¹⁹ vgl. Korte, 2022, S. 154

¹²⁰ vgl. ebd.

¹²¹ ebd., S. 153

“Politische Akteure präsentieren sich in der Öffentlichkeit gerne als Persönlichkeiten, die mit „Weitsicht“, „Augenmaß“, „Beharrlichkeit“ oder anderen Attributen versehen die Geschicke ihres Landes lenken. [...] Persönlichkeit bzw. Personalisierung ist – zumindest innerhalb einer journalistischen Logik, die Sachthemen narrativ aufzubereiten versucht – ein wichtiger Faktor, der aus einem Ereignis eine Nachricht macht. Das wissen wiederum auch politische Akteure und ihre Kommunikationsberaterinnen und -berater, wenn sie mit ihren Botschaften die Selektionshürde der Medien überspringen möchten. Beide, politische Akteure wie Medien, fördern aus ihrer Eigenlogik heraus eine personenzentrierte Sicht auf Politik – die Persönlichkeit prägt das Amt.”¹²²

Dies gilt durchaus auch für die Logik der Plattformen. Eines der erwähnten Hauptelemente von van Dijck und Poell ist das der “Popularität”.

Auch im sozio-technischen Sinne werden Persönlichkeiten des politischen Spektrums, die noch dazu ihre kommunikative Botschaft auf eine emotionale und interessante Weise gestalten, von Social Media Nutzenden präferiert, sowie von Algorithmen erkannt und weiterverbreitet¹²³. Erwähnung finden dürfen hier die in der Wissenschaft noch zu einem relativ unbekanntem Phänomen zählenden politischen Social-Media-Influencer:innen.¹²⁴

Mit hinreichenden Kompetenzen ausgestattet, können diese durch eigens auf die jeweiligen Social Media Kanäle zugeschnittene Inhalte veröffentlichen, die je nach Reichweite ein bestimmtes Publikum und dadurch politische Prägekraft erreichen. Die Inhalte werden dabei stets auf die eigene Person “personalisiert”, bzw. individuell zugeschnitten und müssen auf eine bestimmte Selbstinszenierung ausgelegt sein.¹²⁵ Über ein tiefes Verständnis der Funktionsweise von Social Media, die unter anderem einen “professionelle[n] Umgang mit Hashtags, Thumbnails und Algorithmen”¹²⁶ voraussetzt, kann die Steigerung der Popularität des eigenen Profils und somit der eigenen politischen Anliegen erreicht werden.

¹²² Donges; Jarren, 2022, S. 140

¹²³ vgl. Lünenborg, 2022, S. 240

¹²⁴ vgl. Bause, 2020, S. 1

¹²⁵ vgl. ebd., 2020, S. 306

¹²⁶ ebd.

Es kann somit konstatiert werden, dass politische Akteure im Rahmen der Durchsetzung ihrer Politik einem Wandel unterliegen, dem sie sich anpassen müssen, um ihre Kommunikation wirksam zu gestalten. Hierbei bieten Plattformen wie *Instagram* ein großes kommunikatives Potenzial und eine breite Palette an erzählerischen und visuellen Möglichkeiten.

Aufgrund der Auswirkungen des externen Faktors des Krieges in der Ukraine und der dynamischen und wandelbaren technischen Funktionen auf Social Media sind bisher keine hinreichenden Erklärungen in der vorhandenen Forschungsliteratur für das hier untersuchte Phänomen zu finden. Auch die spezifische Art und Weise, wie Selenskyj gerade als junger Präsident und ehemaliger Schauspieler und Medienschaffender sich sprachlich, visuell aber auch technisch versiert auf *Instagram* präsentiert, lässt sich mit der vorhandenen Literatur nicht erklären. Dem soll im folgenden Teil der Arbeit analytisch nachgegangen werden.

6.) Methodischer Teil

Um die Forschungsfrage “Wie nutzen Wolodymyr Selenskyj und sein Kommunikationsteam *Instagram* für ihre Kommunikation im Russland-Ukraine-Krieg?” zu beantworten, wird eine qualitative Inhaltsanalyse hauptsächlich nach Mayring und ergänzend nach Kuckartz, sowie zusätzlich eine qualitative Bildinhaltsanalyse orientiert am Ansatz der visuellen Semiotik nach Barthes durchgeführt.

Die im gesamten Verlauf der Analyse durchgeführten Schritte wurden stets unter Einhaltung der klassischen Gütekriterien – hier Reliabilität und Validität¹²⁷ – ausgeführt: Wie steht es um die Zuverlässigkeit der Untersuchung? Würden bei wiederholter Messung (mit demselben Kategoriensystem) gleiche Ergebnisse erzielt? Und ist die Messung konkret an das Forschungsinteresse angelehnt und wird gemessen, was durch die Forschungsfrage erfragt wird? Die Reliabilität wurde durch die Erstellung eines Kategoriensystems (Anhang B), sowie einer nach festen Regeln durchgeführten Forschungsmethode, die außerdem wissenschaftlich anerkannt ist, sichergestellt. Zudem wird die

¹²⁷ vgl. Mayring, 2015, S. 124

intersubjektive Nachvollziehbarkeit durch die transparent beschriebene Forschungsmethode, bzw. die Verfahrensdokumentation garantiert.

Die Sicherung der Validität in der Untersuchung der Nutzung von *Instagram* durch Selenskyj in der politischen Kommunikation erfordert eine systematische und strukturierte Vorgehensweise, die eng mit der Forschungsfrage verknüpft ist. Eine genaue Kategorisierung und Codierung der für das Forschungsanliegen relevanten Textstellen ist hierbei unerlässlich. Die Validität kann außerdem durch die Übereinstimmung und Plausibilität der Ergebnisse im Vergleich mit der Forschungsfrage belegt werden.

6.1.) Qualitative Inhaltsanalyse

Das Ziel der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring ist die Analyse von Material, das aus "irgendeiner Art von Kommunikation stammt"¹²⁸. Dabei ist nicht nur der Inhalt des untersuchten Materials für die Inhaltsanalyse von Bedeutung, ebenso wenig handelt es sich nur um eine rein auf Textmaterial beschränkte Analyseform. Man müsse die Inhaltsanalyse viel mehr als ein Instrument verstehen, das die Übertragung von Sprache (also Kommunikation) zum Gegenstand hat. Es können also ebenso "Musik, Bilder und Ähnliches" in den Blick genommen werden.¹²⁹

Man unterscheidet in der Sozialwissenschaft zwischen qualitativer (nicht standardisierter) und quantitativer (standardisierter) Inhaltsanalyse. Erstere analysiert dabei "die Individualität" des Materials, wohingegen zweite den Fokus hauptsächlich auf "Umfänge, Verteilungen und Häufigkeiten"¹³⁰ setzt, um dadurch Muster und Tendenzen über ein Phänomen sichtbar zu machen.¹³¹

Nach Silke Fürst et al. ist die qualitative Inhaltsanalyse durch ein exploratives Untersuchungsschema gekennzeichnet. Es geht darum, dem untersuchten Material offen gegenüberzustehen und im Verlauf der Analyse zu tieferen Erkenntnissen zu gelangen.¹³² Bei der Analyse und Kategorienbildung kann

¹²⁸ Mayring, 2015, S. 12

¹²⁹ Mayring nach Berelson, 2015, S. 12

¹³⁰ Rössler, 2017, S. 19

¹³¹ vgl. Mayring, 2015, S. 20

¹³² vgl. Fürst et al., 2016, S. 209

deduktiv, sowie induktiv vorgegangen werden, wie auch im Ablaufmodell dieser Forschung nach Mayring deutlich wird.

Doch zunächst sei zusammenfassend gesagt: Die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring bezieht sich auf protokolliertes und festgehaltenes kommunikatives Material und ist kein freies Interpretieren, sondern ein systematischer Analyseprozess. Im Gegensatz zu hermeneutischen Verfahren, bei denen das Vorwissen der interpretierenden Person von größerer Bedeutung ist und es um Deutungsprozesse geht, grenzt sich die qualitative Inhaltsanalyse durch ihren systematischen Ansatz ab.¹³³ Die Regelbasiertheit steht hier ausdrücklich im Vordergrund, was sie dahingehend mit quantitativen Inhaltsanalysen verbindet. Das heißt jedoch nicht, dass diese sich nicht flexibel an das vorliegende Material anpassen müssen. Eher im Gegenteil, muss die qualitative Inhaltsanalyse stets am konkreten Gegenstand und an der Forschungsfrage orientiert sein.¹³⁴ Deswegen spielt der Theoriehintergrund, also das "Anknüpfen an den Erfahrungen anderer mit dem zu untersuchenden Gegenstand"¹³⁵ eine besondere Rolle, der auch bei den einzelnen Analyseschritten stets mitgedacht werden muss.

Nicht zuletzt sollte Erwähnung finden, dass das Material als Teil eines größeren Kommunikationskontext betrachtet werden sollte. Mayring führt dazu den Kommunikationswissenschaftler Thomas Frances Carney an, der hier passend zum Forschungsinteresse dieser Arbeit feststellt:

"Sie [qualitative Inhaltsanalyse] will durch Aussagen über das zu analysierende Material Rückschlüsse auf bestimmte Aspekte der Kommunikation ziehen, Aussagen über den "Sender" (z.B. dessen Absichten), über Wirkungen beim "Empfänger" oder Ähnliches treffen"¹³⁶.

6.2.) Vorgehensweise

Der Materialbestand setzt sich aus Beiträgen auf dem offiziellen *Instagram*-Kanal von Selenskyj zusammen. Die Plattform *Instagram* bietet ihren

¹³³ vgl. Mayring, 2015, S. 9

¹³⁴ vgl. ebd., 2015, S. 50-51

¹³⁵ ebd., 2015, S. 13

¹³⁶ Mayring zit. nach Carney, 2015, S. 13

Nutzer:innen verschiedene Möglichkeiten zum Veröffentlichen von Inhalten. Der offizielle Account von Selenskyj "zelenskiy_official" nutzt größtenteils Bilder, Bilderreihen und Videos. Deswegen bezieht sich die Analyse auch aus Repräsentativitäts-Überlegungen und ökonomischen Erwägungen auf die Beiträge, die in diesen Formaten vorkommen. Sogenannte Storys (Inhalte, die schnell und nur für kurze Zeit auf dem Profil erscheinen) oder Reels (kurze Videosequenzen, die auf dem Profil erscheinen) kommen zwar ebenfalls vor, sind jedoch in den meisten Fällen inhaltlich identisch mit den Bild- und Video-Beiträgen und finden deshalb keine gesonderte Erwähnung.

Aufgrund der Tatsache des fortlaufenden Krieges über den Zeitraum dieser Forschungsarbeit hinaus, musste ein intuitiver Endpunkt des zeitlichen Rahmens der Stichprobe gewählt werden. Die Materialauswahl (Corpus) wird deswegen anhand von fünf ausgewählten Schlüsselereignissen (hier: "Kontextereignissen") im Russland-Ukraine-Krieg innerhalb des Zeitraums 24. Februar 2022 – 31. Dezember 2022 (Kriegsbeginn bis Jahresende) durchgeführt.

Als Schlüsselereignisse werden in der Kommunikationswissenschaft Ereignisse beschrieben, die die Themenstruktur innerhalb der Berichterstattung aufgrund herausragender Merkmale verändern.¹³⁷ Im Russland-Ukraine-Krieg können Schlüsselereignisse im Kriegsverlauf beschrieben werden, die von größerer Bedeutung und somit medial verstärkt in Erscheinung getreten sind.

Über das Datum dieser Schlüsselereignisse werden sodann je ein Bild und ein Video des *Instagram*-Profils, sowie ein Bild und ein Video am darauffolgenden Tag gewählt. Insgesamt werden also 20 *Instagram*-Beiträge – zeitlich orientiert am jeweiligen Schlüsselereignis – als Untersuchungsmaterial festgelegt und qualitativ untersucht.

Dieses Modell ermöglicht einen umfassenden und zeitlich festgelegten Blick auf die Kommunikation Selenskyks auf *Instagram* zwischen Kriegsausbruch und Jahresende, lässt also den Kontext des Kriegsgeschehens nicht außer Acht. Dadurch wird auf der einen Seite der Blick auf Selenskyjs Kommunikation an Schlüsselereignissen im Russland-Ukraine-Krieg möglich, darüber hinaus

¹³⁷ vgl. dazu Geyer, 2004, S. 27

jedoch auch auf Tage mit weniger subversiven Ereignissen im Kriegsgeschehen.

Wenn diese Arbeit von Selenskyjs Kommunikation über *Instagram* spricht, so meint sie die Beiträge auf dem offiziellen *Instagram*-Kanal "zelenskiy_official". Es ist nicht klar, wie viele Personen aktiv bei der Kanalpflege mitarbeiten, es wird jedoch vermutet, dass ein Team aus professionellen Kommunikator:innen, Fotograf:innen und Medienmacher:innen involviert ist, da die Kanalpflege in diesem Umfang von einer einzigen Person nicht bewerkstelligt werden kann.

Die Sprache der Video- und Bildbeiträge wird durch Transkription in einen schriftlichen Text umgewandelt. Um die Sprachbarriere zwischen Ukrainisch, Deutsch und Englisch zu überwinden und eine genaue Übersetzung zu gewährleisten, wird für die Inhaltsanalyse immer die beste verfügbare Übersetzung verwendet. Daher wird für diese Arbeit auf das Werk "Botschaft aus der Ukraine"¹³⁸ Bezug genommen, welches von Christiane Bernhardt und Gisela Fichtl verfasst wurde und auch zwei der hier behandelten Reden Selenskyjs in deutscher Sprache beinhaltet. Zudem werden die direkten Übersetzungen in den Beiträgen auf der *Instagram*-Seite transkribiert. Kommt es zu ukrainischen Beitrags-Unterschriften, für die keine kanal-eigene Übersetzung vorhanden ist, so wird auf die Übersetzung einer ukrainischen Muttersprachlerin zurückgegriffen.

Die Forschungsfrage, die sich auf die Nutzung der Plattform *Instagram* und ihrer sozio-technischen Logik bezieht, kann ohne die Inbezugnahme einer dem Umfang dieser Arbeit angemessenen, vorurteilsfreien und intersubjektiven Bild- und Video-Beschreibung des jeweiligen Beitrags nicht hinreichend beantwortet werden. Deshalb wurden zusätzlich die Bilder und Videos unter Berücksichtigung der Herangehensweise der visuellen Semiotik nach Barthes in sprachlich-fixiertes Material übersetzt und danach von der qualitativen Inhaltsanalyse aufgenommen. Der Ansatz der visuellen Semiotik nach Barthes orientiert sich an den deskriptiv-analytischen Grundfragen "Was wird gezeigt?", "Wie wird etwas Bestimmtes gezeigt?" und "Welche Bedeutungen befinden sich hinter den Botschaften?"¹³⁹ und löst sich hier von der strikten Abkehr von

¹³⁸ Selenskyj, 2022

¹³⁹ Lobinger zit. nach van Leeuwen, 2012, S. 247

hermeneutischen Verfahren bei der Durchführung der qualitativen Inhaltsanalyse ab. Dabei werden allgemeine Schlüsse aus spezifischen Beobachtungen gezogen (induktive Schlussfolgerung), indem die Merkmale und Inhalte des Bildes oder des Videos beschrieben werden. Durch eine möglichst objektive Beschreibung wird dabei die Zuverlässigkeit der späteren (interpretativen) Schlussfolgerungen erhöht.

Aus ökonomischen, aber auch aus Gründen der Plausibilität wird hier auf eine tiefer reichende Bild- sowie Video-Inhaltsanalyse, die der qualitativen Inhaltsanalyse folgt, verzichtet. Erstens, weil die Inhalte in ihrer Multimodalität als Einheit aus Text und Bild verstanden werden sollen, weswegen sie in der Analyse zueinander in Bezug gesetzt und nicht isoliert erforscht werden. Zweitens, weil die Forschungsfrage darauf abzielt, einen breiten Blick auf die Nutzung von *Instagram* zu erlangen, um sodann Rückschlüsse zu ziehen, wie Selenskyj diese Plattform für seine Kommunikation einsetzt. Hier erscheint es sinnvoller, eine breit aufgestellte Analyse vieler Beiträge durchzuführen, als spezifische bild- und videoanalytische Verfahren weniger Bilder oder Videos anzuwenden. Durch die Mehrzahl von untersuchten Beiträgen wird eine Erkennung von Kommunikationsmustern erreicht und gleichzeitig die Reliabilität der Forschung erhöht.

Es gilt zudem zu erwähnen, dass nicht nur die Inhalte der Videos und Bilder, bzw. die Sprache, die darin vorkommt, in den Fokus genommen werden, sondern der *Instagram*-Beitrag als Ganzes. Bild- bzw. Videounterschriften werden genauso mit in die Untersuchung gezogen, wie die Nutzung der Hashtags, die darin Verwendung finden. Da sich die Forschungsfrage auf einen anderen Schwerpunkt konzentriert, wird in dieser Arbeit auf eine Analyse der Kommentarspalte verzichtet und die Rezeptionsanalyse der *Instagram*-Nutzer:innen nicht in den Untersuchungsrahmen mit einbezogen. Bei der Analyse wurde stets mit der Desktopversion von *Instagram* gearbeitet. Da die Inhalte aber auf der mobilen Applikation die gleichen sind, besteht hier keine Gefahr einer Verzerrung des Datenmaterials.

Außerdem zeichnet sich die hier durchgeführte qualitative Inhaltsanalyse, wie Mayring vorgibt, durch "Theoriegeleitetheit"¹⁴⁰ aus. Der Forschungsstand, sowie wichtige theoretische Zugänge konnten im vorherigen Theorieteil dieser Arbeit umfassend dargestellt werden. So wurden Elemente der Social Media Logik, sowie Einblicke in den aktuellen Forschungsstand von politischer Kommunikation gegeben werden. Im letzten Kapitel "Politische Kommunikation und Social Media" wurden darauffolgend beide Themenkomplexe in Zusammenhang gesetzt. Die qualitative Inhaltsanalyse des Materials soll davon angeleitet einen Erkenntnisfortschritt erreichen, weshalb es umso wichtiger ist, dass eine fest verankerte Fragestellung bei der Durchführung der Inhaltsanalyse existiert.

6.3.) Analyse

Im folgenden Teil wird die Durchführung der Analyse nach den Vorgaben von Mayring dargestellt und an bestimmten Punkten durch Kuckartz ergänzt. Dadurch wird eine Nachvollziehbarkeit und Intersubjektivität der Forschung ermöglicht. Ziel ist, die relevanten Informationen aus den Transkriptionen der 20 Beiträge herauszufiltern und sie auf das im Theorieteil erschlossene Wissen zu beziehen.

Zunächst findet die erste Sichtung des transkribierten Materials (siehe Anhang A) und die erste Erkundung dessen statt. Dabei werden die für die Analyse relevant klingenden Textstellen unterstrichen, sowie erste Notizen festgehalten. Im nächsten Schritt wird damit begonnen, ein Kategoriensystem zu entwerfen (siehe Anhang B). Durch das Vorwissen aus der Literatur und den behandelten Theorien können nun bereits (deduktiv) erste Hauptkategorien aufgestellt werden, die als Grundpfeiler des Kategoriensystems fungieren. Jede Kategorie bekommt sodann eine "Kategoriebezeichnung", eine "Definition", sowie "Ankerbeispiel(e)", die aus exemplarischen Textstellen erstellt werden. Im nächsten Schritt werden aus dem Material heraus (induktiv) weitere (Unter-)Kategorien gebildet, bzw. die bereits gebildeten überarbeitet und ergänzt. Da sich Mayring in seinem Buch nur im Kleinen auf die

¹⁴⁰ Mayring, 2015, S. 59-60

Kombinationsvariante der deduktiv-induktiven Kategorienbildung bezieht, wird im Folgenden auch das Ablaufschema von Udo Kuckartz angeführt. Dieser konstatiert, dass nur in seltenen Fällen von einem rein deduktiven oder rein induktiven Verfahren der Kategorienbildung Gebrauch gemacht wird¹⁴¹.

Die Verbindung von deduktiver und induktiver Kategorienbildung ist auch in meiner Forschung sinnvoll, weil durch eine rein deduktive Kategorienbildung der Rahmen für die Forschungsfrage zu festgelegt/starr ist. Die Aktualität und Unbekanntheit des Forschungsstands bezüglich der Nutzung von *Instagram* in der Kommunikation Selenskyjs legen nahe, dass eine deduktiv-induktive Herangehensweise gewählt wird, um Erkenntnisse zu gewinnen, die nicht dem theoretischen Vorwissen entsprechen und so in die Kategorienbildung aufgenommen werden können.

Um die Inhaltsanalyse präziser auf das Datenmaterial anwenden zu können, werden die Kodiereinheit, die Kontexteinheit und die Auswertungseinheit als Analyseeinheiten festgelegt. Die Kodiereinheit wird als der kleinste zu analysierende Teil des Datenmaterials bestimmt. Im Fall der *Instagram*-Beiträge auf Selenskyjs Profil sind dies beispielsweise die Bildunterschriften, die teilweise wichtige Informationen in sehr kurzer Form für die Forschungsfrage bereitstellen. Als Kontexteinheit wird der größte Bestandteil des Textes gewählt. Dies können Einheiten von mehreren Sätzen sein, die relevant für eine Kategorie erscheinen und deswegen mit in die Analyse aufgenommen werden. Als Auswertungseinheit sind die Textteile der *Instagram*-Beiträge gemeint, die sich in der zeitlichen Reihenfolge der Schlüsselereignisse innerhalb des Corpus aufreihen. Hier gilt als eine Auswertungseinheit das Transkript des jeweils untersuchten *Instagram*-Beitrags.

Als nächstes mussten die gebildeten Kategorien in einem ersten Durchlauf geprüft werden. Hier schreibt sowohl Mayring, als auch Kuckartz dass auf genaue Abgrenzungen der einzelnen Kategorien geachtet werden sollte¹⁴². Das bedeutet, dass durch bestimmte Kodierregeln dafür zu sorgen ist, dass Probleme in der Zuordnung und Abgrenzung von Textstellen auf Kategorien gelöst werden. Es muss also auf eine trennscharfe, nicht zu enge, jedoch auch

¹⁴¹ vgl. Kuckartz, 2018, S. 97

¹⁴² vgl. Mayring, 2015, S. 64

nicht zu weit ausgelegte Kategorienbildung geachtet werden. Des Weiteren ist es von Wichtigkeit, bei einem weiteren Durchlauf zu beachten, dass die Kategorien immer in Bezug zur Fragestellung formuliert werden. Ist dies erreicht, werden die Ankerbeispiele resultierend aus einem weiteren Materialdurchlauf erstellt, in dem die passenden Textstellen in die Tabellenspalte übertragen werden.

Im hiernach ablaufenden "Hauptmaterialdurchlauf"¹⁴³ werden nun die gekennzeichneten Textstellen aus dem Text in die Kategorien übertragen. Diese Übertragung wird in der Tabelle der Codierungen (Anhang C) für die Nachvollziehbarkeit festgehalten. Hier werden nun die codierten Textstellen der jeweiligen Kategorien in sogenannten "thematischen Summaries"¹⁴⁴ zusammengefasst. Durch die systematische Zusammenfassung nach Themen wird das Material sowohl kompakter als auch prägnanter, indem es auf das für die Forschungsfrage wirklich wichtige reduziert wird.

7.) Ergebnisteil

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Auswertung der qualitativen Inhaltsanalyse dargestellt. Die Codierungen (Anhang C) der Kontexteinheiten ließen sich den insgesamt vier Hauptkategorien und 16 Unterkategorien zuordnen. Die Ergebnisse bieten vertiefende Einblicke in die Nutzung von *Instagram* innerhalb der Kommunikation von Selenskyj und seinem Kommunikationsteam. Die Darstellung erfolgt durch eine systematische Zusammenfassung der Hauptkategorien, die sich an den Auswertungen und thematischen Summaries (Anhang D) orientieren. Diese werden nun durch Textstellen ergänzt (also mit Zitaten bereichert) und in eine detaillierte Ergebnisdarstellung überführt.

7.1.) Botschaft (Thema)

Zunächst wird der Fokus auf die inhaltliche Ausrichtung der politischen Kommunikation Selenskyjs auf *Instagram* gelegt. Hier wurden anhand von

¹⁴³ Mayring, 2015, S. 99

¹⁴⁴ Kuckartz, 2018, S. 112

sieben Unterkategorien (siehe Anhang C) die inhaltlichen Hauptthemen aus dem Material extrahiert.

In den *Instagram*-Beiträgen, die in dieser Arbeit untersucht wurden, informiert Selenskyj die Öffentlichkeit über wichtige Ereignisse, Gespräche und politische Entscheidungen, die er oftmals mit internationalen Partnern abstimmt. So hat er das Kriegsrecht über das Land verhängt und internationale Unterstützung organisiert: Unter anderem von den USA, der EU und den NATO-Partnern (“To the participants of the NATO summit, the G7 summit, to the summit of the leaders of the European Union.” (Anh. 2.1., S. 10.)).

Er ruft die Staats- und Regierungschef:innen der EU dazu auf, an der Seite der Ukraine zu stehen und den Aggressor “Russland” zu stoppen. Zudem wird darüber informiert, dass Emmanuel Macron die Abkopplung von SWIFT und die Einführung persönlicher Sanktionen gegen Putin unterstützt sowie die Bereitstellung von Verteidigungswaffen befürwortet (Anh. 1.4., S. 7).

In einem weiteren Beitrag informiert Selenskyj die Nutzer:innen der Plattform, dass er mit dem bulgarischen Präsidenten Kirill Petkov über die humanitäre Lage in ukrainischen Städten und Dörfern gesprochen hat. Außerdem kündigt er an, Kriegsverbrechen vor den UN-Sicherheitsrat zu bringen und berichtet über eine wichtige Entscheidung Kanadas, alle Handelshemmnisse für ein Jahr abzubauen.

Er nutzt außerdem *Instagram* als Plattform, um darüber Auskunft zu geben, dass er mit dem Bundeskanzler Deutschlands ein Treffen der G7-Gruppe vereinbaren wird (““During a call with @bundeskanzler (...)” (Anh. 5.1., S. 46)) und darüber, dass er mit dem italienischen Ministerpräsidenten die Folgen des russischen Raketen-Terrors bespricht (Anh. 5.4., S. 51)

In den Beiträgen konnte außerdem oft die Botschaft klar identifiziert werden, dass das Endziel für Selenskyj der Frieden ist, den er als entscheidend für die Freiheit Europas ansieht. Zudem informiert er die Öffentlichkeit über den Kampf der Ukraine für ihre Unabhängigkeit und Freiheit. Er betont die Notwendigkeit des Friedens und appelliert auch an Russland, eine friedliche Lösung zu suchen. Selenskyj drückt zudem über die Postings seinen Optimismus aus und glaubt, dass die Ukraine letztendlich siegen wird und dass geliebte Menschen

wieder vereint sein werden. Er versichert seinem Publikum den Sieg über die Wahrheit (“Die Wahrheit wird siegen.” (Anh. 4.1., S. 33)) und bezieht sich zudem auf wichtige Tage wie den Tag des Sieges über den Nazismus als wichtige Schritte im Kampf um Freiheit und Gerechtigkeit.

Des Weiteren spricht Selenskyj unterschiedliche Zielgruppen direkt an und passt sich ihnen in seiner Ausdrucksweise und dem Inhalt an. So wird beispielsweise die englische Regierung daran erinnert “wie V2-Raketen Belfast, Portsmouth und Liverpool trafen” (Anh. 4.1., S. 32). Er nutzt also gezielt historische Ereignisse, aber auch sehr oft Danksagungen, um seine Botschaften zu verstärken.

Außerdem ließen sich im untersuchten Datenmaterial Informationen darüber zusammenstellen, wie Selenskyj Bürger:innen und Freund:innen der Ukraine auffordert, die Wahrheit über den Krieg auf Social Media und im Fernsehen zu verbreiten und die Ukraine in jeder möglichen Weise – “Any - but not silence” (Anh. 3.3., S. 24) – zu unterstützen.

Er appelliert zudem an russische Mütter, sich zu fragen, wie ihre Kinder zu Mördern werden konnten. Außerdem ruft er dazu auf, die Tötungen von Menschen und Kindern durch russische Bomben und Truppen öffentlich anzuprangern, in dem er z.B. sagt: “Tell the truth about this war on your social networks” (Anh. 3.3., S. 24). Schließlich fordert er die führenden Staaten “einladend” dazu auf, sich an der Rekonstruktion der Ukraine nach dem Krieg zu beteiligen.

“Die Kontextereignisse” werden in diversen Beiträgen von Selenskyj direkt thematisiert oder teilweise auch in Kürze wörtlich darauf Bezug genommen. Doch oftmals müssen sie gar nicht erst direkt genannt werden, sondern sind als Motiv für die Erstellung des Posts und im inhaltlichen Kontext zu betrachten.

Ein Beispiel dafür ist der Beitrag “Wir sind hier”, der am Tag nach Kriegsbeginn erstellt wurde (Anh. 1.3., S. 5) und die Öffentlichkeit darüber informiert, dass Selenskyj und wichtige Regierungsmitglieder Kiew nicht verlassen haben.

Des Weiteren bezieht er sich auf Kontextereignisse, wie die Ankündigung einer militärischen Spezialoperation im Donbass durch Präsident Putin und terroristische Angriffe durch die russische Armee. Zudem erinnert er an den Tag

des Sieges im Zweiten Weltkrieg und ermutigt Unterstützer:innen der Ukraine zur Teilnahme an der Wiederherstellung des Landes nach dem Krieg. In einem seiner Posts betont er, dass die Russen, wenn sie gewusst hätten, was sie erwartet, Angst gehabt hätten, in die Ukraine zu kommen (“If Russia had known it would face that, I'm sure they would have definitely been afraid to come here.” (Anh. 2.1., S. 9)) Hier bezieht er sich auf Russlands Änderung der Kriegsstrategie und den Rückzug aus Gebieten rund um Kiew, bzw. die Konzentration russischer Truppen auf den Osten der Ukraine.

An vielen Textstellen lässt sich erkennen, wie Selenskyj das ukrainische Volk ermutigt oder wie er an seine Stärke appelliert (“Wir sind zu allem bereit. Wir werden jeden bezwingen. Weil wir die Ukraine sind.” (Anh. 1.1., S. 2)). Zudem betont er seine Verlässlichkeit als Präsident (“Ich werde permanent mit Ihnen in Verbindung stehen.” (Anh. 1.1., S. 2) Gleichzeitig verbindet er Russland oft mit negativen Attributen, wie dem “geballe[n] Böse[n]” (Anh. 3.1., S. 17) oder “terrorists” (Anh. 5.3., S. 47).

7.2.) Technische Elemente des Beitrags

Im nächsten Abschnitt werden die durch Textstellen identifizierten technischen Elemente aufgeführt, die Selenskyj in seiner Kommunikation auf *Instagram* einsetzt, um seine Botschaften zu verbreiten.

Die vorliegenden Kontexteinheiten haben gezeigt, dass Selenskyj in bestimmten Situationen auf eine improvisierte Form der politischen Ansprache, nämlich die Selbstdarstellung im Selfie-Format zurückgreift, um Beiträge auf *Instagram* zu erstellen. Er nutzt also die technischen Funktionen des Smartphones einerseits und andererseits der Plattform *Instagram*, indem er sich selbst im Selfie-Modus präsentiert und in dieser spontanen Art kommuniziert. In verschiedenen Videos hält er sein Smartphone in der Hand oder sitzt vor einem Tablet, filmt sich selbst und läuft in einem Video dabei durch Räumlichkeiten des Präsidentenpalast. Andere Selfie-Aufnahmen zeigen ihn im Freien vor Regierungsgebäuden. Dabei steht er als Sprecher im Mittelpunkt des Bildes. Die Videos sind farbig und im Hochformat aufgenommen.

Des Weiteren wurden Beiträge gefunden, in denen Selenskyj als klassischer Staatsmann in seinem Büro inszeniert wird. Auf einem Foto sitzt er am Schreibtisch des Präsidentenbüros, seine Hände sind gefaltet, die Situation ist von Geschäftigkeit geprägt. In einem anderen Video ist er frontal in halbnaher Kamera-Einstellung zu sehen, was den Eindruck einer offiziellen Ansprache in klassischer Darbietung vermittelt. Hier ist es nicht er selbst, der sich spontan in Szene setzt und seine Botschaft in freier Sprache formuliert. Es entsteht vielmehr der Eindruck, als stecke mehr Planung und technische Aufbereitung hinter dem Beitrag. Nicht zuletzt zeigten einige Textstellen des Datenmaterials, wie Selenskyj auf *Instagram* professionelles Foto- und Videomaterial nutzt, um seine politischen Botschaften zu verbreiten. Die Fotos und Videos wurden größtenteils von Pressefotograf:innen aufgenommen und zeigen Selenskyj in unterschiedlichen Situationen und Orten.

Vereinzelt wurde auch "User-generated-Content" (also Amateuraufnahmen von privaten Social-Media-Nutzer:innen) mit Aufnahmen aus offiziellen Medienberichten zusammengeschnitten und bearbeitet (vgl. Anh. 5.3., S. 47). Das Material ist meist farbig und im Querformat identifizierbar. Die fotografierenden Personen wirken distanziert und dokumentieren die Situationen, ohne einzugreifen. Einige Videos wurden aufwendig produziert und von professionellen Filmteams mit fachgerechter Kameraführung, passender Musik und einer bestimmten Inszenierung Selenskyjs realisiert (vgl. Anh. 4.1., S. 34).

Darüber hinaus sind bestimmte Hashtags in der Beitrags-Unterschrift zu finden, wie #StopRussianAggression, #StandWithUkraine, #ніколизнову, #neveragain, #stoprussia, #standwithukraine, #supportukraine, #ukraine und #україна.

7.3.) Personalisierung / Visual Branding

Die Kleidung und das Aussehen von Selenskyj sind wichtige Elemente bei der Schaffung der visuellen Marke auf *Instagram*, die im Folgenden dargestellt werden. Verschiedene Stellen des Datenmaterials, zeigen Selenskyj mit unterschiedlicher Kleidung wie einem grauen Anzug mit weißem Hemd, einem olivgrünen Army T-Shirt, einem grünen Pullover der Marke "M-Tac" (eine

ukrainische Marke für Militärkleidung), sowie schlichten grau-grünen T-Shirts. Selenskyj trägt auf den untersuchten Beiträgen immer einen Vollbart. Einige Bilder zeigen Selenskyj und andere Personen in schusssicheren Westen und Hosen, die aussehen, als seien sie ebenfalls von der Marke "M-Tac". In einem Bild trägt er ein schwarzes T-Shirt mit der Aufschrift "I'm Ukrainian" von der Marke "creativedepo", die ebenfalls einer ukrainischen Firma zuzuordnen ist. Das olivgrüne T-Shirt und der Vollbart treten in mehreren Bildern auf und scheinen zu wichtigen Markenzeichen für Selenskyj auf *Instagram* zu gehören. Außerdem ließen sich in Bezug auf Selenskyjs Selbst-Präsentation verschiedene Aspekte wahrnehmen/erkennen: Seine Stimme konnte als ruhig, besonnen, prägnant, selbstbewusst, entschlossen und voller Pathos wahrgenommen werden. Sein Blick und seine Haltung vermitteln Ernsthaftigkeit, Sorge, Müdigkeit, Mitgefühl, Vertrauen und Stärke. Seine Gestik und Mimik zeigen Besorgnis, Entschlossenheit und Kompetenz. Insgesamt lässt sich sagen, dass man im untersuchten Material Selenskyj als einen emphatischen, engagierten und kompetenten Staatsmann wahrnimmt, der die Ernsthaftigkeit der politischen Umstände medial vermittelt. Zudem lassen sich aus den Textzeilen unterschiedliche Umgebungskontexte (also verschiedene Orte in der Darstellung von Beiträgen) identifizieren. In einigen Beiträgen präsentiert er sich in oder in der Nähe von offiziellen Regierungsgebäuden wie dem Präsidentenpalast (vgl. Anh. 4.3., S. 40). Andere Textzeilen identifizieren wiederum Beiträge, die ihn direkt in Kriegsgebieten oder zerstörten Ortschaften (vgl. Anh. 4.1., S. 34) zeigen. Die Bilder geben der betrachtenden Person einen unmittelbaren Eindruck von den gezeigten Situationen und zeigen verschiedene Aspekte des Krieges und gesellschaftlichen Zusammenhalts (vgl. Anh. 4.4., S. 42).

7.4.) Stil und Ton des Beitrags (Sprache und Bildsprache)

Die nun aufgeführten Kontexteinheiten beziehen sich auf die Stellen in den Beiträgen, an denen emotionale sprachliche oder emotionale bildliche Elemente in der Kommunikation identifiziert werden konnten. Der Großteil der Beiträge ist von solchen emotionalen Merkmalen geprägt. Dabei wird auf der sprachlichen

Ebene durch die Wahl von Worten und Formulierungen mit bestimmten emotionalen Bedeutungen gearbeitet. So beschreibt er explizite Vorgänge von Gewalt und trauert um verstorbene Kinder: “Over 400 children have been injured and 153 children died. And we'll never see them drawing.” (Anh. 3.3., S. 24).

In Textstellen anderer Videos hingegen kommen positive Elemente zum Vorschein, indem er bspw. Zuversicht und Positivität ausstrahlt. Diese Beiträge sind des Öfteren von Selbstsicherheit und Optimismus (vgl. Anh. 2.1., S. 12) geprägt. Ein anderes Mal wiederum, erscheinen die Beiträge düster und verbreiten eher negative Stimmungen durch Musik, Körpersprache und das Abbilden von zerstörten Wohnhäusern.

Es konnten zudem Textstellen im Material gefunden werden, die schonungslos das Chaos, die Verwüstung und das Grauen des Krieges (einschließlich Fotos von toten Zivilisten in Anh. 3.2., S. 23) abbilden.

Selenskyj selbst kann anhand der Kontexteinheiten als selbstsicherer und optimistischer Staatsmann benannt werden, der jedoch manchmal einen müden und ausgezehrten Eindruck macht. Viele Textstellen tragen Elemente der Hoffnung und Zuversicht in sich (“Menschen lachen, die Sonne scheint durch Trümmer.” (Anh. 2.2., S. 12)).

Im Gegensatz dazu lassen sich nur wenige Beiträge als neutral oder sachlich identifizieren. Dies ist vor allem der Fall, wenn Selenskyj sich in bestimmten Situationen befindet, die diese Art der Stimmung und Atmosphäre sowieso in sich tragen, wie beispielsweise im Arbeitskontext im Büro. Textstellen wie: “Selenskyj wirkt konzentriert und fokussiert.” (Anh. 1.4., S. 8) oder “Sie dokumentiert eine Arbeitssituation des Präsidenten Selenskyj im Amt (...)” (Anh. 5.4., S. 52).

8.) Diskussion

In der vorliegenden Arbeit wurden anhand qualitativer Methodik aussagekräftige Ergebnisse zur Beantwortung der Forschungsfrage “Wie nutzen Wolodymyr Selenskyj und sein Kommunikationsteam *Instagram* für ihre Kommunikation im Russland-Ukraine-Krieg?” erzielt. Diese durch die Untersuchung von insgesamt

20 *Instagram*-Beiträgen des offiziellen Accounts von Selenskyj ("zelenskiy_official") gewonnenen Erkenntnisse, sollen nun interpretiert und mit der im ersten Teil der Arbeit behandelten Theorie in Verbindung gebracht werden. Zunächst werden dafür die Ergebnisse nochmals in Kürze wiedergegeben.

8.1.) Zusammenfassung der Ergebnisse

Der ukrainische Präsident und sein Kommunikationsteam nutzen *Instagram*, um die Follower:innen des Kanals über wichtige Ereignisse, Entscheidungen und Gespräche mit internationalen Partnern zu unterrichten. Er informiert das Publikum dabei z.B. über die Verhängung des Kriegsrechts, die Unterstützung durch die USA, EU und NATO sowie Gespräche mit verschiedenen Staats- und Regierungschefs. Selenskyj betont immer wieder das Endziel des Friedens und die Wichtigkeit der Unabhängigkeit und Freiheit der Ukraine. Er spricht unterschiedliche Zielgruppen direkt an und fordert sie auf, die Wahrheit über den Krieg auf allen möglichen Medienkanälen zu verbreiten und die Ukraine zu unterstützen. Zudem spricht er mit positiver Sprache seine Danksagungen an die jeweiligen Ansprechpartner aus. Er reagiert außerdem am selben Tag auf Kontextereignisse wie den Tag des Sieges am 8. Mai oder auf großflächige Angriffe durch die russische Armee am Morgen des 10. Oktober. Darüber hinaus ruft er über die Plattform zur Teilnahme an der Rekonstruktion der Ukraine nach dem Krieg auf.

Des Weiteren lässt sich feststellen, dass der ukrainische Präsident auf *Instagram* bestimmte technische Elemente einsetzt, um seine politischen Botschaften zu verbreiten. Dazu gehören Selfies und Videos, die er als spontaner Sprecher selbst aufnimmt. Zum Anderen werden gefilmte offizielle Ansprachen auf den Kanal hochgeladen, die ihn im staatsmännischen, sowie im präsidentalen Stil darstellen. Hinzu kommen professionelle Foto- und Videomaterialien, die größtenteils von Pressefotograf:innen stammen. Außerdem verwendet er bestimmte Hashtags wie #StopRussianAggression, #StandWithUkraine und #supportukraine, um seine Botschaften über die App zu verbreiten.

Die Kleidung und das Aussehen von Selenskyj auf *Instagram*, insbesondere sein olivgrünes T-Shirt und sein Vollbart, sind wichtige Markenzeichen. Seine Selbstpräsentation zeigt ihn als emphatischen, engagierten und kompetenten Staatsmann mit ernster und teils besorgter Mimik und Gestik. Zur umgebungsbezogenen Szenerie gehören Aufnahmen vor und in Regierungsgebäuden der ukrainischen Hauptstadt Kiew, aber auch unmittelbar in Kriegsgebieten des Landes.

8.2.) Interpretation der Ergebnisse

Um die Beiträge in ihrer Gesamtheit bewerten und die Forschungsfrage beantworten zu können, werden die Ergebnis-Kategorien (Kapitel 6.3.1. - 6.3.4.) in der folgenden Diskussion als Einheit betrachtet. Diese Einheit, bzw. Interdependenz in der Betrachtungsweise der Ergebnisse erscheint erstens wegen der Multimodalität der Plattform und zweitens wegen des Ziels, ein allgemeines Muster in der Kommunikation Selenskys auf *Instagram* erkennbar zu machen, unumgänglich. Eine spezifische Botschaft wird beispielsweise zusammen mit ihren rhetorischen Stilmitteln benannt und diese wird wiederum mit ihrer technischen Umsetzung und/oder dem Visual Branding Selenskyjs in Verbindung gesetzt. Nur so kann eine Gesamtbewertung über die Kommunikation Selenskyjs auf *Instagram* erfolgen.

Habermas verhandelt in seinem Buch "Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und die deliberative Politik" den Aspekt der "Aufmerksamkeitsspanne" als Teil des "Plattformcharakters" von Social Media. Die von ihm angeführte Studie zur Mediennutzung zeigt auf, dass im Zeitraum 1964 bis 2020 "die durchschnittliche Aufmerksamkeit für politische und analytische Verarbeitung von politisch relevanten Fragen nachgelassen habe"¹⁴⁵. Auch Melanie Margin und Uwe Jun sprechen von einer Boulevardisierung von seriöser Berichterstattung¹⁴⁶ und einer Aufmerksamkeitserschöpfung, die sich in der Mediennutzung breitmacht.¹⁴⁷

¹⁴⁵ Habermas, 2022, S. 44

¹⁴⁶ vgl. Magin, 2022, S. 459

¹⁴⁷ vgl. Jun, 2022, S. 132

Schäfer konstatiert bestätigend dazu, dass Medieninhalte auf Plattformen in zunehmendem Maße in Form von sogenannten "Snacks" konsumiert werden. Damit meint sie das einfache, beschleunigte und mobile Konsumieren ("high amount of speed and flexibility"¹⁴⁸) von kurzen Medieninhalten über Social Media. Dieser Content ist zumeist in Bild- oder Videoformaten abrufbar und wird durch ein "Durchscrollen" auf Social Media (im hier behandelten Fall *Instagram*) in oberflächlicher Weise rezipiert. Durch die hohe Geschwindigkeit und Menge hat Content, der thematisch und visuell ansprechend erscheint, einen Vorteil gegenüber jenem, der als langweilig und inhaltslos wahrgenommen wird.

Habermas stellt zusammenfassend fest, dass es durch die vermehrte Nutzung von Plattformen in der heutigen Mediengesellschaft zu einer "radikalen Veränderung" des vorherrschenden Kommunikationsmusters und der Beschaffung und Verarbeitung gesellschaftlich relevanter Informationen kommt.¹⁴⁹

Selenskyjs politische Kommunikation auf *Instagram* zeigt, dass man sich als politischer Akteur innerhalb der Politikdurchsetzung¹⁵⁰ diesen Veränderungen im Kommunikationsmuster anpassen kann. Insbesondere verdeutlichen die Ergebnisse, dass er und sein Kommunikationsteam die Aufmerksamkeitslogik, die der neuen Medienrezeption von Social-Media-Inhalten zugrunde liegt, verinnerlicht haben und ihre Kommunikation entsprechend ausrichten. Im Folgenden werden Begründungen aufgeführt, die diese These unterstützen.

Um ein größtenteils junges Publikum und seine nachgewiesenen¹⁵¹ gering ausfallende Aufmerksamkeitsspanne zu bedienen, wendet er sich mit kurzen, klaren Botschaften an seine Follower:innen. Die Aufnahmen wirken oftmals so, als seien sie zum Teil in spontaner Weise erstellt worden. Auffällig ist, dass die von Selenskyj und seinem Kommunikationsteam erstellten Social-Media-Posts zeitlich eng mit den Ereignissen im Kriegsgeschehen korrelieren, was anhand des Vergleichs des Upload-Datums und des jeweiligen Kontextes festgestellt werden kann. Dies wird durch die oft "auf den Moment zugeschnittene" Erstellung der Posts und die Erwähnung des Kontextereignisses im Inhalt der

¹⁴⁸ Schäfer et al., 2017, S. 1

¹⁴⁹ vgl. Habermas, 2022, S.44

¹⁵⁰ Donges; Jarren, 2022, S. 135

¹⁵¹ Habermas, 2022, S. 51

Posts deutlich. Als Umgebungen werden ebenfalls zum Teil Orte gewählt, die auf eine "aus dem Augenblick heraus" entstandene Beitragserstellung schließen lassen. So wendet er sich (wie z.B. in Anh. 5.1., S. 43) am Morgen des 10. Oktober 2022 auf offener Straße – zwischen Regierungsgebäuden stehend – direkt an die ukrainische Bevölkerung. Durch die Unmittelbarkeit durch Ort und Zeit, erzeugt er Authentizität und Glaubwürdigkeit.

Dies bezeichnet auch Zerback et al. als ein wichtiges Qualitätsmerkmal von politischer Kommunikation.¹⁵² Das digital beschleunigte Reagieren über Plattformen wie *Instagram* wirkt attraktiv auf jene Social Media Benutzer:innen, die auf den neuesten Stand gebracht werden wollen. In diesem Zusammenhang fungiert Selenskyj in seiner Rolle als Präsident als einer der primären Übermittler der Botschaft in direkter Form.

Wohingegen Redaktionen und Journalist:innen in der massenmedialen Kommunikation die schnellsten Nachrichtenüberbringer von Großereignissen waren¹⁵³, wirkt es nun, als würde Selenskyj sich ins Spektrum der Nachrichtendienste reihen oder (wie in Anh. 5.1., S. 43) sogar als Erster die Menschen über den Status Quo kriegerischer Ereignisse in Kenntnis setzen.

Er ist somit *Instagram*-User und aktiver Kommunikator mit großer Reichweite in einem. Als dieser übernimmt er in einem direkten Modus (bspw. durch die Wahl eines schnell produzierten Selfie-Videos) die "Autorenrolle"¹⁵⁴, die auch Habermas in seinem Buch als charakteristisch für Social Media beschreibt. Als unmittelbar beteiligter Überbringer der Kommunikationsinhalte präsentiert sich Selenskyj in der Hauptstadt des angegriffenen Landes als eigener Betroffener der Aggression, jedoch im Dienste der Ukraine. Diese Qualität der Unmittelbarkeit, die Selenskyjs Kommunikation auszeichnet, scheint durch gescriptete Ansprachen, wie sie von anderen Staatsoberhäuptern im Massenmedium Fernsehen bekannt sind, nicht erreicht werden zu können.

Ein weiteres Beispiel, welches die Bedeutung von Glaubwürdigkeit und Schnelligkeit in Selenskyjs kommunikativem Auftreten verdeutlicht, ist der Beitrag "Wir sind hier" (vgl. Anh. 1.3 auf S. 5). In diesem Beitrag richtet sich

¹⁵² vgl. Zerback, 2022, S. 13

¹⁵³ vgl. Donges; Jarren, 2022, S. 90

¹⁵⁴ Habermas, 2022, S. 44

Selenskyj in prägnanter Sprache an die Nation und versichert zusammen mit Regierungsmitgliedern, die im Video zu sehen sind, dass sie nicht geflohen sind. Die thematische Botschaft dieses Beitrags kann als Reaktion auf eine falsche Information seitens Russlands über die Flucht des Präsidenten und seiner Regierungsmitglieder interpretiert werden¹⁵⁵. Im schnellen Reagieren auf “fake news” nutzt er *Instagram* als ein beschleunigendes Instrument zur Umkehr der Desinformation und so zu ihrer Entkräftung. Korte schreibt, dass sich politische Akteure diese beschleunigte Form der politischen Reaktion zu nutze machen müssen (“direkt, transparent, live”¹⁵⁶) – Selenskyj nutzt Plattformen und ihre Logik der Direktheit und Geschwindigkeit im Versenden von Botschaften, bzw. für den Kampf gegen Desinformation schon jetzt.

Die Verwendung der Selfie-Funktion durch Selenskyj verstärkt den Eindruck eines Sprechers, der auf Augenhöhe mit anderen Instagram-Nutzer:innen kommuniziert. Korte beschreibt, wie Social Media mit seinen neuen Funktionen des Ansprechens einen “wenig hierarchisch” geführten Dialog politischer Akteure mit ihrer Zielgruppe fördern kann. Dieser trägt dazu bei, durch eine ungefilterte Darstellung (Anh. 4.3., S. 40) Vertrauen und Transparenz herzustellen.¹⁵⁷

Die Kraft des Visuellen, die über *Instagram* in effektvoller Weise eingesetzt werden kann, kann als förderndes Beiwerk seiner Rhetorik gesehen werden. Dass der eigene Präsident ohne offensichtlichen Schutz am Morgen einer der bis zu diesem Zeitpunkt verheerendsten Angriffswellen zwischen Regierungsgebäuden stehend, eine Selfie-Botschaft an die Bürger:innen auf *Instagram* versendet, erzeugt jedoch nicht nur Authentizität über die nun vielfach zitierte Direktheit. Der Beitrag wirkt in seiner audio-visuellen Gesamtheit ansprechend und bedeutsam, weil er den Betrachtenden berührt und man den Mut bewundert, der mit diesem Video ausgestrahlt wird.

Über ein starkes Narrativ, das sich in der gesamten Kommunikation Selenskyjs auf *Instagram* zeigt, wird er zu einer Symbolfigur eines Kampfes für Freiheit und

¹⁵⁵ vgl. Titzmann, 2022, S. 72-73

¹⁵⁶ Korte, 2022, S. 153

¹⁵⁷ ebd., 2022, S. 154

einer bedingungslosen Aufopferung für die offene Gesellschaft (vgl. z.B. Anh. 1.2., S. 4).

In den Ergebnissen ließen sich viele Elemente eines bestimmten Visual Brandings/einer bestimmten Personalisierung identifizieren, die gemeinsam mit den Inhalten der Botschaften und der Art, wie diese rhetorisch und visuell präsentiert werden, in Einklang stehen.

Dazu führt der Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen passend aus, dass Selenskyj sich in narrativer Hinsicht in einer “David-gegen-Goliath”-Geschichte präsentiert.¹⁵⁸ So kann festgehalten werden, dass er sich in seinen Ansprachen immer wieder als widerständiger Anführer eines angegriffenen Landes gegen das “geballte Böse” (Anh. 3.1., S. 17) inszeniert. Er unterstreicht rhetorisch in fast jedem seiner Beiträge die Wichtigkeit, standhaft zu bleiben, Stärke zu zeigen und keine Angst zu haben. Diese Repetitionen in der Rhetorik (vgl. z.B. Anh. 1.1., S. 2, Anh. 2.3., S. 14 oder Anh. 3.1., S. 21) festigen dieses Narrativ.

Zum anderen spielt hier die “visuelle (Selbst-)Inszenierung”¹⁵⁹ eine wichtige Rolle, für die die Plattform *Instagram* mit ihren Funktionen des visuellen Storytellings viel Raum bietet. Selenskyj nutzt dies aus, um ein mediales Narrativ über seine Person zu legen. Hier scheint die eigene Personalisierung, die er über *Instagram* ausgebaut hat, ein wichtiges kommunikatives Merkmal zu sein. Über sie und das tägliche Posting wird eine mediale Vertrautheit erzeugt. Diese lässt den Präsidenten der Ukraine nahbar wirken und “zum Freund” werden, “dessen Mut man bewundert”¹⁶⁰, wie auch Pörksen ausführt.

Donges und Jarren beschreiben, wie politische Akteure sich in der Öffentlichkeit gerne als Persönlichkeiten mit bestimmten “Attributen versehen” und dies der Medienlogik entspricht, die wiederum an “Persönlichkeiten interessiert”¹⁶¹ ist.

In diesem Fall wäre es zynisch zu behaupten, Selenskyj hätte sich selbst “gerne” über bestimmte personalisierende Attribute in der Öffentlichkeit dargestellt. Doch es lässt sich gleichsam feststellen, dass er *Instagram* gezielt

¹⁵⁸ Pörksen, 2022, S. 14

¹⁵⁹ Lillegraven, 2021, S. 82

¹⁶⁰ Pörksen, 2022, S. 14

¹⁶¹ Donges; Jarren, 2022, S. 140

verwendet, um sich selbst in einer in sich geschlossenen Erzählung zu präsentieren.

Hier sind zum einen die äußerlichen Markenzeichen zu nennen: Visuell zeigt er sich meistens in einem olivgrünen Oberteil, das in die Rubrik Militärkleidung fällt. Die Marken dieser T-Shirts und Fleecejacken sind von Bekleidungsherstellern ukrainischer Herkunft – und können dem Preissegment nach – Marken der Mittelschicht zugeschrieben werden. Durch die Wahl dieser Kleidung und die Zurschaustellung auf *Instagram* wird eine Verbindung zur ukrainischen Bevölkerung geschaffen, sowie nicht zuletzt eine Popularisierung ukrainischer Marken intendiert. Das T-Shirt mit der Aufschrift "I'm Ukrainian", das er am 8. Mai zum Gedenktag des Sieges über den Faschismus trägt, verdeutlicht einmal mehr seine bedingungslose Solidarität mit dem eigenen Land (Anh. 4.1., S. 34).

Gleichzeitig reiht sich die Kleidung ins übrige Visual Branding Selenskyjs ein. Der Vollbart und ein abgekämpfter, aber dennoch fest entschlossener Blick fügen sich hinzu. Dieses Narrativ in der eigenen Personalisierung, das von der Verletzlichkeit des Präsidenten und der Ukraine erzählt und gleichzeitig ihren Mut und den Überlebenswillen in sich trägt, trägt zur Wirksamkeit der Kommunikation bei.

Dies führt zum wichtigsten Aspekt in der Nutzung von *Instagram* in der Kommunikation von Selenskyj – dem Einsatz von Emotionen.

Wie aus dem Ergebnisteil hervorgeht, nutzt er *Instagram* unter anderem als einen Kanal, um zu informieren (Anh. 4.3., S. 37), Russland als einen terroristischen Aggressor zu stilisieren (vgl. Anh. 5.3., S. 44) oder für die Unterstützung der Ukraine in jeglicher Form zu werben (Anh. 3.3., S. 23).

Hier geht er oftmals nach dem gleichen Kommunikationsmuster vor: er versucht eine Verbindung zu seiner Zielgruppe herzustellen, indem er rhetorische Brücken zu seinen Ansprechpartnern baut. Dies gelingt ihm zunächst durch die im obigen Teil der Diskussion angesprochenen technischen (z. B. durch die Verwendung der Selfie-Funktion) und narrativen Elemente, die mit der Funktionsweise von *Instagram* in Einklang stehen.

Darüber hinaus fügt er seinem Auftreten und seinen Ansprachen jedoch ein kommunikationspsychologisches Element hinzu: Es ist das der offen ausgesprochenen Wertschätzung gegenüber seiner Ansprechpartner. Beispiele für dieses rhetorische Geschick zeigen sich in den auf *Instagram* veröffentlichten Beiträgen des Öfteren: So drückt er den internationalen Partnern, die er oft direkt mit Namen anspricht, seine große Dankbarkeit aus und stellt im Nachhinein spezifische Forderungen auf. Er erinnert dabei an historische Kriegs-Ereignisse der jeweiligen Nation und vergleicht diese mit dem aktuellen Status Quo der Ukraine (Anh. 4.1., S. 30).

Bezieht man dies nun auf die Regeln, die innerhalb der Social Media Logik gelten, so lässt sich hier folgendes feststellen: Selenskyj und sein Kommunikationsteam nutzen *Instagram* zur Erzeugung von Empathie, Emotionen und Affekten¹⁶², um im Anschluss, wie Graber in ihrer Definition von politischer Kommunikation schreibt “Effekte auf den politischen Prozess auszuüben”¹⁶³. Auch Donges und Jarrens Verständnis von politischer Kommunikation kann hier angewendet werden: Die “Generierung, Formulierung und Artikulation politischer Interessen [...]” kommt hier z.B. durch das Formulieren von Forderungen nach militärischer Unterstützung in adäquater Artikulation¹⁶⁴ zum Tragen, die letztlich der “Durchsetzung und Legitimierung politischer Entscheidungen”¹⁶⁵ dient.

Dabei werden auf *Instagram* diese Forderungen geschickt mit dem Einsatz emotionaler Rhetorik und Visualisierung kombiniert. Für diesen Kommunikationsstil bietet *Instagram* viele Möglichkeiten der Darstellung, sowie passende technische Begebenheiten, die zu einer stärkeren Verbreitung dieser Art von Inhalten beitragen. Somit passen Selenskyjs Ansprachen, die stark mit Emotionen arbeiten, in die Social Media Logik und ihre technische Beschaffenheit. Auf der einen Seite stehen dafür Beispiele, in denen er auf die Ermordung von Kindern hinweist und sprachliche Bilder erzeugt, die

¹⁶² vgl. Lünenborg, 2022, S. 234-247

¹⁶³ Sarcinelli nach Graber, 2011, S. 19

¹⁶⁴ Sowohl passend für die jeweilige Zielgruppe formuliert, als auch im Duktus der entsprechenden Plattformlogik artikuliert

¹⁶⁵ Wie z.B: die Forderung nach Verteidigungswaffen, die nach reichlichem Zögern westlicher Partner für die Ukraine erfolgreich verliefen und durchgesetzt wurden.

Bestürzung, Trauer oder Wut auslösen können: “[...] 153 children died. And we'll never see them drawing.” (Anh. 3.3., S. 24). Auf der anderen Seite benutzt er Stilmittel, die in ihrer Rhetorik Hoffnung spenden, wie “[...] die ukrainische Sonne wird ihn [den durch Russland ausgelösten Winter] zum Schmelzen bringen.” (Anh. 4.1., S. 33).

Den visuellen Anteil seiner Kommunikation auf *Instagram* macht hier zum einen “das Negative”, also die Zurschaustellung der Zerstörung des Kriegs, die explizite Darstellung getöteter Zivilisten (Anh. 3.2., S. 22) oder das Chaos durch den russischen Angriff (Anh. 4.1., S. 34). Zum anderen wird oftmals der Blick auf “das Positive” gerichtet, in dem Darstellungen von Momenten des Erfolgs oder der Freude aus den betroffenen Kriegsgebieten (Anh. 4.2., S. 36) gezeigt oder mutmachende Motive des gesellschaftlichen Zusammenhalts oder des Heldentums ukrainischer Soldat:innen abgebildet werden (Anh. 5.3., S. 51).

“Sensationelles, Zugespitztes, Radikales”¹⁶⁶ wie Sascha Lobo schreibt, wird vom Algorithmus der Social Media Plattformen “tendenziell bevorzugt”. Der technische Aufbau von *Instagram* und anderen Social Media ist, wie Lünenborg argumentiert, nach dieser Funktionsweise aufgebaut. Dies führt letztlich zum Erhalt der Aufmerksamkeit und zu einer möglichst langen aktiven Teilnahme der Plattform-Benutzer:innen.¹⁶⁷

Es finden sich einige Hinweise in den Ergebnissen, dass die von Poell und van Dijck beschriebenen vier Hauptelemente der Social Media Logik (Programmierbarkeit, Popularität, Konnektivität, Datafizierung) auf die Kommunikation Selenskyjs auf *Instagram* einwirken. Die App wechselte im Jahre 2016 von einer chronologischen Benutzer-Timeline zu einem durch Algorithmen gesteuerten Feed von Inhalten.¹⁶⁸ Daraus ergibt sich, dass die Steuerung von Algorithmen einen entscheidenden Einfluss darauf hat, welche Inhalte den Nutzer:innen verstärkt auf Social-Media-Plattformen angezeigt werden.

Festgestellt werden kann, dass die inhaltliche Ausrichtung von Selenskyjs *Instagram*-Posts mit den “Anforderungen” und der Logik des Algorithmus

¹⁶⁶ Lobo, 2020, S. 60

¹⁶⁷ vgl. Lünenborg, 2022, S. 240

¹⁶⁸ vgl. Leaver et al., 2020, S. 18

übereinstimmen: Durch ein Zusammenspiel der von starken Emotionen geprägten Kommunikationsinhalten, dem Klickverhalten (also den inhaltlichen Vorlieben unter anderem durch Affekte und Emotionen) der Benutzer:innen und der gelegentlich verwendeten Hashtags begünstigt seine Kommunikation bspw. das von Poell und van Dijck erwähnte "popularity boosting", das zur Steigerung der Verbreitung von bestimmten Content beiträgt. Auch die von Lünenborg und Lobo genannten Aspekte, die die Präferenzierung des Algorithmus von emotionalen Inhalten (aus ökonomischen Gründen) aufzeigen, bestätigen diese Annahme.

Der entsprechende Kontext des medial ohnehin brisanten Themas des fortlaufenden Krieges, der eine stärkere Nachfrage nach vertrauenswürdigen Informationen und offiziellen Statements aus authentischer Quelle bedingt, kann das mediale Interesse und die Verbreitung seiner Kommunikationsinhalte noch begünstigen. Hier spräche man dann vom digitalen Prozess der "Virulenz" oder dem "Viral Gehen"¹⁶⁹ spezifischer Inhalte, der als Folgereaktion der mobilisierenden (z.B. in Anh. 3.1., S. 24) Ansprachen Selenskyjs einen anfänglichen Antrieb erfahren kann.

Auch Pörksen spricht von einer Mobilisierungskraft in der Kommunikation des ukrainischen Präsidenten, die zu der von ihm angesprochenen Bildung eines "Konnektivs" oder dem Zustandekommen von "Ad-hoc-Gemeinschaften"¹⁷⁰ führen kann. Von der hier thematisierten Kommunikation von Selenskyj auf *Instagram* geht also ein kommunikativer Stimulus aus, der zu einer globalen Solidarisierungswelle und Unterstützung heranwachsen kann.

Des Weiteren führt Pörksen aus, dass Selenskyj einen digitalen "Schwarm"¹⁷¹ von Social-Media-Benutzer:innen lenkt. Dieser Schwarm besteht aus vielen verschiedenen privaten Nutzerprofilen, die eigene auf den Krieg bezogene Inhalte generieren und verbreiten. Somit tritt der Schwarm als eine Gruppe von Sendern auf, die durch diesen "user-generated-content" (wie auch in Anh. 5.3 auf S. 48 beschrieben) entsteht.

¹⁶⁹ Burkhardt, 2022, S. 299

¹⁷⁰ vgl. Pörksen et al., 2020, S. 17

¹⁷¹ Pörksen, 2022, S. 14

Sobald Selenskij's Account diese privaten Statements von Betroffenen oder Amateuraufnahmen aus Kriegsgebieten mit in den eigenen Kommunikationsinhalt einfließen lässt, verbindet er sich mit Einzelschicksalen privater Personen auf einer emotionalen Ebene. Darüber hinaus profitiert seine Kommunikation dabei ebenso von der von Poell und van Dijcks angesprochenen Möglichkeit neuartiger Vernetzungen¹⁷² als Teil der Social Media Logik. So sorgt er mit dem Verknüpfen dieser Inhalte für ein offenes, partizipatorisches "Wir-Gefühl" einer Netzgemeinschaft, die sich gemeinsam gegen den "Aggressor" (Anh. 1.2., S. 3) aus Russland wendet.¹⁷³

Aufforderungen innerhalb der Kommunikation Selenskyjs, wie "Tell the truth about this war on your social networks" (Anh. 3.1., S. 24) weisen auf der einen Seite darauf hin, dass er über dieses Konnektiv und sein Potential einer Vervielfältigung kommunikativer Inhalte Bescheid weiß und diese direkt zum Handeln auffordert. Zudem stellt er, wie in diesem Beispiel anschaulich zu erkennen, klare Forderungen auf, die internationale kommunikative Player auf Social Media mit unterschiedlicher Reichweite dazu bewegen können, die Geschichte des Kriegs in der Ukraine weiterzuerzählen.

Das von Jungherr et al. erwähnte Aufbauen neuer Beziehungen mit politischen Partnern ("develop relationships with new allies"¹⁷⁴) bringt die politische Kommunikation auf Social Media und das Ansprechen ihrer Zielgruppen auf ein neues Level.

Hier lässt sich ebenfalls gut erkennen, wie Selenskyj das von Jungherr erwähnte Aufbauen neuer Beziehungen mit politischen Partnern ("develop relationships with new allies"¹⁷⁵) via Social Media beherrscht. Mit dem direkten Ansprechen und Auffordern können Verbindungen vieler verschiedener Nutzer:innen zum eigenen Thema – und somit die Solidarität einer Netzgemeinschaft mit der Ukraine – entstehen. Seine Botschaften werden sodann gleichzeitig, wie die Analyse gezeigt hat, mit der Verwendung von Bildern, Videos und Hashtags visuell und technisch verstärkt und inhaltlich zur Aktivierung von Empathie und Mitgefühl ausgerichtet.

¹⁷² vgl. van Dijck; Poell, 2013, S. 9

¹⁷³ vgl. Pörksen, 2022, S. 14

¹⁷⁴ Jungherr et al., 2020, S. 4

¹⁷⁵ ebd.

8.3.) Limitationen der Forschung

Die Forschung konnte Erkenntnisse darüber erbringen, wie Selenskyj in einem bestimmten Zeitraum im Russland-Ukraine-Krieg die Social Media Plattform *Instagram* für seine politische Kommunikation nutzt. Durch die qualitative Methodik, insbesondere die systematische und regelgeleitete Durchführung der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring, konnte das Ziel erreicht werden, die fixierte Kommunikation aus dem Materialbestand auf die Logik der Social Media Plattform zu beziehen.

Im Folgenden werden trotzdem einige Limitationen aufgezeigt, die sich während der Forschungsarbeit ergeben haben. Durch die Stichprobenziehung von 20 *Instagram*-Beiträgen ist eine möglichst breite (d.h. dem Umfang der Masterarbeit entsprechende) Sicht auf die Kommunikation von Selenskyj entstanden, die Rückschlüsse zur Beantwortung der Forschungsfrage erlauben. Dennoch ist davon auszugehen, dass in anderen Beiträgen noch weitere relevante Informationen identifizierbar gewesen wären.

Wünschenswert, doch im Rahmen dieser Arbeit ebenfalls nicht zu bewerkstelligen, wäre der zusätzliche Einsatz quantitativer Verfahren gewesen. In Bezug auf die Forschungsfrage hätte man dann mit einem größeren Sample arbeiten können und beispielsweise die Medienrezeption in Form von Aufrufzahlen, Anzahl der Likes und Häufigkeit von Kommentaren in die Bewertung einbeziehen können. Ebenfalls hätte man sich hier noch gezielter den wiederkehrenden Motiven und Bildtypen zuwenden können und so einen umfassenderen Blick auf die Inhalte der Beiträge auf *Instagram* herstellen können. Doch hier sei noch einmal darauf zu verweisen, dass sich die Forschungsfrage weniger auf die detaillierte Analyse der Motive und Bildtypen gerichtet hat, sondern den Fokus auf das Zusammenspiel dieser Motive mit der Social Media Logik auf *Instagram* legen wollte.

Eine Herausforderung dieser Forschung war die zu beachtende Multimodalität von *Instagram*-Beiträgen (Bild, Video, Text). Hier musste aus ökonomischen Gründen der Hauptfokus auf die systematische Durchführung der qualitativen Inhaltsanalyse gelegt werden. Die Bild- und Videoelemente wurden lediglich auf der Basis visueller Semiotik nach Barthes berücksichtigt, was diesbezüglich

eine limitierte Analyse ermöglichte. Dennoch trug eine möglichst intersubjektive Beschreibung der wichtigsten Bild- und Video-Inhalte zur Erkenntnisgewinnung über die Kommunikation und Nutzung der Plattform bei. In Kombination mit ausführlich analysierten sprachlichen und textlichen Elementen führte dies letztendlich zu ausreichenden Ergebnissen, um die Forschungsfrage zu beantworten.

9.) Fazit

“[...] It is no longer about whether it is good or not; most of our lives are already online. [...] They [*young people*] want to scroll through and get newer and newer information. Such fast consumption leads to the fact that you need to give people 10, 20, or 30 seconds of video so that they do not lose interest. [...] and if you try to relate to people, you will find a common language. Sometimes your long answers, long questions, and long programs will also have a lot of support, and people will get used to it.”¹⁷⁶

Die besprochenen Ergebnisse dieser Arbeit zeigen in ausführlicher Weise auf, wie der ukrainische Präsident Selenskyj die Social Media Plattform *Instagram* für seine politische Kommunikation während des russischen Angriffskriegs nutzt. Das obig angeführte Zitat verdeutlicht einmal mehr, dass er und sein Kommunikationsteam ein Verständnis für die Funktionsweise und Logik von Social Media besitzen und in der Lage sind, dieses Wissen für den Einsatz in ihrer politischen Kommunikation nutzbringend einzusetzen.

Diese Arbeit ermöglicht im Sinne einer Generalisierung, Rückschlüsse darüber zu ziehen, wie politische Akteure *Instagram* nutzen können, um mit ihren Zielgruppen in Kontakt zu treten. Nach der Definition von politischer Kommunikation durch Donges und Jarren lässt sich die Plattform von Seiten der Selenskyj-Regierung zur “Durchsetzung und Legitimierung politischer Entscheidungen”¹⁷⁷ verwenden.

So ist der Hauptzweck der Nutzung von *Instagram* durch Selenskyj und seinem Kommunikationsteam, die App als Instrument für die Informationsverbreitung und die Mobilisierung für die Unterstützung des eigenen angegriffenen Landes zu verwenden, sowie zur Stärkung der Verbreitung seines Narrativs

¹⁷⁶ Cain, 2022, S. 72

¹⁷⁷ Donges; Jarren, 2022, S. 9

beizutragen. Das Narrativ, das in dieser Arbeit ausführlich besprochen wurde, konnte sich zu einem erfolgreichen Konzept zur Identitätsstiftung der Ukraine im Netz ausweiten. Als Anführer eines Landes, das völkerrechtswidrig angegriffen wurde, gelingt es Selenskyj durch den Einsatz von Social Media Plattformen, insbesondere *Instagram* – im Kampf um die öffentliche Aufmerksamkeit und die Narrative im Internet und gegen die Russische Föderation – ein nationales Zusammengehörigkeitsgefühl aufrechtzuerhalten. Dieser politische Aspekt darf bei der Verwendung von Social Media als Kommunikationskanal nicht vernachlässigt werden, da Putin seit dem Beginn des Konflikts mit der Ukraine bestrebt ist, der unabhängigen ukrainischen Nation ihre Existenzberechtigung abzuspochen. Aus wissenschaftlicher Sicht interessant wären weitere Studien, die sich intensiver mit der nationalen Identitätsbildung eines Landes durch die Nutzung von Social Media durch politische Akteure oder Institutionen beschäftigen.

Des Weiteren hat diese Arbeit gezeigt, inwiefern sich das Adressieren von Emotionen und Affekten der Benutzer:innen auf Social Media über eine bestimmte Sprache und über den Einsatz visueller Inhalte in der politischen Kommunikation zur Durchsetzung des eigenen politischen Ziels nutzen lässt. Die algorithmisierte Beschaffenheit von *Instagram*, sowie die Benutzer:innen selbst tragen zu einer bestimmten Social Media Logik bei, wie sie Van Dijck und Poell in ihren vier Hauptelementen umschreiben. Die auf Plattformen vorherrschende Logik, die auch durch eine kurze Aufmerksamkeitsspanne der Nutzer:innen gekennzeichnet ist und von Habermas hervorgehoben wurde, wird von Selenskyjs Kommunikation durch den Einsatz von ansprechendem, emotionalisierten Content bedient.

Mal sind es kurze Selfie-Videos, die er in prägnanter Sprache spontan vor Regierungsgebäuden in Kiew aufnimmt um Nahbarkeit, Authentizität und Sicherheit auszustrahlen und mal sind es hochwertig produzierte, doch gleichwertig emotional berührende Ansprachen, die im Kontext von Ereignissen wie dem Tag der Befreiung am 8. Mai auf *Instagram* veröffentlicht werden.

Die kontinuierliche und durch Regelmäßigkeit im Posting geprägte inhaltliche Ausrichtung seiner Botschaften zeichnet sich durch rhetorische

Wiederholungen wie den Kampf zur Freiheit (Anh. 1.2., S. 3), Verweise auf die Stärke der Ukraine (Anh. 1.1., S. 2) oder durch die Stilisierung Russlands als Terrorstaat (Anh. 5.3., S. 47) aus. Dadurch trägt Selenskyj dazu bei, Aufmerksamkeit, Empathie und Unterstützung für sein Anliegen weltweit zu vergrößern. Dies hat Auswirkungen auf die öffentliche Meinungsbildung und kann als Instrument zur Erreichung politischer Ziele genutzt werden. Weitere wissenschaftliche Untersuchungen könnten auch an dieser Stelle ansetzen und sich mit den neuartigen Möglichkeiten politischer Partizipation auf *Instagram* befassen, die durch die von der Kommunikation Selenskyjs vorangetriebenen digitalen Schwarmbildung ermöglicht werden.

Durch die Verwendung von persönlichen Einblicken und transparenten Beiträgen, die emotional und ansprechend aufbereitet und dann veröffentlicht werden, hat Selenskyj neue Standards im Bereich des politischen Marketings gesetzt. Seine Kommunikation auf *Instagram* wird darüber hinaus auch durch seine vorherige Karriere als Schauspieler und Medienunternehmer geprägt, die ihm eine über die Grenzen hinausgehende und bis nach Russland reichende Bekanntheit verschafft hat. Dies und der Kontext des fortlaufenden Krieges spielen bei der Bewertung seiner Kommunikationserfolge eine wichtige Rolle. Es bleibt zu hoffen, dass die Aufmerksamkeit auf den Krieg in der Ukraine anhält – nicht nur auf *Instagram*.

Literaturverzeichnis

Bause, Halina (2021): Politische Social-Media-Influencer als Meinungsführer? In: Publizistik, 66 (2), S. 295–316.

boyd, danah m (2009): "Social Media is Here to Stay... Now What?". Microsoft Research Tech Fest, Redmond. In:
<http://www.danah.org/papers/talks/MSRTechFest2009.html> (zugegriffen am 28.3.2023)

Burkhardt, Steffen (2022): Krisen und Skandale. In: Isabelle Borucki; Katharina Kleinen von Königslöw; Stefan Marschall; Thomas Zerback: Handbuch Politische Kommunikation, Wiesbaden: Springer VS, S. 300-309

Cain, Geoffrey (2022): Volodymyr Zelensky. Feature. In: WIRED UK, Sep/Okt 2022, S. 68-75

Chadwick, Andrew (2013): The Hybrid Media System. Politics and Power. Oxford: Oxford University Press.

Dolata, Ulrich (2018): Privatisierung, Kuratierung, Kommodifizierung. Kommerzielle Plattformen im Internet. SOI Discussion Paper 2018-04. In:
https://www.sowi.uni-stuttgart.de/dokumente/forschung/soi/soi_2018_4_Dolata.Kommerzielle.Plattformen.im.Internet.pdf (zugegriffen am 16.2.2023)

Fürst, Silke; Jecker, Constanze; Schönhagen, Philomen (2016): Die qualitative Inhaltsanalyse in der Kommunikationswissenschaft. In: Stefanie Averbek-Lietz; Michael Meyen: Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft, Wiesbaden: Springer VS, S. 209-227

Gerhards, Jürgen; Neidhardt, Friedhelm (1990): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen und Ansätze. Berlin: WZB, Abt. Öffentlichkeit und soziale Bewegung.

Geyer, Steven (2004): Der deutsche Onlinejournalismus am 11. September: Die Terroranschläge als Schlüsselereignis für das junge Nachrichtenmedium. München: Fischer.

Grill, Christiane (2022): Politische Partizipation und das Wirkungsspiel der Medien. In: Isabelle Borucki; Katharina Kleinen von Königslöw; Stefan Marschall; Thomas Zerback: Handbuch Politische Kommunikation, Wiesbaden: Springer VS, S. 584-593

Graber, Doris; Smith, James M. (2005): Political Communication Faces the 21st Century. In: Journal of Communication, 55(3), 479–507.

Hepp, Andreas (2016): Kommunikations- und Medienwissenschaft in datengetriebenen Zeiten. In: Publizistik, Nr. 61. S. 225–246.

HypeAuditor (2021): Anteil der Nutzer von Instagram nach Altersgruppen und Geschlecht weltweit im Jahr 2021. In: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1247275/umfrage/anteil-der-instagram-nutzer-nach-altersgruppen-und-geschlecht-weltweit/> (zugegriffen am 20.3.2023)

Imhof, Kurt (2011): Die Krise der Öffentlichkeit. Kommunikation und Medien als Faktoren des sozialen Wandels. Frankfurt/M.: Campus.

Insider Intelligence (2022): Anzahl der monatlich aktiven Nutzer von Instagram weltweit in den Jahren 2020 und 2021 sowie eine Prognose bis 2026 (in Milliarden) In:

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/795086/umfrage/anzahl-der-nutzer-von-instagram-weltweit/> (zugegriffen am 20.3.2022)

Jun, Uwe (2022): Politische Parteien und Medien. In: Isabelle Borucki; Katharina Kleinen von Königslöw; Stefan Marschall; Thomas Zerback: Handbuch Politische Kommunikation, Wiesbaden: Springer VS, S. 128-141

Jungherr, Andreas; Rivero, Gonzalo; Gayo-Avello, Daniel (2020): Retooling Politics: How Digital Media Are Shaping Democracy. Cambridge: Cambridge University Press.

Jäckel, Michael (2019): Medienwirkungen kompakt: Einführung in ein dynamisches Forschungsfeld (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS.

Korte, Karl-Rudolf; Richter, Philipp (2020): Politische Akteure und Institutionen der politischen Kommunikation. In: Isabelle Borucki; Katharina Kleinen von Königslöw; Stefan Marschall; Thomas Zerback: Handbuch Politische Kommunikation, Wiesbaden: Springer VS, S. 147-159

Kuckartz, Udo (2018): Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung (4. Aufl.). Weinheim: Beltz Juventa.

Köckeis-Stangl, Eva (1980): Methoden der Sozialisationsforschung. In: Hurrelmann, Klaus; Ulich, Dieter: Handbuch der Sozialisationsforschung, Weinheim/Basel: Beltz, S. 321-369

Laack, Stephan (2022): "Kein Ukrainer wird deinen Tesla-Scheiß kaufen". Streit über Musks "Friedensplan". In:

<https://www.tagesschau.de/ausland/europa/musk-ukraine-101.html> (zugegriffen am 20.2.2023)

Landau Media (2022): Wolodimir Selenski – Wie der ukrainische Präsident mit Hilfe sozialer Medien wichtige Aufmerksamkeit für sein Land generiert. In:

<https://medienrot.de/wolodimir-selenski-wie-der-ukrainische-praesident-mithilfe-sozialer-medien-wichtige-aufmerksamkeit-fuer-sein-land-generiert/> (zugegriffen am 20.2.2022)

Leaver, Tama; Highfield, Tim, Abidin, Crystal (2020): Instagram: Visual social media cultures. Cambridge, UK: Polity.

Lillegraven, Sigrun (2021): Frausein und Feminismus als Imagestrategie auf Instagram. Hillary Clintons visuelle Wahlkampfkommunikation für die US-Präsidentschaftswahl 2016. In: Heike, Kanter, Michael Brandmayr: Bilder, soziale Medien und das Politische: Transdisziplinäre Perspektiven auf visuelle Diskursprozesse. Bielefeld: transcript. S. 51-77.

Lobinger, Katharina (2012): Visuelle Kommunikationsforschung. Medienbilder als Herausforderung für die Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Springer VS.

Lobo, Sascha (2019): Das Ende der Gesellschaft. Von den Folgen der Vernetzung. In: Bernhard Pörksen; Andreas Narr: Schöne Digitale Welt, Köln: Halem, S. 52-82

Luhmann, Niklas (2017): Die Realität der Massenmedien (5. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS.

Lünenborg, Margreth (2022): Soziale Medien, Emotionen und Affekte. In: Jan-Hinrik Schmidt; Monika Taddicken: Handbuch Soziale Medien. Wiesbaden: Springer VS, S. 234-247

Magin, Melanie (2022): Boulevardisierung. In: Isabelle Borucki; Katharina Kleinen von KönigsLöw; Stefan Marschall; Thomas Zerback: Handbuch Politische Kommunikation, Wiesbaden: Springer VS, S. 460-468

Maletzke, Gerhard (1998): Kommunikationswissenschaft im Überblick: Grundlagen, Probleme, Perspektiven. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Mayring, Philipp (2022): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken (12. Aufl.). Weinheim: Beltz Verlag.

Nassehi, Armin (2019): Muster. Theorie der digitalen Gesellschaft. München: C.H.Beck

NapoleonCat. (2023): Number of Instagram users in Ukraine from September 2018 to February 2023 (in millions). In: <https://www.statista.com/statistics/1024763/instagram-users-ukraine/>

Neidhardt, Friedhelm (1994): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 34/1994, S. 7-41.

Pörksen, Bernhard; Schulz von Thun, Friedemann (2020): Die Kunst des Miteinander-Redens. Über den Dialog in Gesellschaft und Politik. München: Carl Hanser Verlag.

Pörksen, Bernhard (2022): Lehren des Informationskrieges. In: Mediendiskurs, 26. Jahrgang (102), S. 12-15

Sarcinelli, Ulrich (2011): Politische Kommunikation in Deutschland. Medien und Politikvermittlung im demokratischen System. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schulz, Winfried (2011). Politische Kommunikation: Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung (3. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schäfer, Svenja; Sülflow, Michael; Müller, Philip (2017): The special taste of snack news: An application of niche theory to understand the appeal of Facebook as a news source. In:
<https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/7431>. (zugegriffen am 17.2.2022)

Selenskyj, Wolodymyr (2022): Botschaft aus der Ukraine. (1. Aufl.). München: Siedler Verlag.

Sociological Group Rating (2022): Unterstützen Sie die Aktionen des ukrainischen Präsidenten Wolodymyr Selenskyj im Zuge des russischen Angriffskrieges auf die Ukraine? (Umfrage innerhalb ukrainischer Bevölkerung, nach russischer Invasion). In:
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1293339/umfrage/unterstuetzung-fuer-wolodymyr-selenskyj-nach-russischer-invasion/?locale=de> (zugegriffen am 20.2.2022)

Titzmann, Oliver (2022): New Leadership: Menschen führen heißt Menschen stärken (1. Aufl.). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

UN DESA (2022): Ukraine: Gesamtbevölkerung von 1950 bis 2022 und Prognosen bis 2050 (in Millionen Einwohner). In:
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/232387/umfrage/gesamtbevoelkerung-in-der-ukraine/> (zugegriffen am 20.3.23)

Vowe, Gerhard (2022): Digitalisierung als grundlegender Veränderungsprozess der politischen Kommunikation. In: Isabelle Borucki; Katharina Kleinen von Königslöw; Stefan Marschall; Thomas Zerback: Handbuch Politische Kommunikation, Wiesbaden: Springer VS, S. 80-91

Walsh, Gianfranco, Hass, Berthold H., Kilian, Thomas (2011): Grundlagen des Web 2.0. In: Gianfranco Walsh; Thomas Kilian; Berthold H. Hass: Web 2.0: Neue Perspektiven für Marketing und Medien, Berlin, Heidelberg: Springer Berlin, Heidelberg, S. 3-17

Wehner, Josef (1997): Das Ende der Massenkultur? Visionen und Wirklichkeit der neuen Medien. Frankfurt/Main: Campus-Verl.

Wehner, Josef (1997): Interaktive Medien – Ende der Massenkommunikation? Zeitschrift für Soziologie, 26 (2), 96-114.

We Are Social; Hootsuite; DataReportal. (2022): Ranking der größten Social Networks und Messenger nach der Anzahl der Nutzer im Januar 2022 (in Millionen). In:
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/181086/umfrage/die-weltweit-groesten-social-networks-nach-anzahl-der-user/> (zugegriffen am 6.2.2023)

Zeit Online (2019): "Man muss dort sein, wo Debatten stattfinden". Social Media. In:
https://www.zeit.de/politik/deutschland/2019-01/social-media-robert-habeck-ausstieg-reaktionen?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F
(zugegriffen am 7.2.2023)

Zerback, Thomas; Marschall, Stefan; Kleinen-von Königslöw, Katharina; Borucki, Isabelle (2022): Politische Kommunikationsforschung im Wandel. In: Isabelle Borucki; Katharina Kleinen von Königslöw; Stefan Marschall; Thomas

Zerback: Handbuch Politische Kommunikation, Wiesbaden: Springer VS, S. 300-309

Zhong, Bu (2022): Social media communication: Trends and theories. Hoboken, NJ: Wiley Blackwell.

Anhangsverzeichnis

Anhang A: Transkriptionen	1
1.) Kontextereignis: Große Invasion / Kriegsbeginn	1
1.1.) Videobeitrag: Ansprache an das ukrainische Volk	1
1.2.) Bildbeitrag: Adressieren demokr. Staaten zur Unterstützung der Ukraine	3
1.3.) Videobeitrag: Wir sind hier	5
1.4.) Bildbeitrag: Anruf und Unterstützung von Emmanuelle Macron	7
2.) Kontextereignis: Russland kündigt Änderung seiner Kriegsstrategie an: Konzentration auf den Donbass	9
2.1.) Videobeitrag: Glory to all our heroes!	9
2.2.) Bildbeitrag: Ukraine was beautiful.	11
2.3.) Videobeitrag: Tag der Nationalgarde	13
2.4.) Bildbeitrag: Gespräch mit bulgarischen Premierminister	15
3.) Kontextereignis: Massaker von Butscha	16
3.1.) Videobeitrag: "Wie konnte es so weit kommen?"	16
3.2.) Bildbeitrag: Now. Russia has come.	22
3.3.) Videobeitrag: 64th Grammy Awards	23
3.4.) Bildbeitrag: Selenskyj Besuch Butscha	26
4.) Kontextereignis: 8. Mai Gedenktag	28
4.1.) Videobeitrag: "Nie wieder?"	28
4.2.) Bildbeitrag: Muttertag	35
4.3.) Videobeitrag: Teil der westlichen Welt	37
4.4.) Bildbeitrag: Der Sieg wird kommen!	41
5.) Kontextereignis: Russlands Vergeltung gegen "Terroranschläge der Ukraine" (Krim-Brücken-Explosion)	43
5.1.) Videobeitrag: Informationen und Warnung an Bürger:innen	43
5.2.) Bildbeitrag: Telefonat mit deutschem Bundeskanzler Olaf Scholz	45
5.3.) Videobeitrag: Zusammenschnitt mehrerer Amateurvideos / "user-generated content"	47
5.4.) Bildbeitrag: Telefonat mit italienischen Premierminister Mario Draghi	51
Anhang B: Kategoriensystem	53
Anhang C: Codierungen	59
Anhang D: Kategorienbasierte Auswertung	72

Anhang A: Transkriptionen

1.) Kontextereignis: Große Invasion / Kriegsbeginn

Datum: 24. Februar 2022

1.1.) Videobeitrag: Ansprache an das ukrainische Volk

Link: <https://www.instagram.com/p/CaWNHYRFL8T/>



Unterschrift: Ми – це Україна !

Wir sind die Ukraine! (übersetzt von Yaroslava Shkolna)

Transkription: Liebe Bürgerinnen und Bürger der Ukraine, heute Morgen hat Präsident Putin eine militärische Spezialoperation im Donbass angekündigt. Russland hat unsere militärische Infrastruktur und unsere Grenztruppen angegriffen. In zahlreichen Städten der Ukraine wurden Explosionen gehört. Wir haben das Kriegsrecht über unser Land verhängt. Ich habe gerade mit Joe Biden telefoniert. Die Vereinigten Staaten haben bereits begonnen, internationale Unterstützung für unsere Sache zu organisieren.

Heute müssen Sie alle ruhig bleiben. Wenn Sie können, bleiben Sie bitte zu Hause. Wir alle setzen uns aktiv dafür ein, das Land zu schützen. Die Armee setzt sich ein. Der gesamte Sicherheits- und Verteidigungssektor setzt sich ein.

Ich werde permanent mit Ihnen in Verbindung stehen.

Wie auch der Nationale Sicherheits- und Verteidigungsrat der Ukraine und das Ministerkabinett der Ukraine.

Ich werde bald schon wieder zu Ihnen sprechen. Geraten Sie nicht in Panik. Wir sind stark. Wir sind zu allem bereit. Wir werden jeden bezwingen. Weil wir die Ukraine sind.

Ruhm der Ukraine.

Bild-/Videoelemente:

1) Was ist zu sehen?

Selensky befindet sich in einem "offiziell" wirkenden Innenraum, der aussieht wie ein Raum des Regierungssitzes der ukrainischen Regierung. Im Hintergrund sieht man die Ansätze eines Gemäldes. Die Wand ist mit edlem Holz vertäfelt. Selensky trägt einen grauen Anzug und ein weißes, oben aufgeknöpftes Hemd.

Man sieht, wie er die Aufnahme des Videos selbst startet. Dann beginnt er zu sprechen. Am Ende sieht man, wie er die Aufnahme selbst beendet.

2) Wie wird es dargestellt?

Man erkennt, dass es eine Aufnahme mit einem Smartphone, Tablet oder der Laptop-Kamera ist und er sich das ganze Video lang im Selfie-Modus präsentiert.

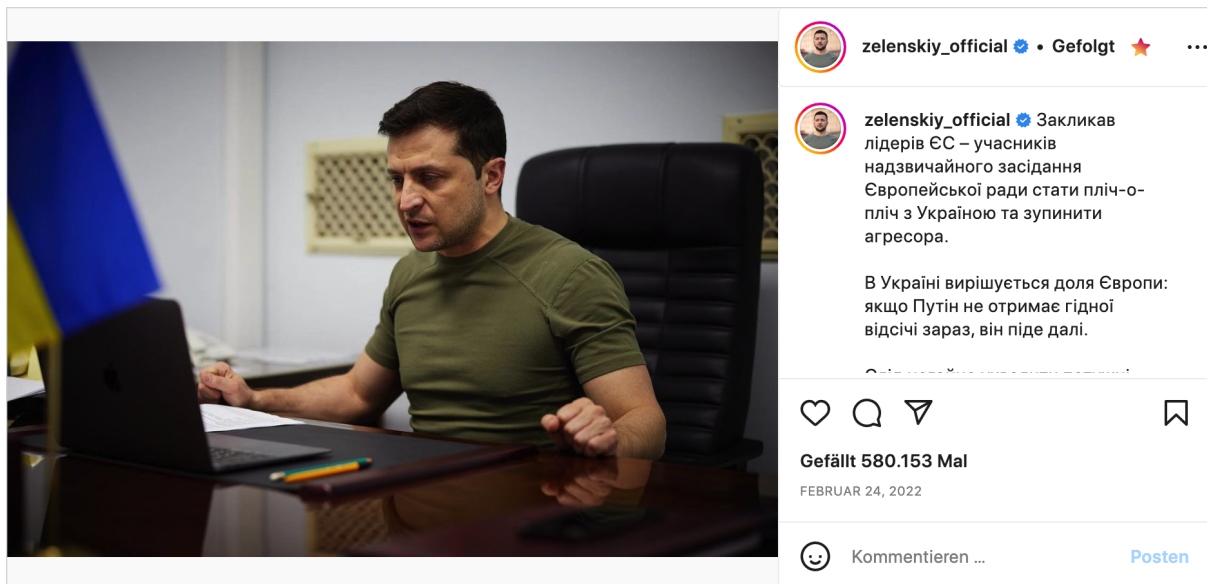
3) Wie wirkt es?

Selenskys Stimme klingt ruhig und besonnen, prägnant und selbstbewusst. Dadurch strahlt er Sicherheit und Vertrauen aus. Durch die Selfie-Perspektive entsteht ein

direkter und persönlicher Einblick in die Situation. Man sieht den Präsidenten in einer inoffiziellen und spontan angelegten Situation.

1.2.) Bildbeitrag: Adressieren demokr. Staaten zur Unterstützung der Ukraine

Link: <https://www.instagram.com/p/CaYAVKVAIR-/>





Unterschrift: rief die Staats- und Regierungschefs der EU - die an der Dringlichkeitssitzung des Europäischen Rates teilnahmen - dazu auf, an der Seite der Ukraine zu stehen und den Aggressor zu stoppen.

Das Schicksal Europas entscheidet sich in der Ukraine: Wenn Putin jetzt keine würdige Antwort erhält, wird er weitermachen.

Wir sollten unverzüglich wirksame wirtschaftliche und finanzielle Sanktionen gegen den Aggressor verhängen, ihm die Mittel zur Fortsetzung seiner Aggression entziehen: SWIFT abschalten, ein Embargo für den Öl- und Gashandel verhängen, 🇺🇦 mit Waffen und Munition für die Armee unterstützen und die UN-Friedensmissionen fördern.

Unser Volk stirbt für die Freiheit der Ukraine und Europas. Wir haben lange Zeit auf die offene Tür gewartet. Wir haben nach der NATO-Mitgliedschaft gefragt, aber wir haben keine Antwort erhalten.

Jetzt brauchen wir völkerrechtliche Sicherheitsgarantien, eine klare europäische Perspektive sowie schnelle und konkrete Maßnahmen.

#StopRussianAggression #StandWithUkraine  

(übersetzt von Yaroslava Shkolna)

Transkription: -

Bild-/Videoelemente:

1) Was ist zu sehen?

Selensky sitzt am Schreibtisch in einem Raum. Vermutlich handelt es sich um ein Büro des Präsidenten. Die Nationalflagge der Ukraine ist im linken Teil des Bildes zu sehen. Man erkennt außerdem einen aufgeklappten Laptop, in den Selensky hineinschaut. Daneben liegen Stifte und Papier. Selensky öffnet den Mund und schaut in Richtung des Laptops.

Er trägt außerdem ein olivgrünes Army T-Shirt. Seine Haltung ist aufrecht. Die Hände stützt er auf die Tischkante.

2) Wie wird es dargestellt?

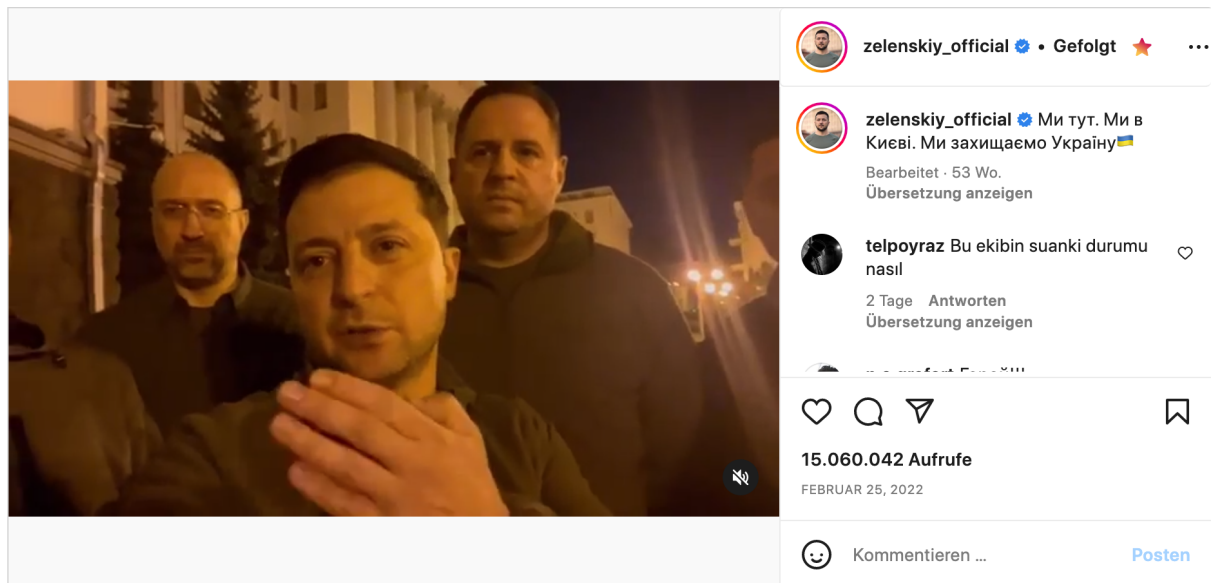
Das farbige Foto ist mit einer gewissen Distanz zur abgebildeten Situation (zum Schreibtisch und Selenskyj) aufgenommen worden. Die Betrachter:in sieht einen Staatsmann in seinem Büro.

3) Wie wirkt es?

Es sieht aus, als spräche er in Richtung des Laptops. Vermutlich handelt es sich um eine Videokonferenz, in der er das Wort hat. Die Situation wirkt abgekapselt von der fotografierenden Person. Die Situation wirkt ernst.

1.3.) Videobeitrag: Wir sind hier

Link: <https://www.instagram.com/p/CaaFzibgLES/?next=%2F>



Unterschrift: Ми тут. Ми в Києві. Ми захищаємо Україну 🇺🇦

Wir sind hier. Wir sind in Kiew. Wir schützen die Ukraine 🇺🇦 (übersetzt von Yaroslava Shkolna)

Transkription: Guten Abend zusammen. Der Fraktionsvorsitzende ist hier. Der Leiter des Präsidialamtes ist hier. Premierminister Shmyhal ist hier. Podoljak ist hier. Der Präsident ist hier. Wir sind alle hier. Unsere Soldaten sind hier. Die Bürger sind hier und wir sind hier. Wir werden unsere Unabhängigkeit verteidigen. So wird es sein. Ruhm unseren Verteidigern, den Männern und den Frauen. Ruhm für die Ukraine! (übersetzt von Yaroslava Shkolna)

Bild-/Videoelemente:

1) Was ist zu sehen?

Auf dem Video steht Präsident Selensky mit vier weiteren Vertretern der Regierung, die hinter ihm verteilt im Hintergrund des Videos stehen. Alle schauen in die Smartphone-Kamera. Der Himmel hinter

ihnen ist dunkel. Sie stehen draußen. Im Hintergrund sieht man die von Straßen Lichtern beleuchteten Fassaden und Ansätze von Gebäuden, die aussehen wie Regierungsgebäude. Selensky spricht. Die anderen vier Personen sagen nichts, während er spricht. Selensky geht mit seiner Aufmerksamkeit reihum und stellt jeden der Minister mit Namen vor und sagt auf ukrainisch, dass sie "hier" sind. Er richtet dabei die Kamera jedes Mal ein wenig in die Richtung des von ihm gemeinten Ministers. Am Ende sagt er auf ukrainisch "Slava Ukraini", was "Ruhm der Ukraine" bedeutet. Dies wiederholen danach alle Minister, die hinter ihm stehen. Selensky lächelt kurz und beendet die Aufnahme.

2) Wie wird es dargestellt?

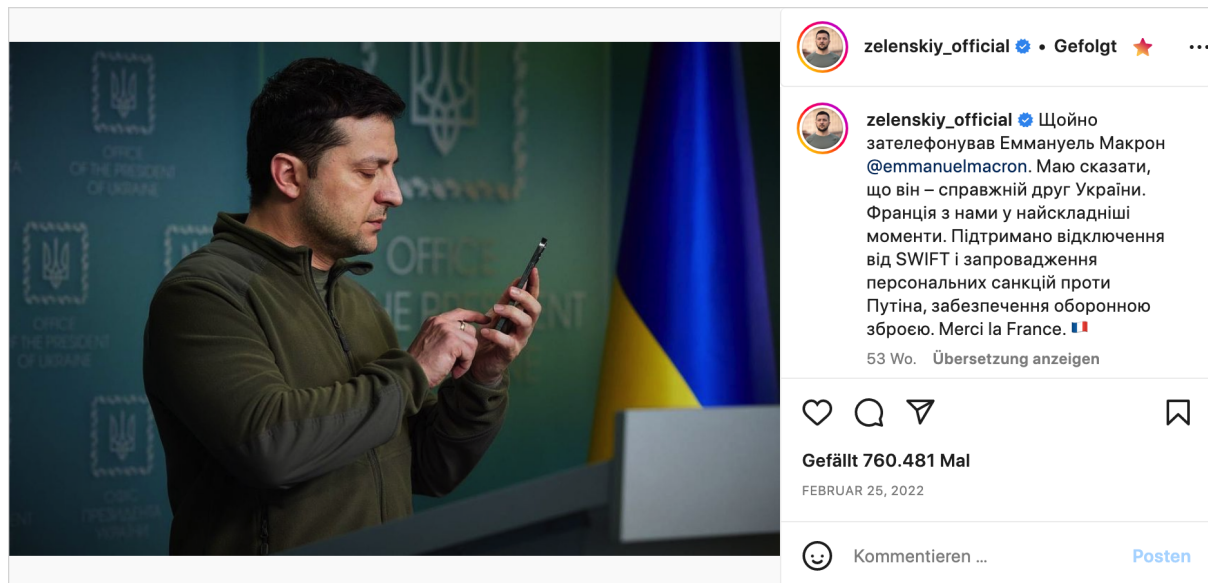
Selensky filmt sich und Mitglieder der Regierung mit seinem Smartphone im Selfie-Modus. Aus mehreren Gründen (dem Gesagten, der Umgebung, den anwesenden Personen) lässt sich behaupten, dass sie draußen vor den Regierungsgebäuden Kiews stehen. Es ist dunkel.

3) Wie wirkt es?

Das Video wirkt sehr vertraut. Die wichtigsten Personen der Regierung sind zu erkennen und werden kurz vorgestellt. Das kurze "tut", was "hier" bedeutet, wird mehrmals ausgesprochen. Durch die Kürze des Videos und die mehrmalige Bestätigung, dass niemand das Land verlassen habe, strahlt Selensky Sicherheit aus. Alle Mitglieder der Regierung stehen gerade und schauen ebenfalls in selbstsicherer Mimik in die Kamera. Es wirkt wie ein gut zusammenarbeitender Stab von Regierungsvertretern, die hier alle gemeinsam Zusammenhalt demonstrieren.

1.4.) Bildbeitrag: Anruf und Unterstützung von Emmanuelle Macron

Link: <https://www.instagram.com/p/CaauGKrgbmT/>



Unterschrift: Щойно зателефонував Еммануель Макрон @emmanuelmacron. Маю сказати, що він – справжній друг України. Франція з нами у найскладніші моменти. Підтримано відключення від SWIFT і запровадження персональних санкцій проти Путіна, забезпечення оборонною зброєю. Merci la France. 🇫🇷

Emmanuel Macron hat mich gerade angerufen @emmanuelmacron. Ich muss sagen, dass er ein wahrer Freund der Ukraine ist. Frankreich steht uns in den schwierigsten Momenten zur Seite. Er hat die Abkopplung von SWIFT und die Einführung persönlicher Sanktionen gegen Putin sowie die Bereitstellung von Verteidigungswaffen unterstützt. Merci la France. 🇫🇷 (übersetzt von Yaroslava Shkolna)

Transkription: -

Bild-/Videoelemente:

1) Was ist zu sehen?

Auf dem farbigen Foto sieht man Selensky im Vordergrund vor einem Rednerpult. Er trägt einen oliv-grün Fleece-Pullover der Marke M-Tac (eine ukrainische Marke für Militärkleidung). Er hält sein Smartphone in der linken Hand. Mit dem Zeigefinger der rechten Hand tippt er auf den Display. Sein Blick richtet sich in Richtung des Displays. Im Hintergrund sieht man eine türkise Wand. Darauf zu erkennen ist die Schrift: OFFICE OF THE PRESIDENT. Rechts daneben ist eine große Nationalflagge der Ukraine in den Farben blau und gelb aufgestellt.

2) Wie wird es dargestellt?

Es ist ein professionell produziertes, farbiges Foto abgebildet. Darauf ist Selensky abgebildet. Die fotografierende Person bewahrt eine gewisse Distanz zu ihm und der gezeigten Situation.

3) Wie wirkt es?

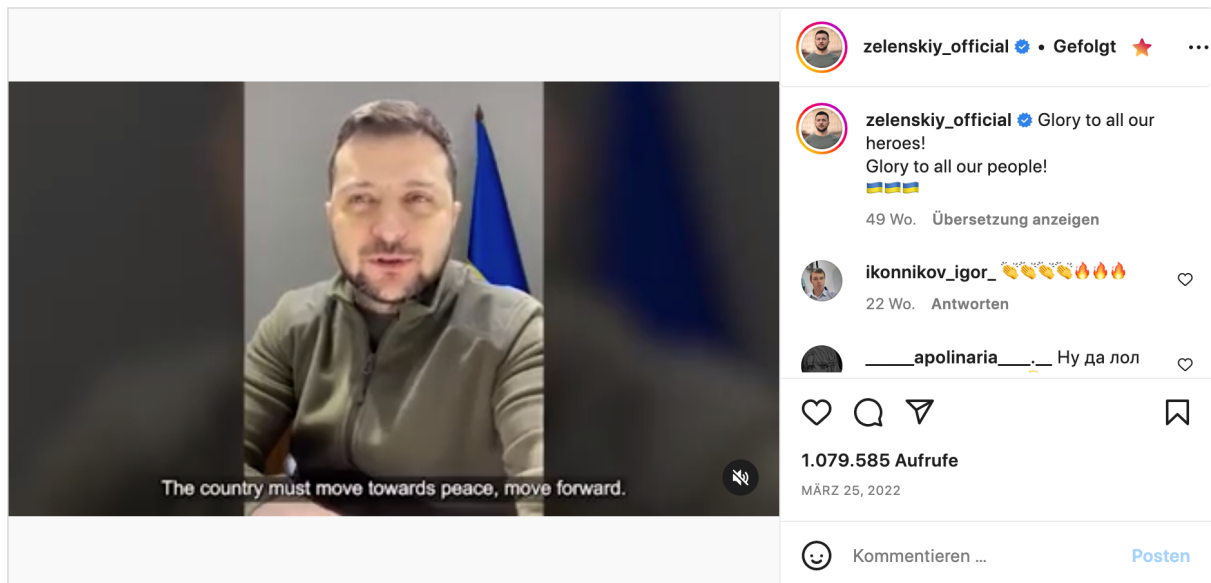
Die Situation wirkt abgekapselt von der fotografierenden Person. Selensky wirkt konzentriert und fokussiert. Sein Blick wirkt ernst, und der Umgebung angepasst. Der Ort der Aufnahme sieht aus wie eine Pressekonferenz.

2.) Kontextereignis: Russland kündigt Änderung seiner Kriegsstrategie an: Konzentration auf den Donbass

Datum: 25. März 2022

2.1.) Videobeitrag: Glory to all our heroes!

Link: <https://www.instagram.com/p/CbgewzjoLLJ/>



Unterschrift: Glory to all our heroes!

Glory to all our people! 🇺🇦🇺🇦🇺🇦

Transkription: “Free people of our free country! It's already night, but we're working. The country must move towards peace, move forward. With each day of our defense, we are bringing the peace we need so much closer. We are bringing victory close. Because in this war it is simply impossible for us not to win. And it will be so. And we can't stop even for a minute. Because every minute is about our destiny, about our future. About whether we live or not. The 30th day. It's been a month! If Russia had known it would face that, I'm sure they would have definitely been afraid to come here. During that month we've withstood all the main directions of Russian strikes. The world has applied destructive sanctions. And we are reaching an agreement on new ones.

Today I have delivered some important speeches. To the participants of the NATO summit, the G7 summit, to the summit of the leaders of the European Union. To the Swedish Parliament. All this is for the sake of support for our state. We need it for our protection. I spoke with the President of Lithuania, Mr. Nauseda, Prime Minister of Israel Bennett and Prime Minister of the United Kingdom Johnson. All this is for Russia to understand one thing: It is necessary to seek peace, Russia also needs to seek peace. I informed the President of Egypt about the current situation.

And today I signed some very important decrees. On awarding the title of Hero of Ukraine to seven servicemen of the National Guard, to five of them, unfortunately, posthumously.

Also on state awards to 240 servicemen of the National Guard of Ukraine and 119 Servicemen of the Armed Forces. On state awards to 14 heads of local communities, local authorities. On state awards to 31 medical workers. And on awarding the honorary title "The Hero City of Ukraine" to four more cities: Bucha, Irpin, Ochtyrka, Mykolaiv.

You know, after signing these decrees, I felt that it would really be worthwhile to award and confer the title of hero to millions and millions of our people. To you, to all Ukrainians who are doing everything they can for the sake of victory. For peace: In a place where they are. And I am grateful to each and every one of you. To each and everyone for this month of great struggle. And, of course, to our Armed Forces, of course, the National Guard, our border guards, doctors, rescuers, territorial defense, reconnaissance officers, special services and many, many people, representatives of other professions who save our lives. Who protect our free Ukraine. Glory to all our heroes! Glory to us all! Glory to Ukraine! (übersetzt im Beitrag)

Bild-/Videoelemente:

1) Was ist zu sehen?

Auf dem farbigen Video sieht man Selensky mit einem grünen Pullover. Er hat einen Bart. Man sieht seinen Kopf und seinen Oberkörper bis unter die Brust. Im Hintergrund sieht man eine graue Wand und Ansätze der ukrainischen Nationalflagge.

2) Wie wird es dargestellt?

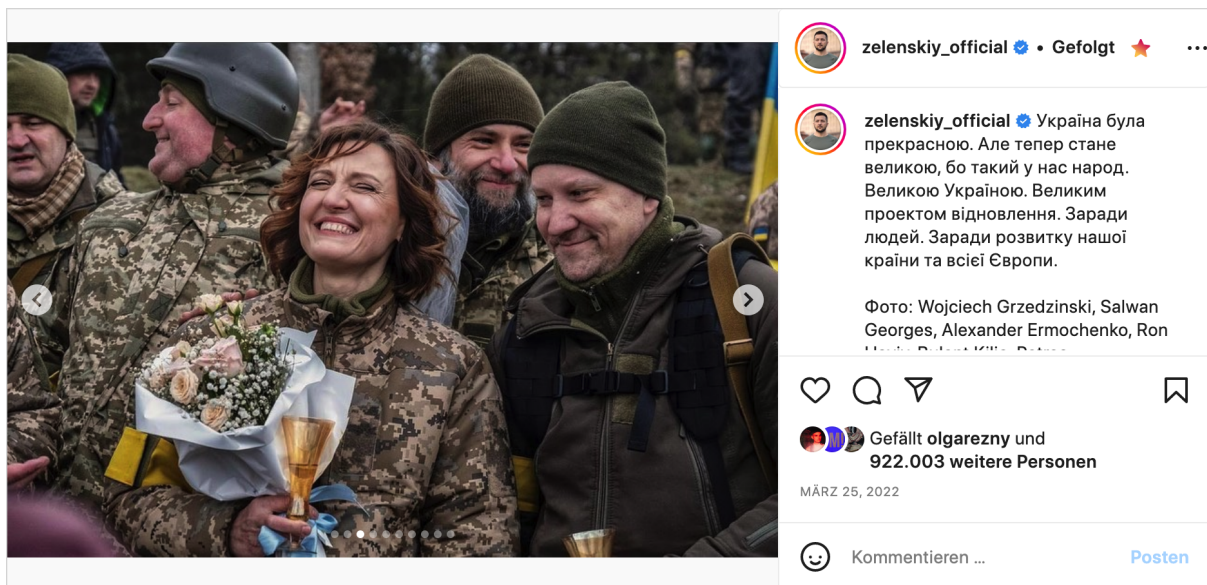
Das farbige Video ist im Hochformat aufgenommen. Er hält das ganze Video über das Smartphone mit der linken Hand. Er spricht in die Kamera. Der Blick wechselt ab und an zur Seite und dann wieder direkt in die Kamera. Am Ende des Videos sieht man, wie er selbst das Video beendet.

3) Wie wirkt es?

Es wirkt, als säße er an seinem Schreibtisch im Büro des Präsidentengebäudes. Er wirkt selbstsicher, optimistisch. Ab und zu lächelt er, während er spricht.

2.2.) Bildbeitrag: Ukraine was beautiful.

Link: <https://www.instagram.com/p/CbhsKPSAe-b/>



Unterschrift: Ukraine was beautiful. But now it will be great, because of our people. Glorious Ukraine. Great project for recovery. For the people. For the development of our country and the whole of Europe.

Photo: Wojciech Grzedzinski, Salwan Georges, Alexander Ermochenko, Ron Haviv, Bulent Kilic, Petros Giannakouris, Paula Bronstein, Katya Moskaljuk (übersetzt von kanaleigener Übersetzer:in)

Transkription: -

Bild-/Videoelemente:

1) Was ist zu sehen?

Dieser Beitrag setzt sich aus mehreren professionell aufgenommenen Fotos zusammen. Insgesamt sind auf zehn farbigen Fotos folgende Hauptmotive zu benennen: schwerbewaffnete Soldaten vor zerstörten Gebäuden, Gebäude-Trümmer, spielende Kinder, lachende Soldat:innen mit Blumenstrauß in der Hand, Männer und Frauen, die vor zerstörten Wohngebäuden stehen, sich umarmende Menschen, spielende Kinder vor zerstörten Wohngebäuden, ein Mann in der Uniform der ukrainischen Armee umarmt eine Frau in Zivill, schlafende Menschen in einfach Betten in Kellerräumen, um eine Statue herum hochgestapelte Sandsäcke, ein lächelnder Mann, der einen Eintopf umrührt. Ein Foto hat die Bildmarke "Reuters".

2) Wie wird es dargestellt?

Es werden verschiedene Fotos direkt aus dem Kriegsgebiet gezeigt, die mit einer gewissen Distanz zum Geschehen in professioneller Form aufgenommen wurden.

3) Wie wirkt es?

Die Fotos wirken, als seien sie unmittelbar aus dem Kriegsgeschehen heraus entstanden. Die fotografierende Person ist direkt anwesend und dokumentiert die Situationen in ihren emotionalen Momenten. Der Betrachter bekommt einen Einblick in die Realität der dort abgebildeten Menschen. Menschen lachen, die Sonne scheint durch Trümmer. Der Himmel ist blau. Personen arbeiten, leisten sich Beistand in dem sie sich umarmen, füreinander kochen, etc.

2.3.) Videobeitrag: Tag der Nationalgarde

Link: <https://www.instagram.com/p/CbkexiZg6FV/>



Unterschrift: Am Tag der Nationalgarde möchte ich mich bei jedem einzelnen NGU-Soldaten dafür bedanken, dass unser Land intakt bleibt. Wir arbeiten als ein Team namens Ukraine. Der Sieg gehört uns!

Transkription: Zelensky: Grüsse, Grüsse an alle, guten Tag! Ich möchte jedem einzelnen von Ihnen für Ihren Dienst, für Ihre Arbeit, für die Wahrung der territorialen Integrität unseres Staates, unserer Souveränität und unserer Familien danken und wünsche Ihnen gute Gesundheit. Bitte passen Sie auf sich, Ihre Familien, Ihre Kinder auf. All dies ist wichtig und wird für unsere Zukunft gebraucht, die wir gemeinsam mit Ihnen jetzt bauen und noch aufbauen werden. Ich bin froh, dass Sie alle als Team arbeiten, und sehr glücklich, dass wir alle ein Team namens Ukraine haben.

(übersetzt von Yaroslava Shkolna)

Bild-/Videoelemente:

1.) Was ist zu sehen?

Selensky betritt einen Raum, in dem Soldaten und offizielle Mitarbeitende in grüner Uniform in Reih und Glied stehen. Im Hintergrund hängen historische Gemälde an der Wand und die Nationalflagge der Ukraine ist aufgestellt. Selenskyj trägt einen oliv-grünen Fleece Pullover der Marke M-Tac (eine ukrainische Marke für Militärkleidung) und einen Bart. Er geht zielstrebig auf die Gruppe zu und begrüßt diese mit einer kurzen Senkung des Kopfes und einem Lächeln. Hinter ihm sieht man weitere offizielle Minister der ukrainischen Regierung. Man sieht wie er nach und nach bestimmten Soldaten gratuliert in dem er ihnen die Hand reicht und eine Urkunde übergibt. Am Ende sieht man wie sich etwa zwei Dutzend Personen zusammen um Selensky reihen. Fotografen machen Fotos von dieser Situation.

2.) Wie wird es dargestellt?

Die Situation wird von einer außenstehenden Person im Querformat gefilmt und im Nachgang zusammengeschnitten und bearbeitet.

3.) Wie wirkt es?

Es wirkt wie ein offizielles Zusammenkommen von Mitgliedern der Regierung, Selensky eingeschlossen und Soldaten, die sich durch ihren Dienst für das Land auszeichnen lassen. Die Stimmung ist heiter und positiv. Es wirkt, als gäbe es einen Anlass zur Freude.

2.4.) Bildbeitrag: Gespräch mit bulgarischen Premierminister

Link: https://www.instagram.com/p/Cbk_UTUgB8o/



Unterschrift: Розповів Прем'єр-міністру Болгарії Кирилу Петкову про перебіг протидії російській агресії. Обговорили критичну гуманітарну ситуацію в українських містах і селах. Маємо спільно зупинити гуманітарну катастрофу!

unterrichtete den bulgarischen Premierminister Kirill Petkov über die Fortschritte bei der Bekämpfung der russischen Aggression. Wir haben über die kritische humanitäre Lage in ukrainischen Städten und Dörfern gesprochen. Wir müssen zusammenarbeiten, um die humanitäre Katastrophe zu stoppen! (übersetzt von Yaroslava Shkolna)

Transkription: -

Bild-/Videoelemente:

1.) Was ist zu sehen?

Selensky sitzt auf einem großen, dunkelgrünen Sessel an einem Schreibtisch. Vor ihm liegen zwei Papiere. Die Hände sind gefaltet. Er trägt ein schlichtes grau-grünes T-Shirt. Er hat einen Bart. Im Hintergrund sieht man eine holzvertäfelte Wand, Ansätze der Nationalflagge der Ukraine sind zu erkennen. Selensky schaut an der Kameralinse vorbei.

2.) Wie wird es dargestellt?

Der Raum ist gut ausgeleuchtet. Das farbige Bild ist im Querformat.

3.) Wie wirkt es?

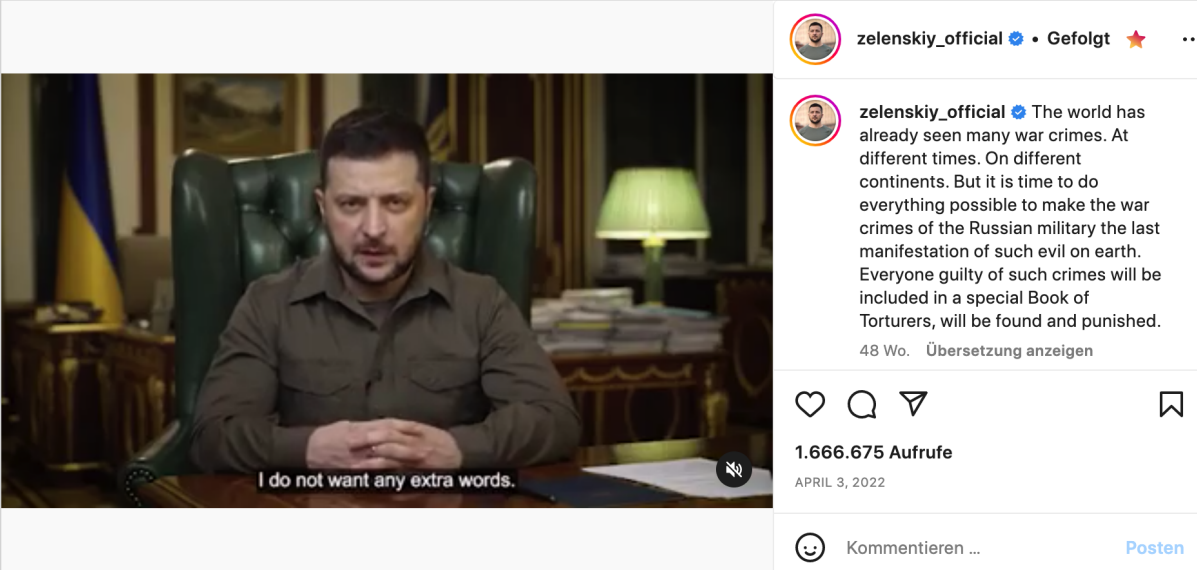
Sein Blick ist ernst und er wirkt in Sorge um etwas. Er wirkt trotzdem entschlossen. Er wirkt müde.

3.) Kontextereignis: Massaker von Butscha

Darum: 3. April 2022

3.1.) Videobeitrag: "Wie konnte es so weit kommen?"

Link: <https://www.instagram.com/p/Cb5vRJ7APru/>



zelenskiy_official • Gefolgt

zelenskiy_official The world has already seen many war crimes. At different times. On different continents. But it is time to do everything possible to make the war crimes of the Russian military the last manifestation of such evil on earth. Everyone guilty of such crimes will be included in a special Book of Torturers, will be found and punished.

48 Wo. Übersetzung anzeigen

1.666.675 Aufrufe

APRIL 3, 2022

Kommentieren ... Posten

Unterschrift: The world has already seen many war crimes. At different times. On different continents. But it is time to do everything possible to make the war crimes of the Russian military the last manifestation of such evil on earth. Everyone guilty of such crimes will be included in a special Book of Torturers, will be found and punished.

Transkription: Meine Ansprache heute beginnt ohne Gruß. Ich möchte nicht mehr Worte verlieren als nötig.

Präsidenten zeichnen solche Ansprachen normalerweise nicht auf. Doch ich habe heute keine andere Wahl nach dem, was in Butscha und anderen Städten, aus denen die Besatzer vertrieben wurden, offenbar wurde.

Hunderte getötete Menschen. Gefolterte und exekutierte Zivilisten. Leichen auf den Straßen. Landminen im gesamten Ort verstreut, sogar in Leichen versteckt. Überall sichtbare Spuren von Plünderungen.

Das geballte Böse kam über unser Land. Wir wurden von Mördern, Folterknechten, Vergewaltigern und Plünderern überfallen. Menschen, die sich als Armee bezeichnen und den Tod verdienen für das, was sie getan haben.

Ich will, dass die Mütter eines jeden russischen Soldaten die Leichen der getöteten Menschen in Butscha, in Irpin, in Hostomel sehen. Was haben sie falsch gemacht?

Warum wurden sie getötet?

Was hat dieser Mann, der mit seinem Fahrrad eine Straße entlangfuhr, getan? Oder gewöhnliche Zivilisten in einer friedlichen Stadt, die zu Tode gefoltert wurden?

Warum wurden Frauen erdrosselt, nachdem man ihnen die Ohrringe herausgerissen hatte? Warum wurden Frauen vor den Augen ihrer Kinder vergewaltigt und umgebracht? Warum wurden ihre Leichen geschändet?

Warum wurden menschliche Körper von Panzern zerquetscht?

Was hat Butscha Russland getan? Wie konnte es so weit kommen?

Russische Mütter: Selbst, wenn Sie Plünderer großgezogen haben, wie aber sind sie dann auch zu Schlächtern geworden? Es kann Ihnen nicht entgangen sein, was in den Köpfen Ihrer Kinder vorgeht. Den Mangel an Menschlichkeit können Sie nicht übersehen haben. Dass Menschen ohne Herz und ohne Seele aus ihnen wurden.

Menschen, die vorsätzlich und mit Freude töten.

Ich will, dass die Führer der Russischen Föderation sehen, wie ihre Befehle umgesetzt werden. Auch sie tragen die Verantwortung. Sie sind schuld an den von Sprengstoff abgerissenen Armen und an den Menschen, die mit gefesselten Händen von hinten durch Kopfschuss getötet wurden.

Das ist jetzt das Bild von Russland. So werden Sie gesehen. Ihre Kultur und Ihre Menschlichkeit starben mit den Ukrainerinnen und Ukrainern, die Sie getötet haben.

Ich habe die Schaffung einer Sonderstrafverfolgung in der Ukraine verabschiedet. Sie stützt sich auf gemeinsame Bemühungen nationaler und internationaler Experten, Ermittler, Staatsanwälte und Richter und wird jedem von den Besatzern auf ukrainischem Territorium begangenen Verbrechen nachgehen. Und sie wird alle zur Rechenschaft ziehen, die an diesem schrecklichen Krieg gegen die Ukraine beteiligt waren. Das Außenministerium, die Generalstaatsanwaltschaft, die Polizei, der Sicherheitsdienst, der Nachrichtendienst und andere Behörden werden alle Anstrengungen unternehmen, um sicherzustellen, dass die Sonderstrafverfolgung sofort einsatzbereit ist. Ich rufe alle Bürger und Freunde der Ukraine in der ganzen Welt auf, sich daran zu beteiligen und uns zu helfen, für Gerechtigkeit zu sorgen.

Kriegsverbrechen gibt es überall auf der Welt, begangen aus den verschiedensten Anlässen und auf allen Kontinenten. Aber wir müssen dafür sorgen, dass dieses Übel, die Kriegsverbrechen des russischen Militärs, die Erde zum letzten Mal heimsucht. Jeder, der sich solcher Verbrechen schuldig macht, wird im »Buch der Folterungen« verzeichnet. Man wird alle finden und bestrafen.

Ukrainerinnen und Ukrainer, wir haben den Feind aus vielen Landesteilen vertrieben. Doch die Russen besetzen immer weitere. Und wenn sie vertrieben sind, wird nur noch Schrecklicheres aufgedeckt: noch mehr Tote, noch mehr Folteropfer. Das ist das Gesicht des russischen Militärs. Bastarde, sie können nicht anders. Sie folgen ihren Befehlen.

Die Verbündeten der Ukraine werden in allen Einzelheiten darüber in Kenntnis gesetzt, was in den vorübergehend besetzten Gebieten geschah. Die Kriegsverbrechen in Butscha und an anderen Orten während der russischen Besetzung werden am Dienstag vor den UN-Sicherheitsrat gebracht. Dort wird sehr wahrscheinlich auch ein neues Sanktionspaket gegen Russland geschnürt.

Doch das ist nicht genug. Wir müssen stärkere Konsequenzen ziehen: nicht nur, was Russland betrifft, sondern auch den politischen Kontext, der es ermöglicht hat, dass dieses Übel über unser Land kam.

Heute jährt sich der NATO-Gipfel in Bukarest zum vierzehnten Mal. Auf jenem Gipfel bestand die Chance, die Ukraine aus der »Grauzone« Osteuropas herauszuführen." Der »Grauzone« zwischen der NATO und Russland. Der »Grauzone«, in der Moskau glaubt, frei schalten und walten, ja sogar grausamste Kriegsverbrechen begehen zu können.

Bei den Gesprächen über eine NATO-Mitgliedschaft der Ukraine 2008 wurde der eigentliche Grund der Ablehnung durch das Bündnis verschwiegen. Man glaubte, Russland besänftigen zu können, indem man der Ukraine den Beitritt verwehrt; Russland zu überzeugen, die Ukraine zu respektieren und friedlich an unserer Seite zu leben.

In den vierzehn Jahren, die dieser Fehleinschätzung folgten, erlebte die Ukraine eine Revolution und acht Jahre Krieg im Donbass. Heute kämpfen wir im schrecklichsten Konflikt in Europa seit dem Zweiten Weltkrieg um unser Leben. Ich lade Frau Merkel und Herrn Sarkozy ein, Butscha zu besuchen. Sie sollen kommen und sich ansehen, wozu ihre Konzessionen an Russland vierzehn Jahre später geführt haben. Kommen Sie, und sehen Sie sich die gefolterten Menschen mit eigenen Augen an.

Missverstehen Sie mich nicht. Wir geben nicht dem Westen die Schuld. Wir geben niemandem die Schuld außer den russischen Militärs, die dies getan und den Leuten, die ihnen die Befehle dazu erteilt haben. Doch wir haben das Recht, über die Unentschlossenheit zu sprechen und den Weg nachzuzeichnen, der nach Butscha, nach Hostomel, nach Charkiw und Mariupol führte.

Denn wir sind entschlossen. Egal, ob wir in einem Verteidigungsbündnis sind oder alleine stehen, eines wissen wir: Wir müssen stark sein.

Vor vierzehn Jahren in Bukarest behaupteten die Russen dem Westen gegenüber, es gebe keine Ukraine als Staat. Doch wir haben bewiesen, dass es sie gibt. Es gibt dieses Land schon lange, und es wird es noch lange geben.

Sie sollen wissen, dass wir uns nicht hinter der Stärke der mächtigsten Nationen der Welt verstecken werden.

Wir werden niemanden anbetteln. Wir sollten nicht um Unterstützung mit Waffen bitten müssen, die uns vor dem Bösen schützen, das in unser Land kam. Die

notwendigen Waffen hätten uns alle zur Verfügung gestellt werden müssen, ohne dass wir darum hätten bitten müssen. Die Welt hätte sehen müssen, welches Unheil über sie kam und welches Grauen damit einherging.

Wir begreifen, was in diesem Krieg auf dem Spiel steht. Wir wissen, was wir verteidigen.

Auf der einen Seite stehen die moralischen und professionellen Maßstäbe der ukrainischen Armee. Es ist eine Armee mit allerhöchsten Prinzipien: Viele andere Armeen können von ihr lernen. Es sind die Maßstäbe des ukrainischen Volkes.

Auf der anderen Seite stehen die Maßstäbe der russischen Besatzer. Es ist der Unterschied zwischen Gut und Böse. Der Unterschied zwischen Europa und einem schwarzen Loch, das alles mit hinabziehen will ins Dunkle.

Wir werden diesen Krieg gewinnen. Auch wenn einzelne Politiker nicht in der Lage sind, ihre Unentschlossenheit zu überwinden, sei es jetzt oder in Zukunft.

Schon arbeiten wir daran, Butscha wieder ins Leben zurückzubringen: die Strom- und Wasserversorgung wiederherzustellen, die medizinischen Einrichtungen wieder instand zu setzen, die Infrastruktur wieder aufzubauen, den Menschen wieder Sicherheit zu geben.

Russland wurde vertrieben, und die Ukraine kommt zurück. Und sie bringt das Leben zurück.

Heute habe ich verwundete Soldaten in einem Krankenhaus des ukrainischen Grenzschutzes besucht. Ich habe allen acht eine staatliche Auszeichnung verliehen. Auch einen Sanitätsoffizier habe ich ausgezeichnet, einen führenden ukrainischen Militär Unfallchirurgen, der schon so vielen unserer Verteidiger das Leben gerettet hat. Insgesamt erhielten einundvierzig Grenzsoldaten Auszeichnungen.

Es waren die Soldaten des Grenzschutzes, die sich als Erste zur Wehr setzten, als die Offensive am 24. Februar begann. Jetzt, nachdem wir die Besatzer vertrieben haben, kehren unsere Truppen wieder an die Staatsgrenze zurück.

Ich weiß, dass die Zeit kommen wird, da die gesamte Staatsgrenze der Ukraine wiederhergestellt sein wird.

Und damit dies bald geschieht, müssen wir alle das Ziel im Auge behalten. Wir müssen bereit sein, dem Bösen die Stirn zu bieten. Und wir müssen darauf vorbereitet sein, auf jeden kriminellen Akt gegen die Ukraine, unser Volk und unsere Freiheit zu reagieren.

Das Böse wird bestraft.

Bild-/Videoelemente:

1.) Was ist zu sehen?

Man sieht Selensky im Mittelpunkt des Videos. Er sitzt am Schreibtisch. Die Hände sind gefaltet und im Verlauf des Videos gestikuliert er an prägnanten Stellen des Gesagten. Er trägt ein grau-grünes Oberteil. Im Hintergrund links sieht man die ukrainische Nationalflagge. Im Hintergrund rechts steht eine grüne Lampe und leuchtet den Raum aus. Außerdem sieht man Stapel von Heften oder Büchern, die auf einem Tisch neben der Lampe liegen. Zudem der Ansatz eines Gemäldes zu erkennen, das an der Wand hängt.

2.) Wie wird es dargestellt?

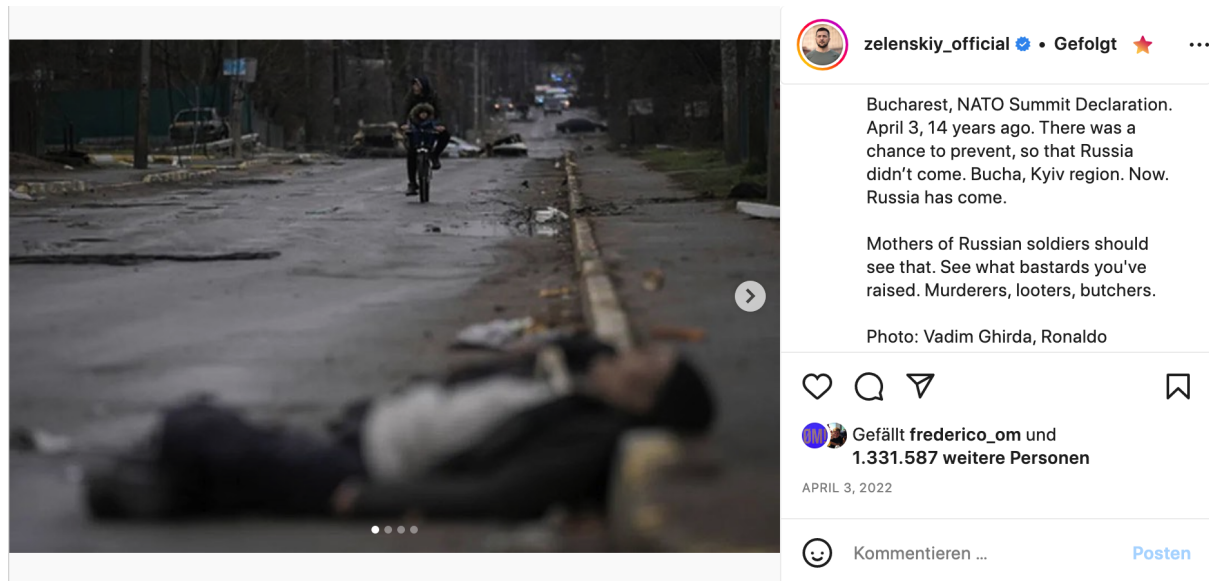
Das farbige Video ist im Querformat. Es zeigt die frontale Sicht auf Selenskys Oberkörper, Hände und Kopf. Die Aufnahme des Videos ist somit in einer halbnahen Einstellung entstanden. Es ist farbig und ausgeleuchtet, sodass der Hintergrund gut zu erkennen ist. Der Hauptfokus ist auf das Gesicht, die Mimik des Präsidenten gelegt.

3.) Wie wirkt es?

Vermutlich handelt es sich um das Büro des Regierungssitzes. Er spricht langsam und deutlich. Es wirkt wie eine offizielle Ansprache in klassischer Inszenierung. Die Stimme ist prägnant, die Worte deutlich betont. Der Gesichtsausdruck ist ernst und wütend. Doch gleichzeitig entsetzt und bestürzt, aber nicht fassungslos. Denn trotz der Bestürzung in seinem Blick und in dem, was er sagt, bleibt er besonnen und strahlt Selbstbewusstsein und Stärke aus.

3.2.) Bildbeitrag: Now. Russia has come.

Link: <https://www.instagram.com/p/Cb5F3emACcF/>



Unterschrift: Bucharest, NATO Summit Declaration. April 3, 14 years ago. There was a chance to prevent, so that Russia didn't come. Bucha, Kyiv region. Now. Russia has come.

Mothers of Russian soldiers should see that. See what bastards you've raised. Murderers, looters, butchers.

Photo: Vadim Ghirda, Ronaldo Schemidt, UNIAN

Transkription: -

Bild-/Videoelemente:

1.) Was ist zu sehen?

Dieser Beitrag setzt sich aus mehreren Fotos zusammen. Insgesamt sind auf vier farbigen Fotos folgende Hauptmotive zu benennen: Eine unscharf bearbeitete Leiche, die bei Tageslicht auf einer Straße liegt, auf der im Hintergrund ein Mensch mit Kind Fahrrad fährt, eine Leiche die bei Tageslicht seitlich mit einem Fahrrad auf der Straße liegt, eine Straße bei Tageslicht mit mehreren Leichen und daran vorbeigehender Personen, eine Sandgrube aus der mehrere Körperteile toter Menschen unverpixelt herausragen. Der Himmel und das Licht ist bei allen Fotos eher gräulich.

2.) Wie wird es dargestellt?

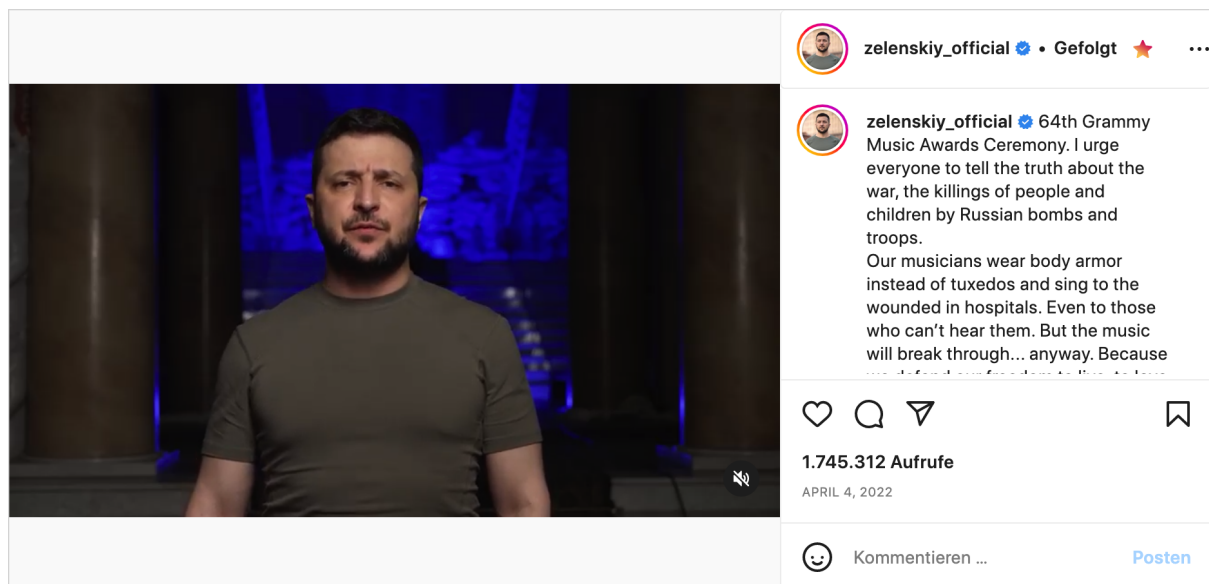
Es werden explizite Inhalte der Gewalt dargestellt. Fotos werden bis auf eines unbearbeitet/unverpixelt dargestellt. Es sind Fotos, die direkt von der Situation berichten und von einer offiziellen Presse-Fotograf:in produziert wurden.

3.) Wie wirkt es?

Der Betrachter bekommt einen unmittelbaren Eindruck von der abgebildeten Situation in den Orten der Kriegsverbrechen. Es sind Bilder der Gewalt und der Zerstörung von Menschenleben und ukrainischem Gebiet. Es sind keine toten Soldaten, sondern Zivilisten, die hier anhand der Kleidung zu erkennen sind. Es zeigt das brutale Vorgehen russischer Streitkräfte auf ukrainischem Territorium, die nicht vor Zivilisten Halt machen. Es zeigt Kriegsverbrechen ohne Filter.

3.3.) Videobeitrag: 64th Grammy Awards

Link: <https://www.instagram.com/p/Cb7SUSWghex/>



Unterschrift: 64th Grammy Music Awards Ceremony. I urge everyone to tell the truth about the war, the killings of people and children by Russian bombs and troops.

Our musicians wear body armor instead of tuxedos and sing to the wounded in hospitals. Even to those who can't hear them. But the music will break through... anyway. Because we defend our freedom to live, to love, to sound.

Transkription:

[Applaus aus dem Publikum]

Moderator Trevor Noah: Here to introduce a very special performance, led by John Legend is the President of Ukraine: Wolodymyr Selenskij.

[Applaus aus dem Publikum]

Selensky: The war. What is more opposite to music? The silence of ruined cities and killed people. Our children draw swooping rockets, not shooting stars. Over 400 children have been injured and 153 children died. And we'll never see them drawing. Our parents are happy to wake up in the morning in bomb shelters - but alive. Our loved ones don't know if we will be together again. The war doesn't let us choose who survives and who stays in eternal silence.

Our musicians wear body armors instead of tuxedos. They sing to the wounded in hospitals. Even to those who can't hear them. But the music will break through anyway. We defend our freedom. To live. To love. To sound.

On our land, we are fighting Russia which brings horrible silence with its bombs. The dead silence. Fill the silence with your music. Fill it today to tell our story. Tell the truth about this war on your social networks, on TV. Support us, in any way you can. Any - but not silence. And then peace will come.

To all our cities the war is destroying. Chernihiv, Kharkiv, Volnovakha, Mariupol and others. They are legends already. But I have a dream of them living, and free - free like you on the Grammy stage.

Bild-/Videoelemente:

1.) Was ist zu sehen?

Zu Beginn des Videos ist ein Mann im Anzug und mit Fliege zu sehen, der ein Mikrofon in der Hand hält und hinein spricht. Es handelt sich um den US-amerikanischen Kabarettisten und Moderator Trevor Noah. Im Hintergrund hört

man untermalende Musik. Er kündigt den ukrainischen Präsidenten Selensky in einer Rede an. Man sieht danach kurz das Publikum, das laut applaudiert.

Selensky wird nun im Vollbild gezeigt. Er trägt ein olivgrünes T-Shirt und hat einen Bart. Im Hintergrund ist blaues Licht zu sehen. Es sieht aus, als wäre der Palast, in dem Selensky hier in einem der größeren Räume steht, blau ausgeleuchtet.

2.) Wie wird es dargestellt?

Das Video zeigt zu Beginn den Raum der Grammy Awards. Moderator, Bühne und Publikum, sowie Musik und Atmosphäre erlauben diese Kontextbeschreibung. Dann kommt ein Schnitt und man sieht die Videobotschaft von Selensky. Diese wird vermutlich im Raum der Grammy Awards auf einer Leinwand ausgestrahlt. Der Betrachter auf Instagram sieht jedoch die Botschaft nun als Fullscreen im Querformat. Sie zeigt Selensky inmitten eines größeren Raumes. Der Hintergrund ist weitläufig blau ausgeleuchtet.

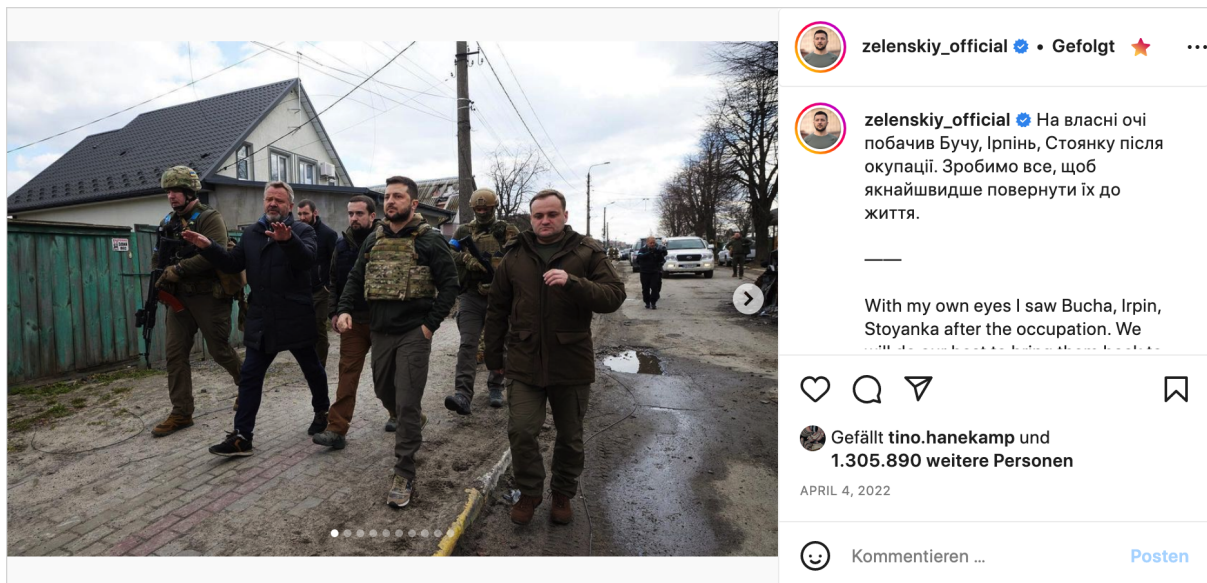
3.) Wie wirkt es?

Der Betrachter kann sich also gleichzeitig vorstellen, als teilnehmende Person im Raum der Grammys zu sein, betrachtet das Video jedoch über die App auf dem Smartphone oder den Laptop-Display woanders und hat so in Wirklichkeit eine andere Sicht auf das Video, als die ursprüngliche Originalversion.

Selenskyj spricht auf Englisch. Seine Stimme wirkt entschlossen, ruhig aber gleichzeitig voller Pathos. Dennoch spricht er Hoffnung aus und spricht klar und deutlich. Seine Körpersprache ist selbstbewusst, er steht gerade und richtet die Arme straff nach unten.

3.4.) Bildbeitrag: Selenskyj Besuch Butscha

Link. <https://www.instagram.com/p/Cb7jb2CA6UE/>



Unterschrift:

На власні очі побачив Бучу, Ірпінь, Стоянку після окупації. Зробимо все, щоб якнайшвидше повернути їх до життя.

With my own eyes I saw Bucha, Irpin, Stoyanka after the occupation. We will do our best to bring them back to life as soon as possible.

Transkription: -

Bild-/Videoelemente:

1.) Was ist zu sehen?

Dieser Beitrag setzt sich aus mehreren Fotos zusammen. Insgesamt sind auf 10 farbigen Fotos folgende Hauptmotive zu benennen: Selenskyj mit einer Gruppe anderer Menschen gehen durch einen Ort, einige von ihnen tragen Kampf-Uniformen und Waffen. Weiter dargestellt werden zerstörte Brücken, kaputte, ausgebrannte Autos, zerstörte Militärfahrzeuge, zerstörte Tanklastwagen, kaputte

Wohnhäuser mit Kinderspielzeug im Garten, Trümmer, Autos mit zerschossenen Autoscheiben.

Selensky und seine politische Entourage stehen inmitten dieser zerstörten Ortschaft und blicken schweigsam ins Nichts. Sie tragen schusssichere Westen und Hosen, die aussehen, als seien sie von der Marke M-Tac (eine ukrainische Marke für Militärkleidung).

2.) Wie wird es dargestellt?

Es sind professionelle Farb-Aufnahmen/Fotografien im Querformat. Sie zeigen den Besuch Selenskys in einer zerstörten Ortschaft. Es wird dadurch ein scharfer Blick auf das Leid möglich. Gleichzeitig zeigt es Selensky und sein Team bei der Besichtigung und lässt Einblicke auf die Reaktionen der offiziellen Regierung zu.

3.) Wie wirkt es?

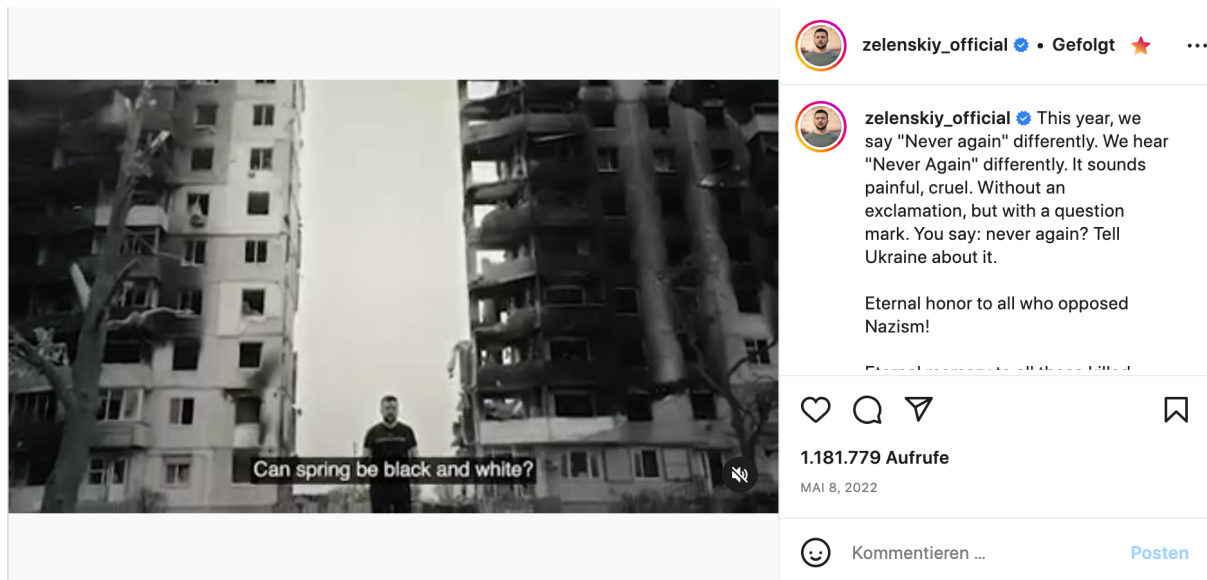
Es wirkt sehr erschütternd und löst Entsetzen aus und viele negative Emotionen. Doch gleichzeitig sieht man einen Präsidenten, der sich einen Eindruck von der Lage vor Ort verschafft. Selensky wirkt ebenso fassungslos und entsetzt, wie jeder der diese Bilder sieht. Er verkörpert und drückt durch seine Mimik und Haltung und durch seine bloße Anwesenheit am Ort der Kriegsverbrechen Mitgefühl, seinerseits aber auch Vertrauen und Stärke aus.

4.) Kontextereignis: 8. Mai Gedenktag

Datum: 8. Mai 2022

4.1.) Videobeitrag: "Nie wieder?"

Link: [://www.instagram.com/p/CdSWU6kFx7N/](https://www.instagram.com/p/CdSWU6kFx7N/)



Unterschrift: This year, we say "Never again" differently. We hear "Never Again" differently. It sounds painful, cruel. Without an exclamation, but with a question mark. You say: never again? Tell Ukraine about it.

Eternal honor to all who opposed Nazism!

Eternal memory to all those killed during the Second World War!

#ніколизнову #neveragain #stoprussia #standwithukraine #supportukraine #ukraine
#україна

Transkription: Ist das möglich, ein Frühling ganz in Schwarz-Weiß?

Ist das möglich, Februarkälte, die nicht mehr weicht?

Ist das möglich, Worte des Friedens, die ihren Sinn verlieren?

Die Ukraine weiß, dass die Antwort auf all diese Fragen »Ja« heißen kann.

Jedes Jahr am 8. Mai ehren wir in Gemeinschaft mit der gesamten zivilisierten Welt all jene, die den Planeten im Zweiten Weltkrieg gegen den Nationalsozialismus

verteidigten. Wir gedenken der Millionen von Menschenleben, die ihm zum Opfer fielen, der verstümmelten Schicksale, der gequälten Seelen.

Wir erinnern an die Millionen von Gründen, dem Bösen zu sagen: »Nie wieder!«

Wir haben längst begriffen, welchen Preis unsere Vorfahren gezahlt haben, damit wir diese Worte sprechen können. Wir haben längst begriffen, wie wichtig es ist, sie zu bewahren und an die nächste Generation weiterzugeben. Aber wir hatten keine Ahnung, bis heute, dass unsere Generation Zeuge davon wird, dass diese Worte entweiht werden.

Wie sich herausstellt, sind sie nicht für alle Worte der Wahrheit.

Dieses Jahr sprechen wir unser »Nie wieder« anders.

Wir hören das »Nie wieder« anders. Es klingt qualvoll, grausam - jetzt ohne das Ausrufezeichen, sondern mit einem Fragezeichen versehen. Ihr sagt: »Nie wieder«?

Erzählt das mal dem ukrainischen Volk.

Am 24. Februar wurde das Wort »nie« ausradiert. Es wurde von Hunderten Raketen um 4 Uhr morgens beschossen und zerbombt und hat die gesamte Ukraine aus dem Schlaf gerissen. Danach hörten wir nur noch das Eine: »wieder«.

Die Stadt Borodjanka ist eines von vielen Opfern dieses Verbrechens. Ich stehe bei dieser Ansprache vor dem Beweis. Dies ist weder eine militärische Einrichtung noch ein geheimer Stützpunkt, sondern ein einfacher neunstöckiger Wohnblock. Kann dieser Wohnblock Russlands Sicherheit bedrohen? Für eine Nation, die ein Achtel der Landmasse des Planeten einnimmt, für die zweitgrößte Armee der Welt, für eine Atommacht? Gibt es eine absurdere Frage?

Führen Sie sich die 250-Kilo-Bomben vor Augen, mit denen eine Supermacht diese kleine Stadt beschoss. In diesem Augenblick verstummte die Stadt. Heute kann sie nicht sagen: »Nie wieder!« Sie kann heute gar nichts mehr sagen. Und gerade hier ist doch alles klar, ganz ohne Worte.

Blicken Sie auf dieses Haus. Hier standen Wände. Die Wände trugen einmal die Fotos derer, die durch die Hölle des Krieges gegangen waren. Die fünfzig Männer aus dieser Stadt, die zur Zwangsarbeit nach Deutschland geschickt wurden. Die Menschen, die lebendig verbrannten, als die Nazis hier hundert Häuser in Brand setzten.

Die zweihundertfünfzig Soldaten von den tausend Einwohnern Borodjankas, die im Zweiten Weltkrieg an der Front starben, die gegen den Nationalsozialismus kämpften und ihn besiegten.

Sie kämpften, um sagen zu können: »Nie wieder!«

Sie kämpften für die Zukunft ihrer Kinder.

Sie kämpften für das Leben, das wir hier hatten, bis zum 24. Februar.

Stellen Sie sich die Menschen vor aus diesen Wohnungen, wie sie abends zu Bett gehen. Stellen Sie sich vor, wie sie einander eine gute Nacht wünschen, das Licht löschen und ihre Lieben umarmen.

Sie schlossen ihre Augen und schliefen ein. Sie wussten nicht, dass nicht alle von ihnen ein Morgen erleben würden.

Sie schliefen tief und träumten. Sie wussten nicht, dass sie in wenigen Stunden von Raketen geweckt und manche von ihnen gar nicht mehr wach würden.

»Nie wieder«? Jetzt ist das Wörtchen »nie« fallen gelassen worden. Es wurde von der sogenannten »Spezial-Operation« getilgt. Russland sah uns in die Augen und stieß das Messer ins Herz des »Nie wieder« .

... Bis die Ungeheuer unserer Vergangenheit wiederauferstanden.

Die Ukraine hat die Besetzung ihrer Städte vor achtzig Jahren nicht vergessen. Viele erleben eine zweite Besetzung; manche, so wie Mariupol, eine dritte. Während ihrer zweijährigen Besetzung töteten die Nazis dort zehntausend Zivilisten. In zwei Monaten Besetzung tötete Russland zwanzigtausend.

Jahrzehnte nach dem Zweiten Weltkrieg kehrte die Dunkelheit in die Ukraine zurück. Unsere Städte haben die Farbe verloren und sind nun wieder schwarz-weiß.

Das Böse ist zurückgekehrt. In anderer Uniform, mit anderen Parolen, doch mit demselben Ziel.

In der Ukraine findet eine blutige Rekonstruktion des Nationalsozialismus statt. Eine Rekonstruktion alter Ideen, alter Vorgehensweisen, Parolen und Symbole.

Eine Rekonstruktion seiner Grausamkeiten, des Versuchs, dem Bösen einen legitimen Zweck zu verleihen.

Manchmal gar versucht die Rekonstruktion noch ihre Lehrmeister« zu übertreffen, um das allergrößte Übel der Menschheit zu werden. Man will einen neuen Rekord aufstellen in Fremdenfeindlichkeit, Hass und Rassismus und in der Zahl der Opfer, die man treffen kann.

Nie wieder«? Das war die Hymne einer zivilisierten Welt. Doch jemand hat sie falsch gesungen. Sie entweichten die Melodie des »Nie wieder« mit Klängen des Zweifels. Und irgendwann verstummte das Lied des »Nie wieder«. Heute nun müssen alle Länder, die das Naziregime direkt erfahren haben, ein schreckliches Déjà-vu erleben. Nationen, die als »minderwertig«, als Sklaven ohne Recht auf einen eigenen Staat, als Menschen, denen man jegliches Existenzrecht abgesprochen hat, gebrandmarkt wurden. Sie sehen die Schrecken ihrer Vergangenheit wieder an die Oberfläche kommen.

Sie hören Worte, mit denen die eine Nation verherrlicht und andere ausgemerzt werden; die behaupten, dass euer Volk nicht wirklich existiert und ihr daher auch keine Rechte habt. Sie hören von Neuem die Sprache des Bösen.

Und gemeinsam werden diese Länder sich einer schmerzhaften Wahrheit bewusst. Dass unser »Nie wieder« nicht einmal ein Jahrhundert Bestand hatte. Nur siebenundsiebzig Jahre hielten wir durch. Wir haben das Böse nicht bemerkt, als es wieder auferstand.

Alle Länder, die die Ukraine heute unterstützen, haben diese Wahrheit begriffen. Trotz der neuen Maske, die die Bestie trägt, haben sie sie wiedererkannt. Im Gegensatz zu manchen erinnern sie sich, wofür und wogegen unsere Vorfahren kämpften. Im Gegensatz zu manchen wurden sie nicht unsicher über richtig und falsch. Sie erinnern sich.

Die Polen haben nicht vergessen, in wessen Land die Nazis ihren Marsch begannen, wo die ersten Schüsse des Zweiten Weltkriegs fielen. Sie haben nicht vergessen, wie das Böse dich zunächst beschuldigt, dann provoziert, dich Aggressor nennt und schließlich um 4 Uhr morgens angreift und die Selbstverteidigung nennt. Sie erkennen die Wiederholung des selbst Erlebten in unserem Land.

Wenn sie an das von den Nazis zerstörte Warschau denken und sehen, was in Mariupol geschehen ist, erinnern sie sich.

Die Briten haben nicht vergessen, wie die Nazis Coventry ausgelöscht haben, das einundvierzig Mal bombardiert wurde. Sie haben die sogenannte »Mondscheinsonate« der deutschen Luftwaffe nicht vergessen, bei der die Stadt elf Stunden lang unter ständigem Luftangriff lag. Sie haben nicht vergessen, wie Coventrys historischer Stadtkern, seine Fabriken, die St.-Michaels-Kathedrale zerstört wurden. Wenn sie sehen, wie die Raketen in Charkiw einschlagen und den

historischen Kern, seine Fabriken und die Verkündigungskathedrale zerstören, erinnern sie sich.

Sie haben nicht vergessen, dass London siebenundfünfzig Nächte in Folge bombardiert wurde. Wenn sie daran denken, wie V2-Raketen Belfast, Portsmouth und Liverpool trafen, und die Cruise-Missiles sehen, die Mykolajiw, Kramatorsk und Tschernihiw beschießen, wenn sie sich an die Bombardierung Birminghams erinnern und sehen, wie ihre Partnerstadt Saporischschja angegriffen wird, erinnern sie sich.

Die Franzosen haben Oradour-sur-Glane nicht vergessen, wo die SS fünfhundert Frauen und Kinder bei lebendigem Leib verbrannte. Sie haben die Massenhinrichtungen in Tulle nicht vergessen, das Massaker in Ascg, die Tausenden, die bei einer Widerstands Kundgebung im besetzten Lille protestierten. Sie sehen, was in Butscha, Irpin, Borodjanka, Wolnowacha und Trostianez geschehen ist. Sie sehen die Besatzung von Cherson, Melitopol, Berdjansk und anderer Städte, in denen die Menschen nicht aufgeben. Sie sehen, wie Tausende Ukrainerinnen und Ukrainer zu friedlichen Protesten gehen, bei denen die Besatzer nichts tun können, als auf Zivilisten zu schießen. Sie erinnern sich.

Die Niederländer haben nicht vergessen, wie Rotterdam unter siebenundneunzig Tonnen Nazibomben als erste Stadt völlig zerstört wurde. Sie erinnern sich. Die Tschechen haben nicht vergessen, wie die Nazis in weniger als einem Tag Lidice zerstörten und nur Asche zurückließen, wo einst ein Dorf stand. Sie haben gesehen, wie Popasna zerstört wurde und nichts als Asche zurückbleibt. Sie erinnern sich. Die Griechen haben nicht vergessen, wie sie die Massaker und Hinrichtungen überlebten, die Blockade und die Große Hungersnot. Sie erinnern sich.

Die Amerikaner haben nicht vergessen, wie sie an zwei Fronten gegen das Böse kämpften. Sie erinnern sich an Pearl Harbor und den Kampf ihrer Alliierten in Dünkirchen. Gemeinsam bestehen wir neue Kämpfe, nicht weniger schwere. Sie erinnern sich.

Die Holocaust-Überlebenden haben nicht vergessen.

Sie erinnern sich, wie sehr Nationen einander hassen können. Sie erinnern sich. Litauer, Letten, Esten, Dänen, Georgier, Armenier, Belgier, Norweger und unzählige andere haben nicht vergessen. Alle, die unter den Nazis in ihrem Land leiden mussten, und alle, die sie als Teil der Anti-Hitler-Koalition bekämpften. Sie erinnern sich.

Und doch gibt es welche - obwohl sie all diese Verbrechen überlebt haben, obwohl sie Millionen von Menschen verloren haben, obwohl sie gekämpft und gesiegt haben -, die ihren Sieg entehrt haben.

Der Mann, der die Bombardierung der Ukraine angeordnet hat. Der Mann, der Bomben auf Städte warf, die von seinen eigenen Vorfahren gemeinsam mit den unseren befreit wurden. Der Mann, der der eigenen Feier am Tag des Sieges ins Gesicht gespuckt hat, indem er die Folterer von Butscha ins Zentrum stellte. Der Mann, der die ganze Menschheit verhöhnte.

Doch das Wichtigste hat er vergessen. Das Böse verliert immer.

Liebe Ukrainerinnen und Ukrainer, heute gedenken wir all derer, die ihre Heimat und die Welt gegen den Nationalsozialismus verteidigt haben. Wir gedenken der Heldentat des ukrainischen Volkes und seines Beitrags zum Sieg gegen Hitler. Es erlebte Explosionen, Schüsse, Schützengräben, Verwundungen, Hungersnöte, Bombardierungen, Massenexekutionen, Strafaktionen, Besatzung, Konzentrationslager, Gaskammern, gelbe Sterne, Ghettos, Babi Jar, Chatyn, Gefangenschaft, Zwangsarbeit.

Sie starben, damit jeder von uns weiß, was diese Worte bedeuten, aus den Geschichtsbüchern, nicht aus eigenem Erleben. Doch nun wiederholen sich ihre Erfahrungen. Und das entehrt sie alle. Aber eines sollt ihr wissen: Die Wahrheit wird siegen. Und wir werden alles überstehen ...

Wir werden durch diesen Winter kommen, der am 24. Februar begann und bis zu diesem 8. Mai nicht endete, doch er wird bestimmt ein Ende haben - denn die ukrainische Sonne wird ihn zum Schmelzen bringen.

Wir werden die Morgendämmerung gemeinsam erleben, mit dem gesamten Land. Eines baldigen Tages werden geliebte Menschen wieder vereint sein.

Unsere Flagge wird wieder über den besetzten Städten wehen.

Unsere Nation wird wiedervereinigt sein, und es wird Frieden herrschen.

Und die Welt wird nicht länger in Schwarz und Weiß träumen. Sondern allein in Blau und Gelb. Dafür haben unsere Vorfahren gekämpft.

Bild-/Videoelemente:

1.) Was ist zu sehen?

Selensky steht vor einem zerstörten Wohngebäude. Er steht aufrecht mit straffen Armen nach unten. Er hat einen Vollbart und trägt ein schwarzes T-Shirt der Organisation und Marke "creativdepo" mit der Aufschrift: I'm Ukrainian. Dann fängt er an zu sprechen.

2.) Wie wird es dargestellt?

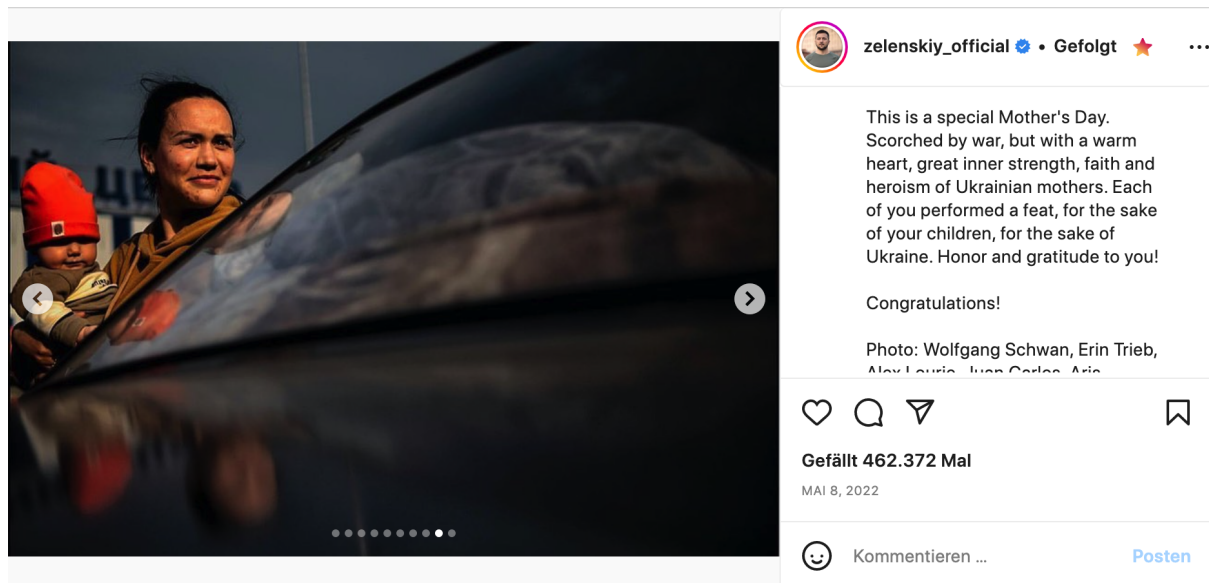
Die Position von Selensky ist in der Mitte des schwarz-weißen Videos, das im Querformat produziert wurde. Im Hintergrund läuft neo-klassische Musik, die die Bewegtbilder untermalen. Es gibt einen kurzen Einspieler, in dem Videos von Raketeneinschläge und Explosionen gezeigt werden.

3.) Wie wirkt es?

Es wirkt wie eine aufwendige Produktion, die von einem professionellen Filmteam realisiert wurde. Indizien dafür sind die fachgerechte Kameraführung, die untermalte Musik, Selenskys Inszenierung und Position während des Videos, sowie Einspieler im passenden Moment. Das Video ist in schwarz-weiß. Die Stimmung ist bedrückend. Durch die Musik und die Elemente (zerstörtes Gebäude im Hintergrund) und die ernste Körpersprache Selenskys bekommt das Video eine düstere, negative Atmosphäre. Hinzu kommt der Einspieler, in dem explizite Videos der Zerstörung ukrainischer Städte durch Russland gezeigt werden. Am Ende bricht die ukrainische Nationalflagge in den Farben Blau und Gelb das ansonsten durchgehend schwarz-weiße Video. Hier entsteht der Eindruck, dass Hoffnung vermittelt und auf die Stärke und das Durchhaltevermögen der Ukraine aufmerksam gemacht werden soll.

4.2.) Bildbeitrag: Muttertag

Link: <https://www.instagram.com/p/CdShVRYMrIO/>



Unterschrift: Verifiziert Це особливий День матері. Обпалений війною, але з гарячим серцем, великою внутрішньою силою, вірою та героїзмом українських мам. Кожна з вас здійснила подвиг заради своїх дітей, заради України. Шана і вдячність вам!

Зі святом!

This is a special Mother's Day. Scorched by war, but with a warm heart, great inner strength, faith and heroism of Ukrainian mothers. Each of you performed a feat, for the sake of your children, for the sake of Ukraine. Honor and gratitude to you!

Congratulations!

Photo: Wolfgang Schwan, Erin Trieb, Alex Lourie, Juan Carlos, Aris Messinis, Petr Josek, Chris McGrath, Salwan Georges, Juan Carlos.

Transkription: -

Bild-/Videoelemente:

1.) Was ist zu sehen?

Dieser Beitrag setzt sich aus mehreren Fotos zusammen. Insgesamt sind auf 10 farbigen Fotos folgende Hauptmotive zu benennen: Frauen mit Kindern und Koffern in Bahnhofsgebäuden, schwangere Frauen auf Matratzen in Notunterkünften, Frauen in Keller oder Bunker mit Kindern, Frauen mit Kindern mit Schnuller im Mund, Frauen in Bewegung mit Kindern auf dem Arm in einer großen Gruppe von Menschen am Bahnsteig, lächelnde Frau mit Kind auf dem Arm, jüngere Frauen in Keller oder U-Bahn-Schacht

2.) Wie wird es dargestellt?

Die Fotos sind in Farbe. Sie sehen aus, als seien sie von professionellen Fotografen in den jeweiligen Situationen vor Ort aufgenommen. Sie wurden alle im Querformat hochgeladen.

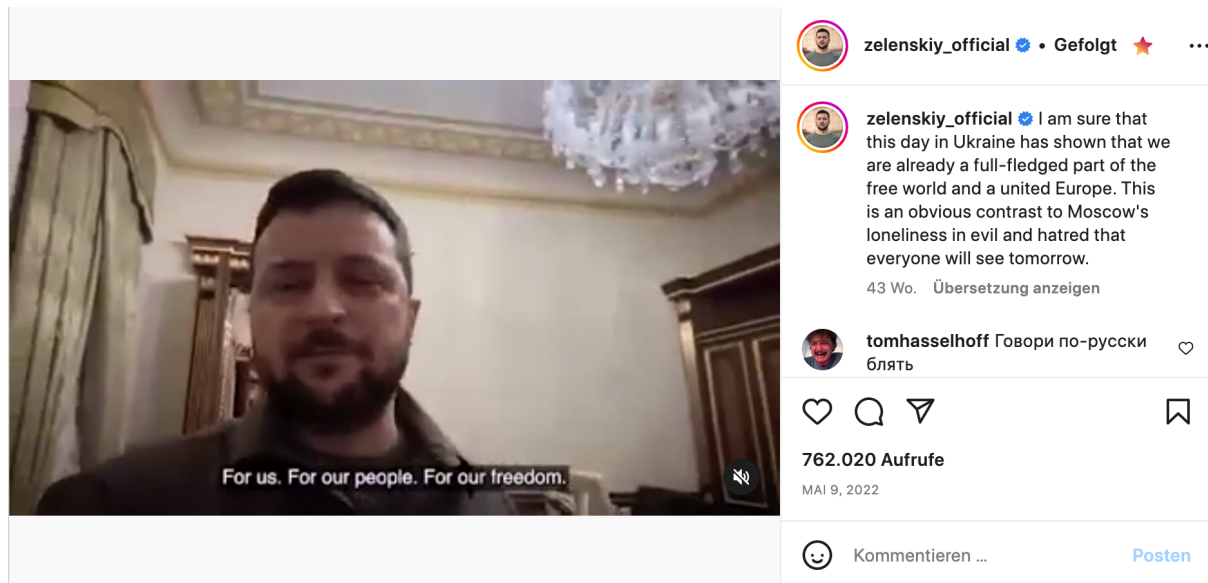
3.) Wie wirkt es?

Die fotografierende Person hat eine gewisse Distanz zu den Personen. Sie ist als Beobachterin des Geschehens vor Ort. Dargestellt werden sollten starke ukrainische Frauen, die sich um die Jüngsten kümmern. Es sind Bilder von der Flucht, in den Gesichtern steht ihnen die Furcht, doch sie verkörpern den tatkräftigen Schub der Solidarität in mitten des Kriegs, der durch die Ukraine zieht.

Die Flucht und das Verstecken in Bunkern wird als ein notwendiger Schritt in Zeiten des Kriegs gesehen. Doch trotz der teilweise ängstlichen und müden Blicke der abgebildeten Frauen wirken sie stark und voller Willenskraft. Gerade die Abfolge der zehn Bilder, auf denen jedes Mal eine andere Frau zu sehen ist, strahlt den Zusammenhalt einer starken Nation aus, gerade in Bezug auf die Rolle der Frau. Es werden Kinder dargestellt, die im Bunker von Frauen unterrichtet werden. Durch die Belichtung und teilweise durch die Sonneneinstrahlung auf den Fotos, sowie durch lächelnde Gesichter und mutige Blicke, wird Zuversicht signalisiert.

4.3.) Videobeitrag: Teil der westlichen Welt

Link: <https://www.instagram.com/p/CdUFZt6lvQ3/>



Unterschrift: Teil der westlichen Welt

I am sure that this day in Ukraine has shown that we are already a full-fledged part of the free world and a united Europe. This is an obvious contrast to Moscow's loneliness in evil and hatred that everyone will see tomorrow.

Transkription: Ukrainians! Our defenders. Today is an important day, very important. For us. For our people. For our freedom. It was here, at the Mariyinsky Palace, that I held talks today with my friend, Prime Minister of Canada Justin Trudeau.

I am grateful to Justin for visiting our country. Exactly now, exactly on this day. A powerful sign of support and faith in the future of our people.

The Ukrainian and Canadian delegations held bilateral talks. We agreed to expand economic and defense cooperation. We have an extremely important decision by Canada to remove all barriers to trade for one year. Thank you, Canada. This agreement was reached in negotiations with Mr. Trudeau and will work in the interests of both the Ukrainian and Canadian people.

Among other things, Canada has a strong potential in mine clearance. We expect that this potential will be used in Ukraine - where the Russian occupiers left thousands of mines, tripwire mines, shells.

In the presence of Mr. Prime Minister, I awarded our sappers today. In particular, a small but very famous sapper - Patron. A dog who helps clean our land from the traces of the occupiers. And who also helps teach children mine safety. Due to the Russian invaders, this is now one of the most urgent tasks - to teach children to recognize and avoid explosive objects. This is the "liberation" from a safe life for Ukrainian children that Russia has brought to Ukraine.

For the first time, Ukraine took part in a meeting of G7 leaders. The world's largest democracies. I outlined our vision of what needs to be done for freedom to win and to guarantee Ukraine's security.

I called for increasing sanctions on Russia and creating conditions for Ukraine so that the war ends as soon as possible with the liberation of our land and our people. In particular, this applies to the embargo on Russian oil, oil blends and petroleum products.

I invited the leading states - our friends - to take part in the reconstruction of Ukraine after the war.

We agreed on a joint statement by the G7 on the war, global threats posed by Russia and our respect for the common historical heritage, our common values and the importance of freedom. The statement is in the interests of Ukraine as much as possible and will become the basis of our further cooperation.

And the main thing I felt today was the world's even greater willingness to help us. And the fact that we have already achieved a historic result, because it is clear to the whole free world that Ukraine is the party of good in this war. And Russia will lose, because evil always loses.

I am grateful to the First Lady of the United States Jill Biden for her visit to Ukraine, to Uzhhorod today. For security reasons, this visit and meeting with the First Lady of Ukraine was not announced in advance, and journalists were not invited. But I know that Mrs. Biden has received as much information as possible about what Ukrainian men and women need now. And I am grateful to her for the sincere support of our people.

I held talks with Prime Minister of Croatia Andrej Plenković in Kyiv. Croatia fundamentally and strongly supports our state in the struggle for independence. I am grateful to Croatia for everything we have already received. And I hope that in the future the cooperation will only grow.

I also had a meeting with the President of the Norwegian Storting in Kyiv. The conversation was very emotional, so that you feel: they are worried about us, our fate as about themselves. And really try to help. I am grateful for that.

I also spoke with the President of the German Bundestag. First of all, about Germany's further defensive assistance in our fight against tyranny. About how German leadership in the European Union can help us.

Bono, U2, also visited Ukraine today. I am grateful to him for supporting our people and drawing even more attention to the need to help our people.

Well, I am sure that this day in Ukraine has shown that we are already a full-fledged part of the free world and a united Europe. This is an obvious contrast to Moscow's loneliness in evil and hatred that everyone will see tomorrow.

The Russian army would not be itself if it did not kill today - on the eve of certainly important days for any European.

As a result of the Russian air strike at Bilohorivka, Luhansk region, about 60 people were killed. Civilians who simply hid in the school from the shelling. It was a targeted strike at the school. Another crime of the occupiers.

Another missile strike at the Odessa region, again hitting a residential building. Again shelling in the Sumy region. Violent shelling in Donbas and the Kharkiv region. As if today is not May 8. As if tomorrow is not May 9, when peace should be the main word. For all normal people.

Russia has forgotten everything that was important to the victors of World War II. But Ukraine and the whole free world will remind it.

So that then no one will forget. So that really important words - "never again" - which are repeated all over the free world every year on the days of remembrance of the victims of World War II regain their weight again.

I am grateful to all our defenders who are defending and saving Ukraine from the modern descendants of that old evil.

Eternal glory to all our heroes! Eternal glory to all our warriors!

I am grateful to all the friends of Ukraine and freedom!

Glory to Ukraine!

Bild-/Videoelemente:

1.) Was ist zu sehen?

Man sieht Selenskys Gesicht und ein Stück von seinem Oberkörper. Währenddessen geht er durch mehrere Räume. An der edlen mit Holz vertäfelten Wand und dem Mobiliar (Kronleuchter, goldene Verzierungen, etc.) im Hintergrund darf die Betrachter:in annehmen, dass es sich um das Regierungsgebäude handelt. Er trägt ein olivgrünes Oberteil. Er trägt Vollbart.

Irgendwann bleibt er vor der ukrainischen und kanadischen Nationalflagge stehen und spricht weiter. Im Anschluss bewegt er sich weiter und bleibt dann wieder vor weiteren Flaggen der beiden Nationen stehen. Über das gesamte Video spricht er direkt in die Kamera.

2.) Wie wird es dargestellt?

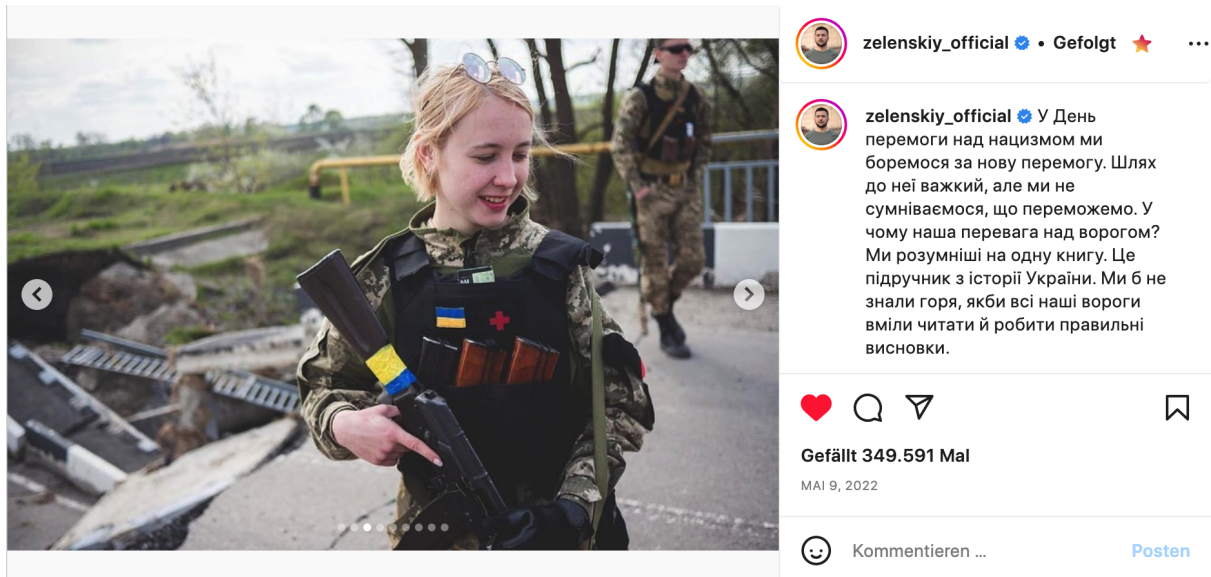
Das Video über filmt Selensky sich selbst im Selfie-Format und läuft durch die verschiedenen Räumlichkeiten des Palastes. Hinter ihm tauchen sodann Flaggen auf, die der Ukraine und von Kanada.

3.) Wie wirkt es?

Selensky wirkt hier sehr vertraut. Er spricht frei und alles wirkt sehr spontan und durch die Beweglichkeit, die er ausstrahlt, agil. Ab und an lächelt er. Seine Stimme wirkt friedlich und optimistisch. Er spricht die ganze Zeit direkt in die Kamera, als würde er mit einem guten Freund sprechen, bzw. ihm eine nette Videonachricht zu schicken. Dabei läuft er durch die Räumlichkeiten des Regierungsgebäudes, was dem Betrachter einen direkten Einblick in das sonst isolierte politische Geschehen bietet.

4.4.) Bildbeitrag: Der Sieg wird kommen!

Link: https://www.instagram.com/p/CdVdrC_lkbp/



Unterschrift: У День перемоги над нацизмом ми боремося за нову перемогу. Шлях до неї важкий, але ми не сумніваємося, що переможемо. У чому наша перевага над ворогом? Ми розумніші на одну книгу. Це підручник з історії України. Ми б не знали горя, якби всі наші вороги вміли читати й робити правильні висновки.

Фото: Стас Юрченко, Petros Giannakouris, Elena Tita, Alfredo Bosco, Herman Krieger, Katya Moskalyuk, Евгений Завгородний, Julia Kochetova, Lynsey Addario, Serhii Nuzhnenko.

On the Day of Victory over Nazism, we are fighting for a new victory. The road to it is difficult, but we have no doubt that we will win. What is our advantage over the enemy? We are smarter by one book. This is a textbook on the history of Ukraine. We would not know grief if all our enemies could read and draw the right conclusions.

Photo: Stas Yurchenko, Petros Giannakouris, Elena Tita, Alfredo Bosco, Herman Krieger, Katya Moskalyuk, Yevhen Zavgorodny, Julia Kochetova, Lynsey Addario, Serhii Nuzhnenko.

Transkription: -

Bild-/Videoelemente:

1.) Was ist zu sehen?

Dieser Beitrag setzt sich aus mehreren Fotos zusammen. Insgesamt sind auf 9 farbigen Fotos folgende Hauptmotive zu benennen: Sandsäcke in der Innenstadt einer ukrainischen Stadt, aufgestellte ukrainische Nationalflaggen, weibliche Soldatin mit Maschinengewehr und ukrainischen Farb-Kennzeichen an der Uniform vor zerstörten Brücken, Mann mit Hund vor zerstörtem Panzer auf einer Straße, lächelnde Personen in einer Fabrikhalle schaut durch offenes Auto, Statue die verbarrikiert wird, Van mit Essensvorräten bei einer Essensverteilung, Eltern, die mit ihren Kindern in einer Notunterkunft spielen, lächelnder ukrainischer Soldat hinter Sandsäcken.

2.) Wie wird es dargestellt?

Die Fotos sind in Farbe. Sie sehen aus, als seien sie von professionellen Fotograf:innen in den jeweiligen Situationen vor Ort aufgenommen. Sie wurden alle im Querformat hochgeladen.

3.) Wie wirkt es?

Sie zeigen verschiedene Motive, verschiedene Orte des gesellschaftlichen Zusammenhalts und des gemeinschaftlichen Wehrens gegen den Aggressor. So sind zum Beispiel gemeinsam aufgerichtete Schutzräume oder Notunterkünfte für Menschen abgebildet, es sind Schutzvorrichtungen für Denkmäler und Statuen errichtet oder es werden improvisierte Essensausgaben abgebildet.

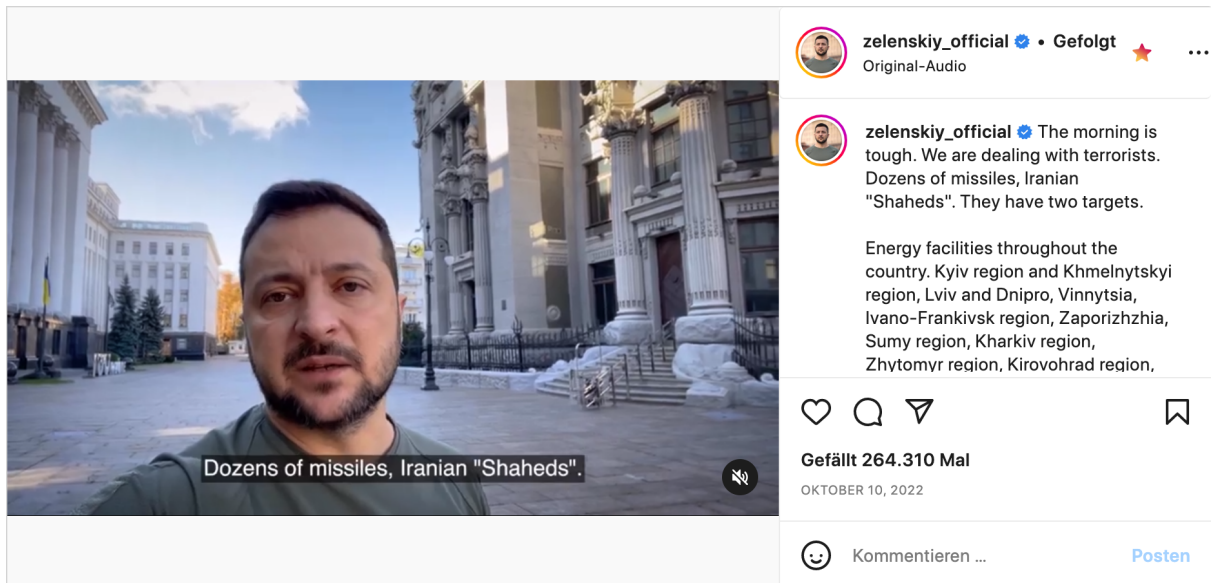
Die Menschen strahlen Positivität und Zuversicht aus. Gemeinsam sind sie ein großer Schwarm von Helfer:innen, die Kraft und Geduld ausstrahlen und gemeinsam an den Sieg glauben.

5.) Kontextereignis: Russlands Vergeltung gegen "Terroranschläge der Ukraine" (Krim-Brücken-Explosion)

Datum: 10. Oktober 2022

5.1.) Videobeitrag: Informationen und Warnung an Bürger:innen

Link: <https://www.instagram.com/p/CjhuMc8DKQP/>



Unterschrift: The morning is tough. We are dealing with terrorists. Dozens of missiles, Iranian "Shaheds". They have two targets.

Energy facilities throughout the country. Kyiv region and Khmelnytskyi region, Lviv and Dnipro, Vinnytsia, Ivano-Frankivsk region, Zaporizhzhia, Sumy region, Kharkiv region, Zhytomyr region, Kirovohrad region, the south of the country.

They want panic and chaos, they want to destroy our energy system. They are incorrigible.

The second target is people. Such a time and such goals were specially chosen to cause as much damage as possible.

Please stay in shelters today. Thanks to the help of our military, everything will be fine.

Always follow the safety rules. And always remember: Ukraine existed before this enemy appeared, and Ukraine will exist after it.

Transkription: Ukrainians!

The morning is tough. We are dealing with terrorists.

Dozens of missiles, Iranian "Shaheds". They have two targets.

Energy facilities throughout the country. Kyiv region and Khmelnytskyi region, Lviv and Dnipro, Vinnytsia, Ivano-Frankivsk region, Zaporizhzhia, Sumy region, Kharkiv region, Zhytomyr region, Kirovohrad region, the south of the country.

They want panic and chaos, they want to destroy our energy system. They are incorrigible.

The second target is people.

Such a time and such goals were specially chosen to cause as much damage as possible.

But. We are Ukrainians. We help each other. We believe in ourselves. We restore everything destroyed.

There may be temporary power outages now, but there will never be an outage of our confidence - our confidence in victory.

Why such strikes exactly? The enemy wants us to be afraid, wants to make people run. But we can only run forward - and we demonstrate this on the battlefield. It will continue to be so.

Rescuers are working now. Our air defense system is working. 38 aerial targets have already been shot down.

Please stay in shelters today. Thanks to the help of our military, everything will be fine.

Always follow the safety rules. And always remember: Ukraine existed before this enemy appeared, and Ukraine will exist after it.

Glory to Ukraine!

Bild-/Videoelemente:

1.) Was ist zu sehen?

Auf dem Video ist Selenskys Oberkörper und Kopf zu sehen. Er trägt ein olivgrünes T-Shirt. Er hat einen Bart. Es sind außerdem Augenringe in seinem Gesicht zu erkennen. Im Hintergrund sieht man weiße Gebäude mit charakteristisch hohen Säulen, wie man sie von Regierungsgebäuden kennt. Davor ist eine ukrainische

Nationalflagge zu erkennen. Ebenfalls zu sehen ist ein weitläufiger Platz, auf dem Selensky steht, der sich jedoch weit in den Hintergrund hinein erstreckt. Zudem ist der Himmel zu sehen, der sich hellblau oberhalb des Videos abbildet.

2.) Wie wird es dargestellt?

Selensky hält vermutlich sein Smartphone in der rechten Hand und filmt sich selbst etwa auf Augenhöhe, sodass er sich als Sprecher des Videos im Mittelpunkt des Bildes befindet. Das Tageslicht ist hell, der Himmel ist blau.

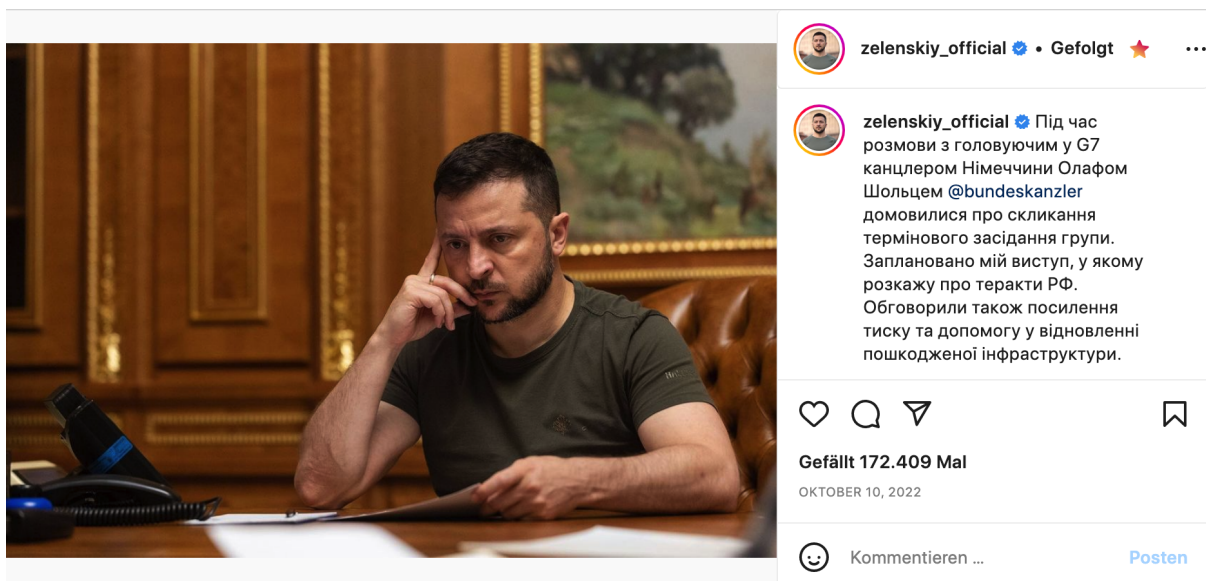
3.) Wie wirkt es?

Es wirkt wie ein milder, sonniger Tag im frühen Herbst (das Datum ist unter dem Beitrag zu sehen). Selensky steht mit leichter Kleidung inmitten eines großen Platzes zwischen Regierungsgebäuden in Kiew. Die Weitläufigkeit des Videos und das schöne Wetter erzeugen eine eher positive, offene Atmosphäre.

Selensky sieht müde aus. Vielleicht hat er nicht viel geschlafen. Er spricht mit klaren Worten und starrem, festem aber ausgezehrten Blick in die Kamera, die er selbst im Querformat hält.

5.2.) Bildbeitrag: Telefonat mit deutschem Bundeskanzler Olaf Scholz

Link: <https://www.instagram.com/p/CjhvLX9DrH2/>



Unterschrift: Під час розмови з головою у G7 канцлером Німеччини Олафом Шольцем @bundeskanzler домовилися про скликання термінового засідання групи. Заплановано мій виступ, у якому розкажу про теракти РФ. Обговорили також посилення тиску та допомогу у відновленні пошкодженої інфраструктури.

During a call with @bundeskanzler Chancellor of 🇩🇪 holding presidency of #G7, we agreed to convene an urgent meeting of the Group. My speech is scheduled, in which I'll tell about the terrorist attacks by the RF. We also discussed the issue of increasing pressure and aid in restoring damaged infrastructure.

Bild-/Videoelemente:

1.) Was ist zu sehen?

Auf dem Foto sieht man Selensky sitzend an einem Tisch. Er trägt ein olivgrünes T-Shirt. Er hat einen Bart. Er blickt ins Leere und hält sich die Hand an die rechte Seite des Gesichts, wobei der Zeigefinger mehr zur Schläfe zeigt. Neben ihm steht ein schwarzes Telefon. Vor ihm liegen einige Blätter. Eines davon hält er mit der linken Hand. Im Hintergrund sieht man holzvertäfelte Wände und den Ansatz eines historischen Gemäldes.

2.) Wie wird es dargestellt?

Die fotografierende Person wirkt, als sei sie lediglich ein Beobachter:in der Situation, ohne selbst in irgendeiner Weise einzugreifen. Sie ist daher auch räumlich von Selensky entfernt und dokumentiert die sich abspielende Szene. Das Foto ist in Farbe und im Querformat.

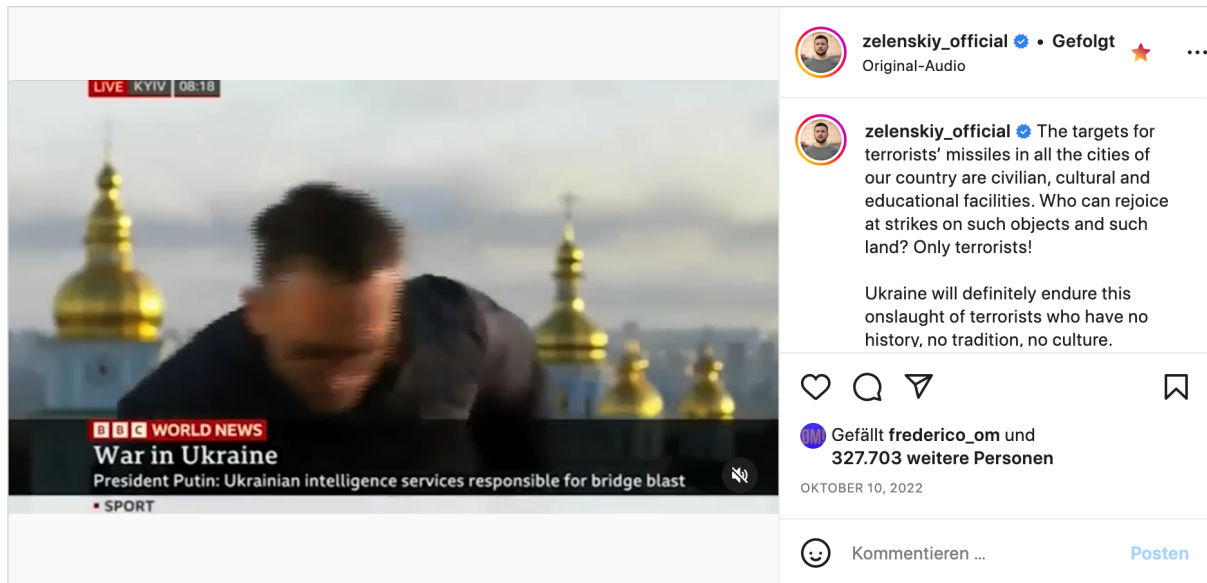
3.) Wie wirkt es?

Insgesamt gibt das Pressefoto einen Einblick in die Arbeitsweise des ukrainischen Präsidenten. Es ist, als wäre niemand sonst anwesend. Die Gestik (Hand am Gesicht) wirkt wie die klassische Denker-Pose. "Die Gestik (Hand am Gesicht) wirkt wie die klassische Denker-Pose. Er ist in seinen Gedanken vertieft. Seine Mimik lässt zudem eine hohe Ernsthaftigkeit erahnen. Es sieht zudem aus, als sei er besorgt, aber gleichzeitig sehr entschlossen. Gleichzeitig vermittelt er den Eindruck

eines kompetenten und engagierten Staatsmanns, dem die Ernsthaftigkeit der politischen Umstände ins Gesicht geschrieben ist.

5.3.) Videobeitrag: Zusammenschnitt mehrerer Amateurvideos / “user-generated content”

Link: <https://www.instagram.com/p/CjjFVpVJve8/>



Unterschrift: The targets for terrorists’ missiles in all the cities of our country are civilian, cultural and educational facilities. Who can rejoice at strikes on such objects and such land? Only terrorists!

Ukraine will definitely endure this onslaught of terrorists who have no history, no tradition, no culture.

Transkription:

[pulsierender Bass]

Text im Video: Ukraine October 10

[Raketeneinschläge-Geräusche]

BBC-World-News-Reporter: [...] hit more than a dozen.

[Explosionen-Geräusche]

[Raketeneinschläge-Geräusche]

Englisch-sprechende Person: Russian terrorism at its worst! An ukrainian civilian - dead! In the center of the street!

[Explosionen-Geräusche]

[Personen weinen-Geräusche]

Text im Video: Almost 100 missilies and drones

[Explosionen-Geräusche]

Text im Video: 12 dead and almost 100 injured

[Explosionen-Geräusche]

Text im Video: 12 dead and almost 100 injured

[Stimmen ukrainisch sprechender Personen]

Text im Video: Playgrounds

Text im Video: Universities

Text im Video: Office Centers

Text im Video: Tourist Spots

Text im Video: Museums

Text im Video: What else should the terrorist destroy? Who else should the terrorist kill? So that he is called the terrorist?

[Orchestrale Musik]

Text im Video: Ukraine will defeat the terrorists

Text im Video: We cannot be broken

Text im Video: But we need more weapons

Text im Video: Weapons to end terrorism

Text im Video: #ukraine #standwithukraine #supportukraine #ArmUkraineNow #stoprussia #RussialsATerroristState

Bild-/Videoelemente:

1.) Was ist zu sehen?

Im Folgenden werden die Hauptmotive der Kompilationen beschrieben:

Ein BBC-World-News-Reporter spricht in die Kamera. Im Hintergrund sieht man goldkuppelige Türme einer Kathedrale oder eines Klosters. Dann hört man ganz in der Nähe Raketeneinschläge. Der Reporter duckt sich vor Schreck und unterbricht sein Statement.

Dann sieht man ein kreisförmiges Video, ein Videonachricht-Format der Plattform Telegram, in dem sich eine junge Frau vor einem Raketeneinschlag in Sicherheit bringt, in dem sie sich wegduckt.

Im nächsten Video sieht man eine blutüberströmte Frau, die auf einem Rasen liegt und traumatisiert in die Kamera blickt.

Danach kommt ein Videoschnipsel einer brennenden Straßenkreuzung.

Im nächsten Video filmt sich eine Frau im Selfie-Modus und zeigt eine auf der Straße liegende Leiche, die im Video nur unscharf zu sehen ist.

Das nächste Video zeigt eine Kreuzung mit an einer Ampel stehenden Autos. Im Hintergrund kommt es zu schweren Explosionen.

Darauffolgend wird ein Video gezeigt, in dem eine Frau weinend aus einem Bus ins Freie rennt.

Hier nach zeigt das Video den Krater eines Bombenanschlags in der Mitte einer Straße.

Angekündigt mit "Almost 100 missiles and drones" sieht man danach drei verschiedene Videoaufnahmen nebeneinander, die herunterfallende Raketen vor einem strahlend blauen Himmel abbilden.

Danach sieht man Explosionen vor einer mit viel Verkehr befahrenen Straße.

Danach kommt ein Videoschnipsel, der Feuerwehrmänner vor einem zerstörten Gebäude zeigt. Im nächsten Video wird der Kopf einer verletzten Frau von einem Soldaten verbunden. Danach werden Bilder von mehreren Leichen dargestellt, die von Helfer:innen in Plastikplane eingehüllt werden.

Es folgen mehrere Bilder und Videos, die die Zerstörung von Gebäuden zeigen, sowie Brände in Wohnhäusern, die von Feuerwehrmännern gelöscht werden.

Danach wird ein Video mit der Schrift "Playgrounds" eingeleitet, auf der nun ein großer, brennender Bombenkrater auf einem Spielplatz zu erkennen ist. Danach fügt sich ein Foto eines blutverschmierten Schulheftes in die Kompilation ein.

Im Anschluss werden in kurzen Videosequenzen zerstörte und brennende Universitätsgebäude gezeigt, die mit der Schrift "Universities" eingeleitet werden.

Danach das gleiche mit "Office Centers". Im Anschluss folgen explodierende Touristenplätze, die mit der Schrift "Tourist spots" eingeleitet werden. Danach folgen Videoaufnahmen eines brennenden Platzes in der Stadt aus einer weiten Distanz

von einer Brücke gefilmt. Hiernach folgt die Schrift "Museums", wonach im Anschluss zerstörte Museumsgebäude gezeigt werden.

Nach kurzer Pause verändert sich die untermalte Musik von dramatisch zu epischen und Streichern, die nun Hoffnung erregen. Ab diesem Moment kommen eher Positivität vermittelnde Videosequenzen von Feuerwehrmännern, die Kinder im Arm halten, singende Menschenmengen in U-Bahn-Schächten, improvisierte, in der Not eingerichtete Schulräume, sich umarmende Personen, Feuerwehrmänner, die blutende Personen aus zerstörten Gebäuden führen.

2.) Wie wird es dargestellt?

Bei diesem Video handelt es sich um eine Aneinanderreihung von unterschiedlichen Videomaterial, das oftmals aus Amateurvideos besteht. Teilweise reihen sich jedoch auch Videos professioneller Produktion (bspw. von Nachrichtensendern) oder Überwachungskameras von öffentlichen Plätzen hinzu. Hinzu kommen Fotos, die aussehen, als seien sie aus Presse-Beständen eingeholt. Es ist also ein Video, zusammengefügt aus user-generated content und Aufnahmen aus der Sammlung offizieller Stellen. Diese Videos sind größtenteils in Farbe und zeigen explizite Inhalte der Gewalt und des Leids. Sie zeigen Orte, an denen Menschen alltägliche Situationen erleben und die nun im Zeichen des Krieges zu Orten des Schreckens geworden sind. Blutverschmierte Schulhefte oder Bombenkrater in Spielplätzen stehen exemplarisch dafür.

3.) Wie wirkt es?

Allein durch die Quantität der verschiedenen Aufnahmen aus dem Bestand, größtenteils privater Personen, zeigt sich der Krieg in seiner allumfassenden Härte. Leichen, zerstörte Wohnhäuser und Spielplätze werden in dieser brachialen Zurschaustellung des Leids gezeigt. Das soll auf den Betrachter eindringlich erschreckend und angsteinflößend wirken. Die Bilder sprechen für sich, weil sie unmittelbar aus dem Kriegsgebiet und den angegriffenen Orten berichten.

Durch die schnellen Schnitte und Aneinanderreihungen von verschiedenen Videoschnipseln wird das Chaos symbolisiert, das auch in Realität um sich greift. Es wird also bild- und videotechnisch direkt auf Angst und Schrecken gesetzt. Zum Ende hin verändert sich das Video hinsichtlich seiner Stimmung hin in eine

hoffnungsvolle Tonalität. Es verweist durch die abgebildeten Motive (sich in den Arm liegende Menschen, Feuerwehrmänner, die Brände löschen, etc.) auf den Zusammenhalt und die Stärke der ukrainischen Nation. Doch dies kann nur mit der Unterstützung durch Waffen dauerhaft zum Sieg führen. Deshalb werden am Ende ausdrücklich mehr Waffen gefordert.

5.4.) Bildbeitrag: Telefonat mit italienischen Premierminister Mario Draghi

Link: <https://www.instagram.com/p/CjkgOCnozI5/>



Unterschrift: У межах діалогу з Прем'єр-міністром Італії Маріо Драгі розповів про наслідки ракетного терору Росії. Скоординували позиції напередодні важливих міжнародних заходів, зокрема саміту «Групи семи». Вдячний за послідовну вагому підтримку.

During the call with Prime Minister of Italy Mario Draghi, I spoke about the consequences of Russia's missile terror. We coordinated positions on the eve of important international events, including the Group of Seven Summit. I am grateful for the consistent, strong support.

Transkription: -

Bild-/Videoelemente:

1.) Was ist zu sehen?

Auf dem Foto sieht man Selensky an einem Tisch sitzend. Er trägt ein olivgrünes T-Shirt. Er hat einen Bart. Er blickt nach unten auf den Tisch, auf dem mehrere Papiere liegen. In der rechten Hand hält er einen Stift. Mit der linken Hand gestikuliert er. Vor ihm ist ein schwarzes Telefon. Es scheint, als würde er sprechen. Im Hintergrund sieht man holzvertäfelte Wände und verzierte, edel aussehende Schränke. Im Vordergrund links sieht man unscharf die Rückseite eines aufgestellten Bilderrahmens oder Ähnliches.

2.) Wie wird es dargestellt?

Das Foto ist von einer professionellen Fotograf:in aus einer distanzierten Perspektive heraus gemacht worden. Das Foto ist in Farbe und im Querformat.

3.) Wie wirkt es?

Die fotografierende Person wirkt, als sei sie lediglich eine Beobachter:in der Situation, ohne selbst in irgendeiner Weise einzugreifen. Sie dokumentiert eine Arbeitssituation des Präsidenten Selensky im Amt und im Krieg, der sich um eine bestimmte Angelegenheit kümmert. Selensky wirkt konzentriert und so, als würde er sich in einem Telefonat, vielleicht in einer wichtigen Verhandlung befinden.

Anhang B: Kategoriensystem

	Kategoriebezeichnung	Definition	Ankerbeispiel(e)
Sprache:		Sprachliches Material des Instagram-Beitrags in Beitrag und Untertitel	
Hauptkategorie (HK 1)	Identifikation der Botschaft (Thema)	Welche Themen können in der Botschaft identifiziert werden?	
UK 1.1.	Informationen über politische, militärische Vorgänge und Unterstützung von Außen	Selensky informiert über politische, sowie militärische Entscheidungen und Unterstützung in der Kommunikation	<p>“Wir haben das Kriegsrecht über unser Land verhängt. Ich habe gerade mit Joe Biden telefoniert.” (Anh. 1.1., S 2)</p> <p>“Die Vereinigten Staaten haben bereits begonnen, internationale Unterstützung für unsere Sache zu organisieren.” (Anh.1.1., S. 2)</p>
UK 1.2.	Kampf für Freiheit und Frieden	Selensky erwähnt das Thema “Kampf für Freiheit” in der Kommunikation	“Unser Volk stirbt für die Freiheit der Ukraine und Europas.” (Anh. 1.2., S 3)

UK 1.3.	Ansprechen/Mobilisierung wichtiger Zielgruppen	Selensky spricht bestimmte Zielgruppen direkt an	“Tell the truth about this war on your social networks, on TV.” (Anh.3.3., S. 23)
UK 1.4.	Empathie und Zuneigung	Selensky erwähnt positive und zuneigende Themen in der Kommunikation	“Merci la France.” (Anh.1.4., S. 7) “Am Tag der Nationalgarde möchte ich mich bei jedem einzelnen NGU-Soldaten dafür bedanken, dass unser Land intakt bleibt.” (Anh. 2.3., S. 1)
UK 1.5.	Reaktion auf Schlüsselereignis / zeitlicher Kontext	Der Beitrag ist als Reaktion auf das Schlüsselereignis zu verstehen	“(…) heute Morgen hat Präsident Putin eine militärische Spezialoperation im Donbass angekündigt.” (Anh.1.1., S. 1)
UK 1.6.	“Wir-Gefühl” und positive Stilisierung Ukraine	Selensky verbreitet “Wir-Gefühl” und verknüpft positive Themen mit der Ukraine in der Kommunikation	“Wir sind die Ukraine!” (Anh.1.1., S. 1) “Wir alle setzen uns aktiv dafür ein, das Land zu schützen.” (Anh.1.1., S. 2)


UK 1.7.	Negative Stilisierung Russlands	Selensky verknüpft negative Themen mit Russland in der Kommunikation	“Das Böse ist zurückgekehrt.” (Anh.4.1., S. 29)
<u>Videosprache / Bildsprache</u> Unterfrage 2:		Video- bzw. bildsprachliches Material, welches anhand einer Bildinhaltsanalyse kategorisiert wird	
HK 2	“Technische” Elemente des Beitrags	Wie wird das Video/Bild “technisch” hergestellt und dargestellt?	
UK 2.1.	Format improvisiert	Der Beitrag wurde eher improvisiert, spontan aufgenommen	“Am Ende des Videos sieht man, wie er selbst das Video beendet.” (Anh. 2.1., S.9)
UK 2.2.	Format klassisch	Der Beitrag wurde “klassisch” (d.h. in klassischer, staatsmännischer Form inszeniert) produziert.	“Die Aufnahme des Videos ist somit in einer halbnahen Einstellung entstanden.” (Anh. 3.1., S. 20) “Es wirkt wie eine offizielle Ansprache in klassischer Inszenierung.” (Anh. 3.1., S. 21)

UK 2.3.	Format professionelle Video/Bild-Produktion	Der Beitrag wurde speziell professionell vorher geschnitten, bearbeitet oder produziert.	<p>“Photo: Vadim Ghirda, Ronaldo Schemidt, UNIAN” (Anh. 3.2., S. 21)</p> <p>“Es sind Fotos, die direkt von der Situation berichten und von einer offiziellen Presse-Fotograf:in produziert wurden.” (Anh. 3.2., S. 21)</p>
UK 2.4.	Hashtags	Selensky nutzt bestimmte Hashtags zur Verbreitung seiner Kommunikation	<p>“#StopRussianAggression #StandWithUkraine” (Anh.1.2., S. 4)</p>
HK 3	Personalisierung / Visual Branding	Identifizierte Elemente mit denen Selensky über eine gewisse Inszenierung und Personalisierung zu einer eigenen visuellen Marke, bzw. einem Symbol wird.	
UK 3.1.	Kleidung	Selensky trägt bestimmte Kleidung	<p>“Selensky trägt einen oliv-grünen Fleece Pullover der Marke M-Tac (eine ukrainische Marke für Militärkleidung) und einen Bart.” (Anh. 2.3., S. 13)</p>
UK 3.2.	Körpersprache (Haltung, Stimme, sonstiges Auftreten)	Selenskys Selbstinszenierung durch eine gewisse	<p>“Selenskys Stimme wirkt entschlossen, ruhig aber</p>

		Körperhaltung, Gestik Mimik, Art der Betonung, sonstiges)	gleichzeitig voller Pathos.” (Anh. 2.3., S. 13)
UK 3.3.	Umgebung der Aufnahme	Die Wahl der Umgebung für den Beitrag	“Selensky steht vor einem zerstörten Wohngebäude.” (Anh. 4.1., S. 32)
HK 4	Stil und Ton (z.b. emotional oder eher sachlich) des gesamten Beitrags (Sprache und Bildsprache)	Die Fotos und Videos verbreiten eine bestimmte Stimmung, Atmosphäre	
UK 4.1.	Emotional/emotionser- rend	Der Beitrag verbreitet eine emotionale Stimmung	“Menschen lachen, die Sonne scheint durch Trümmer.” (Anh. 2.2., S. 11) “See what bastards you've raised. Murderers, looters, butchers.” (Anh.3.2., S. 21)
UK 4.2.	Neutral, sachlich	Der Beitrag verbreitet eine eher neutrale Stimmung	“Sein Blick wirkt ernst, und der Umgebung angepasst. Der Ort der Aufnahme sieht aus wie eine Pressekonferenz.” (Anh. 1.4., S. 7) “Jetzt brauchen wir völkerrechtliche Sicherheitsgarantien , eine klare europäische

			Perspektive sowie schnelle und konkrete Maßnahmen.” (Anh.1.2., S. 3)
--	--	--	---

Anhang C: Codierungen

HK 1	Identifikation der Botschaft (Thema)	Welche Themen können in der Botschaft identifiziert werden?
UK 1.1.	Informationen über politische, militärische Vorgänge und Unterstützung von Außen	Selensky informiert über politische, sowie militärische Entscheidungen und Unterstützung in der Kommunikation
		<p>“Wir haben das Kriegerrecht über unser Land verhängt. Ich habe gerade mit Joe Biden telefoniert.” (Anh. 1.1., S 2)</p> <p>“Die Vereinigten Staaten haben bereits begonnen, internationale Unterstützung für unsere Sache zu organisieren.” (Anh.1.1., S. 2)</p> <p>“rief die Staats- und Regierungschefs der EU - die an der Dringlichkeitssitzung des Europäischen Rates teilnahmen - dazu auf, an der Seite der Ukraine zu stehen und den Aggressor zu stoppen.” (Anh. 1.2., S. 3)</p> <p>“Er [<i>Emmanuel Macron</i>] hat die Abkopplung von SWIFT und die Einführung persönlicher Sanktionen gegen Putin sowie die Bereitstellung von Verteidigungswaffen unterstützt.” (Anh. 1.4., S. 7)</p> <p>“Today I have delivered some important speeches. To the participants of the NATO summit, the G7 summit, to the summit of the leaders of the European Union.” (Anh. 2.1., S. 9)</p> <p>“Wir [<i>Kirill Petkov und Selenskyj</i>] haben über die kritische humanitäre Lage in ukrainischen Städten und Dörfern gesprochen.” (Anh. 2.4., S. 15)</p> <p>“Die Kriegsverbrechen in Butscha und an anderen Orten während der russischen Besetzung werden am Dienstag vor den UN-Sicherheitsrat gebracht.” (Anh. 3.1., S.18)</p> <p>“We have an extremely important decision by Canada to remove all barriers to trade for one year.” (Anh. 4.3., S. 35)</p> <p>“During a call with @bundeskanzler Chancellor of  holding presidency of #G7, we agreed to convene an urgent meeting of the Group.” (Anh. 5.1., S. 44)</p> <p>“We also discussed the issue of increasing pressure and aid in restoring damaged infrastructure.” (Anh. 5.1., S. 44)</p>

	<p>“During the call with Prime Minister of Italy Mario Draghi, I spoke about the consequences of Russia's missile terror. We coordinated positions on the eve of important international events, including the Group of Seven Summit.” (Anh. 5.4., S. 49)</p>	
UK 1.2	Kampf für Freiheit und Frieden	Selensky erwähnt das Thema “Kampf für Freiheit” in der Kommunikation
	<p>“Unser Volk stirbt für die Freiheit der Ukraine und Europas.” (Anh. 1.2., S. 3)</p> <p>“Wir werden unsere Unabhängigkeit verteidigen.” (Anh. 1.3., S. 5)</p> <p>“All this is for Russia to understand one thing: It is necessary to seek peace, Russia also needs to seek peace.” (Anh. 2.1., S. 10)</p> <p>“Der Sieg gehört uns!” (Anh. 2.3., S. 13)</p> <p>“Ich weiß, dass die Zeit kommen wird, da die gesamte Staatsgrenze der Ukraine wiederhergestellt sein wird.” (Anh. 3.1., S. 20)</p> <p>“But I have a dream of them living, and free - free like you on the Grammy stage.” (Anh. 3.3., S. 24)</p> <p>“Eines baldigen Tages werden geliebte Menschen wieder vereint sein.” (Anh. 4.1., S. 32)</p> <p>“Because we defend our freedom to live, to love, to sound.” (Anh. 3.3., S. 23)</p> <p>“We will do our best to bring them back to life as soon as possible.” (Anh. 3.4., S. 25)</p> <p>“Die Wahrheit wird siegen. Und wir werden alles überstehen ...” (Anh. 4.1., S. 32)</p> <p>“Today is an important day, very important. For us. For our people. For our freedom.” (Anh. 4.3., S. 37)</p> <p>“On the Day of Victory over Nazism, we are fighting for a new victory.” (Anh. 4.4., S. 39)</p>	
UK 1.3.	Ansprechen/Mobilisierung	Selensky spricht bestimmte Zielgruppen an



	wichtiger Zielgruppen	
	<p>“Russische Mütter: Selbst, wenn Sie Plünderer großgezogen haben, wie aber sind sie dann auch zu Schlächtern geworden?” (Anh. 3.1., S. 17)</p> <p>“Ich rufe alle Bürger und Freunde der Ukraine in der ganzen Welt auf, sich daran zu beteiligen und uns zu helfen, für Gerechtigkeit zu sorgen.” (Anh. 3.1., S. 18)</p> <p>“Tell the truth about this war on your social networks, on TV. Support us, in any way you can. Any - but not silence.” (Anh. 3.1., S. 24)</p> <p>“I urge everyone to tell the truth about the war, the killings of people and children by Russian bombs and troops.” (Anh. 3.3., S. 23)</p> <p>“Wenn sie daran denken, wie V2-Raketen Belfast, Portsmouth und Liverpool trafen, und die Cruise-Missiles sehen, die Mykolajiw, Kramatorsk und Tschernihiw beschießen, wenn sie sich an die Bombardierung Birminghams erinnern und sehen, wie ihre Partnerstadt Saporischschja angegriffen wird, erinnern sie sich.” (Anh. 4.1., S. 30)</p> <p>“I invited the leading states - our friends - to take part in the reconstruction of Ukraine after the war.” (Anh. 4.3., S. 36)</p>	
UK 1.4.	Empathie und Zuneigung für Unterstützer:innen	Selensky erwähnt positive und zuneigende Themen für Unterstützer:innen in der Kommunikation
	<p>“Ich muss sagen, dass er ein wahrer Freund der Ukraine ist. Frankreich steht uns in den schwierigsten Momenten zur Seite.” (Anh. 1.4., S. 7)</p> <p>“Merci la France.” (Anh. 1.4., S. 7)</p> <p>“And I am grateful to each and every one of you.” (Anh. 2.1., S. 10)</p> <p>“Ukraine was beautiful. But now it will be great, because of our people.” (Anh. 2.2., S. 11)</p> <p>“Ich möchte jedem einzelnen von Ihnen für Ihren Dienst, für Ihre Arbeit, für die Wahrung der territorialen Integrität unseres Staates, unserer Souveränität und unserer Familien danken und wünsche Ihnen gute Gesundheit.” (Anh. 2.3., S. 13)</p> <p>“Alle Länder, die die Ukraine heute unterstützen, haben diese Wahrheit begriffen.” (Anh. 4.1., S. 30)</p> <p>“I am grateful to all our defenders who are defending and saving Ukraine from the modern descendants of that old evil.” (Anh. 4.3., S. 37)</p> <p>“Thank you, Canada” (Anh. 4.3., S. 36)</p>	

	<p>“Bono, U2, also visited Ukraine today. I am grateful to him for supporting our people and drawing even more attention to the need to help our people.” (Anh. 4.3., S. 37)</p> <p>“I am grateful for the consistent, strong support.” (Anh. 5.3., S. 49)</p>	
UK 1.5.	Reaktion auf Schlüsselereignis / zeitlicher Kontext	Der Beitrag ist als Reaktion auf das Schlüsselereignis zu verstehen
	<p>“Liebe Bürgerinnen und Bürger der Ukraine, heute Morgen hat Präsident Putin eine militärische Spezialoperation im Donbass angekündigt.” (Anh. 1.1., S. 1)</p> <p>“Wir sind alle hier.” (Anh. 1.3., S. 5)</p> <p>“If Russia had known it would face that, I'm sure they would have definitely been afraid to come here.” (Anh. 2.1., S. 9)</p> <p>“Doch ich habe heute keine andere Wahl nach dem, was in Butscha und anderen Städten, aus denen die Besatzer vertrieben wurden, offenbar wurde.” (Anh. 3.1., S. 17)</p> <p>“There was a chance to prevent, so that Russia didn't come. Bucha, Kyiv region. Now. Russia has come.” (Anh. 3.2., S. 21)</p> <p>“Jedes Jahr am 8. Mai ehren wir in Gemeinschaft mit der gesamten zivilisierten Welt all jene, die den Planeten im Zweiten Weltkrieg gegen den Nationalsozialismus verteidigten.” (Anh. 4.1., S. 27)</p> <p>“The Russian army would not be itself if it did not kill today - on the eve of certainly important days for any European.” (Anh. 4.3., S. 37)</p> <p>“My speech is scheduled, in which I'll tell about the terrorist attacks by the RF.” (Anh. 5.2., S. 44)</p> <p>“The morning is tough. We are dealing with terrorists. Dozens of missiles, Iranian "Shaheds". They have two targets. Energy facilities throughout the country. Kyiv region and Khmelnytskyi region, Lviv and Dnipro, Vinnytsia, Ivano-Frankivsk region, Zaporizhzhia, Sumy region, Kharkiv region, Zhytomyr region, Kirovohrad region, the south of the country.” (Anh. 5.1., S. 41)</p>	
UK 1.6.	Positive Stilisierung der Ukraine “Wir-Gefühl”	Selensky verbreitet “Wir-Gefühl” und verknüpft positive Themen mit der Ukraine in der Kommunikation
	<p>“Ich werde permanent mit Ihnen in Verbindung stehen.” (Anh. 1.1., S. 2)</p>	

	<p>“Wir sind zu allem bereit. Wir werden jeden bezwingen. Weil wir die Ukraine sind.” (Anh. 1.1., S. 2)</p> <p>“Glorious Ukraine. Great project for recovery. For the people. For the development of our country and the whole of Europe.” (Anh. 2.2., S. 11)</p> <p>“Wir arbeiten als ein Team namens Ukraine.” (Anh. 2.3., S. 13)</p> <p>“Wir müssen zusammenarbeiten, um die humanitäre Katastrophe zu stoppen!” (Anh. 2.4., S. 15)</p> <p>“Egal, ob wir in einem Verteidigungsbündnis sind oder alleine stehen, eines wissen wir: Wir müssen stark sein.” (Anh. 3.1., S. 19)</p> <p>“Auf der einen Seite stehen die moralischen und professionellen Maßstäbe der ukrainischen Armee. Es ist eine Armee mit allerhöchsten Prinzipien: Viele andere Armeen können von ihr lernen. Es sind die Maßstäbe des ukrainischen Volkes. Auf der anderen Seite stehen die Maßstäbe der russischen Besatzer..” (Anh. 3.1., S. 19)</p> <p>“Im Hintergrund links sieht man die ukrainische Nationalflagge.” (Anh. 3.1., S. 20)</p> <p>“Selensky und seine politische Entourage stehen inmitten dieser zerstörten Ortschaft und blicken schweigsam ins Nichts.” (Anh. 3.4., S. 26)</p> <p>“Honor and gratitude to you!” [An alle ukrainischen Mütter adressiert] (Anh. 4.2., S. 34)</p> <p>“Eternal glory to all our heroes! Eternal glory to all our warriors!” (Anh. 4.3., S. 37)</p> <p>“Ukraine existed before this enemy appeared, and Ukraine will exist after it. Glory to Ukraine!” (Anh. 5.1., S. 41)</p>	
UK 1.7.	Negative Stilisierung Russlands	Selensky verknüpft negative Themen mit Russland in der Kommunikation
	<p>“(…) bei der Bekämpfung der russischen Aggression.” (Anh. 2.4., S. 15)</p> <p>“Das geballte Böse kam über unser Land.” (Anh. 3.1., S. 17)</p> <p>“(…) noch mehr Tote, noch mehr Folteropfer. Das ist das Gesicht des russischen Militärs.” (Anh. 3.1., S. 18)</p> <p>“Es ist der Unterschied zwischen Gut und Böse. Der Unterschied zwischen Europa und einem schwarzen Loch, das alles mit hinabziehen will ins Dunkle.” (Anh. 3.1., S. 19)</p> <p>“Mothers of Russian soldiers should see that. See what bastards you've raised. Murderers, looters, butchers.” (Anh. 3.2., S. 21)</p>	

	<p>“On our land, we are fighting Russia which brings horrible silence with its bombs. The dead silence.” (Anh. 3.3., S. 24)</p> <p>“Russland sah uns in die Augen und stieß das Messer ins Herz des »Nie wieder«.” (Anh. 4.1., S. 29)</p> <p>“I am grateful to all our defenders who are defending and saving Ukraine from the modern descendants of that old evil.” (Anh. 4.3., S. 37)</p> <p>“Who can rejoice at strikes on such objects and such land? Only terrorists!” (Anh. 5.3., S. 45)</p> <p>“What else should the terrorist destroy? Who else should the terrorist kill? So that he is called the terrorist?” (Anh. 5.3., S. 46)</p> <p>Ukraine will definitely endure this onslaught of terrorists who have no history, no tradition, no culture. (Anh. 5.3., S. 45)</p>	
HK 2	“Technische” Elemente des Beitrags	Wie wird das Video/Bild “technisch” hergestellt und dargestellt?
UK 2.1.	Format improvisiert	Der Beitrag wurde eher improvisiert, spontan aufgenommen.
	<p>“Man erkennt, dass es eine Aufnahme mit einem Smartphone, Tablet oder der Laptop-Kamera ist und er sich das ganze Video lang im Selfie-Modus präsentiert.” (Anh. 1.1., S. 2)</p> <p>“Selensky filmt sich und Mitglieder der Regierung mit seinem Smartphone im Selfie-Modus. Sie stehen draußen vor den Regierungsgebäuden Kiews.” (Anh. S. 1.3., S. 6)</p> <p>“Das farbige Video ist im Hochformat aufgenommen. Er hält das ganze Video über das Smartphone mit der linken Hand.” (Anh. 2.1., S. 10)</p> <p>“Das Video über filmt Selensky sich selbst im Selfie-Format und läuft durch die verschiedenen Räumlichkeiten des Palastes.” (Anh. 4.3., S. 38)</p> <p>“Selensky hält vermutlich sein Smartphone in der rechten Hand und filmt sich selbst etwa auf Augenhöhe, sodass er sich als Sprecher des Videos im Mittelpunkt des Bildes befindet.” (Anh. 5.1., S. 43)</p>	
UK 2.2.	Format klassisch	Der Beitrag wurde “klassisch” (d.h. in klassischer, staatsmännischer Form inszeniert) produziert.
	<p>“Die Betrachter:in sieht einen Staatsmann in seinem Büro.” (Anh. 1.2., S. 4)</p>	

	<p>“Selensky sitzt auf einem großen, dunkelgrünen Sessel an einem Schreibtisch. Vor ihm liegen zwei Papiere. Die Hände sind gefaltet.” (Anh. 2.4., S. 15)</p> <p>“Es zeigt die frontale Sicht auf Selenskys Oberkörper, Hände und Kopf. Die Aufnahme des Videos ist somit in einer halbnahen Einstellung entstanden.” (Anh. 3.1., S. 21)</p> <p>“Es wirkt wie eine offizielle Ansprache in klassischer Inszenierung.” (Anh. 3.1., S. 21)</p>	
UK 2.3.	Format professionelle Video/Bild-Produktion	Der Beitrag wurde speziell professionell vorher geschnitten, bearbeitet oder produziert.
	<p>“Es ist ein professionell produziertes, farbiges Foto abgebildet.” (Anh. 1.4., S. 8)</p> <p>“Dieser Beitrag setzt sich aus mehreren professionell aufgenommenen Fotos zusammen.” (Anh. 2.2., 12)</p> <p>“Die Situation wird von einer außenstehenden Person im Querformat gefilmt und im Nachgang zusammengeschnitten und bearbeitet.” (Anh. 2.3., S. 14)</p> <p>“Es sind Fotos, die direkt von der Situation berichten und von einer offiziellen Presse-Fotograf:in produziert wurden.” (Anh. 3.2., S. 22)</p> <p>“Im Hintergrund ist blaues Licht zu sehen. Es sieht aus, als wäre der Palast, in dem Selensky hier in einem der größeren Räume steht, blau ausgeleuchtet.” Anh. 3.3., S. 22)</p> <p>“Es sind professionelle Farb-Aufnahmen/Fotografien im Querformat.” (Anh. 3.4., S. 26)</p> <p>“Es wirkt wie eine aufwendige Produktion, die von einem professionellen Filmteam realisiert wurde. Indizien dafür sind die fachgerechte Kameraführung, die untermalte Musik, Selenskys Inszenierung und Position während des Videos, sowie Einspieler im passenden Moment.” (Anh. 4.1., S. 33)</p> <p>Sie sehen aus, als seien sie von professionellen Fotograf:innen in den jeweiligen Situationen vor Ort aufgenommen. (Anh. 4.2., S. 34)</p> <p>Die Fotos sind in Farbe. Sie sehen aus, als seien sie von professionellen Fotograf:innen in den jeweiligen Situationen vor Ort aufgenommen. Sie wurden alle im Querformat hochgeladen. (Anh. 4.4., S. 40)</p> <p>Die fotografierende Person wirkt, als sei sie lediglich ein Beobachter:in der Situation, ohne selbst in irgendeiner Weise einzugreifen. Sie ist daher auch räumlich von Selensky entfernt und dokumentiert die sich abspielende Szene. Das Foto ist in Farbe und im Querformat. (Anh. 5.2., S. 44)</p>	

	<p>“Es ist also ein Video, zusammengesetzt aus user-generated content und Aufnahmen aus der Sammlung offizieller Stellen. Diese Videos sind größtenteils in Farbe und zeigen explizite Inhalte der Gewalt und des Leids.” (Anh. 5.3., S. 48)</p> <p>“Das Foto ist von einer professionellen Fotograf:in aus einer distanzierten Perspektive heraus gemacht worden. Das Foto ist in Farbe und im Querformat.” (Anh. 5.4., S. 50)</p>	
UK 2.4.	Hashtags	Selensky nutzt bestimmte Hashtags zur Verbreitung seiner Kommunikation
	<p>#StopRussianAggression #StandWithUkraine   (Anh. 1.2., S. 3)</p> <p>#ніколизнову #neveragain #stoprussia #standwithukraine #supportukraine #ukraine #україна (Anh. 4.1., S. 27)</p>	
HK 3	Personalisierung / Visual Branding	Identifizierte Elemente mit denen Selensky über eine gewisse Inszenierung und Personalisierung zu einer eigenen visuellen Marke, bzw. einem Symbol wird.
UK 3.1.	Kleidung	Selensky trägt bestimmte Kleidung

“Selensky trägt einen grauen Anzug und ein weißes, oben aufgeknöpftes Hemd.” (Anh. 1.1., S. 2)

“Er trägt außerdem ein olivgrünes Army T-Shirt.” (Anh. 1.2., S. 4)

Auf dem farbigen Video sieht man Selensky mit einem grünen Pullover. Er hat einen Bart. (Anh. 2.1., S. 10)

“Selenskyj trägt einen oliv-grünen Fleece Pullover der Marke M-Tac (eine ukrainische Marke für Militärkleidung) und einen Bart.” (Anh. 2.3., S. 14)

“Er trägt ein schlichtes grau-grünes T-Shirt. Er hat einen Bart.” (Anh. 2.4., S. 15)

“Er trägt ein grau-grünes Oberteil.” (Anh. 3.1., S. 20)

“Er trägt ein olivgrünes T-Shirt und hat einen Bart.” (Anh. 3.3., S. 24)

“Sie tragen schusssichere Westen und Hosen, die aussehen, als seien sie von der Marke M-Tac (eine ukrainische Marke für Militärkleidung).” (Anh. 3.4., S. 26)

Er hat einen Vollbart und trägt ein schwarzes T-Shirt der Organisation und Marke “creativdepo” mit der Aufschrift: I’m Ukrainian.” (Anh. 4.1., S. 32)

Er trägt ein olivgrünes Oberteil. Er trägt Vollbart. (Anh. 4.3., S. 38)

“Er trägt ein olivgrünes T-Shirt. Er hat einen Bart.” (Anh. 5.1., S. 42)

“Er trägt ein olivgrünes T-Shirt.” (Anh. 5.2., S. 44)

Er trägt ein olivgrünes T-Shirt. Er hat einen Bart. (Anh. 5.4., S. 50)

UK 3.2.	Körpersprache (Haltung, Stimme, sonstiges Auftreten)	Selenskys Selbstinszenierung durch eine gewisse Körperhaltung, Gestik, Mimik, Art der Betonung, sonstiges)
	<p>“Selenskys Stimme klingt ruhig und besonnen, prägnant und selbstbewusst.” (Anh. 1.1., S. 2)</p> <p>“Sein Blick ist ernst und er wirkt in Sorge um etwas. Er wirkt trotzdem entschlossen. Er wirkt müde.” (Anh. 2.4., S. 16)</p> <p>“Die Stimme ist prägnant, die Worte deutlich betont. Der Gesichtsausdruck ist ernst und wütend.” (Anh. 3.1., S. 21)</p> <p>“Seine Stimme wirkt entschlossen, ruhig aber gleichzeitig voller Pathos.” (Anh. 3.3., S. 25)</p> <p>“Er verkörpert und drückt durch seine Mimik und Haltung und durch seine bloße Anwesenheit am Ort der Kriegsverbrechen Mitgefühl, seinerseits aber auch Vertrauen und Stärke aus.” (Anh. 3.3., S. 26)</p> <p>“Denn trotz der Bestürzung in seinem Blick und in dem, was er sagt, bleibt er besonnen und strahlt Selbstbewusstsein und Stärke aus.” (Anh. 3.1., S. 21)</p> <p>“Er steht aufrecht mit straffen Armen nach unten.” (Anh. 4.1., S. 32)</p> <p>“Er spricht frei und alles wirkt sehr spontan und durch die Beweglichkeit, die er ausstrahlt, agil.” (Anh. 4.3., S. 38)</p> <p>“Er blickt ins Leere und hält sich die Hand an die rechte Seite des Gesichts, wobei der Zeigefinger mehr zur Schläfe zeigt.” (Anh. 5.2., S. 44)</p> <p>“Die Gestik (Hand am Gesicht) wirkt wie die klassische Denker-Pose. Er ist in seinen Gedanken vertieft. Seine Mimik lässt zudem eine hohe Ernsthaftigkeit erahnen. Es sieht zudem aus, als sei er besorgt, aber gleichzeitig sehr entschlossen. Gleichzeitig vermittelt er den Eindruck eines kompetenten und engagierten Staatsmanns, dem die Ernsthaftigkeit der politischen Umstände ins Gesicht geschrieben ist.” (Anh. 5.2., S. 44)</p>	
UK 3.3.	Umgebung der Aufnahme	Die Wahl der Umgebung für den Beitrag
	“Selensky sitzt am Schreibtisch in einem Raum. Vermutlich handelt es sich um	

	<p>das Büro des Präsidenten.” (Anh. 1.2., S. 4)</p> <p>“Aus mehreren Gründen (dem Gesagten, der Umgebung, den anwesenden Personen) lässt sich behaupten, dass sie draußen vor den Regierungsgebäuden Kiews stehen.” (Anh. 1.3., S. 5)</p> <p>“Der Ort der Aufnahme sieht aus wie eine Pressekonferenz.” (Anh. 1.4., S. 8)</p> <p>“Es werden verschiedene Fotos direkt aus dem Kriegsgebiet gezeigt, die mit einer gewissen Distanz zum Geschehen in professioneller Form aufgenommen wurden.” (Anh. 22., S. 12)</p> <p>“Der Betrachter bekommt einen unmittelbaren Eindruck von der abgebildeten Situation in den Orten der Kriegsverbrechen.” (Anh. 3.2., S. 22)</p> <p>“Das Video zeigt zu Beginn den Raum der Grammy Awards. Moderator, Bühne und Publikum, sowie Musik und Atmosphäre erlauben diese Kontextbeschreibung.” (Anh. 3.3., S. 24)</p> <p>“Sie zeigen den Besuch Selenskys in einer zerstörten Ortschaft.” (Anh. 3.4., S. 26)</p> <p>“Selensky steht vor einem zerstörten Wohngebäude” (Anh. 4.1., S. 32)</p> <p>“Dabei läuft er durch die Räumlichkeiten des Regierungsgebäudes, was dem Betrachter einen direkten Einblick in das sonst isolierte politische Geschehen bietet.” (Anh. 4.3., S. 38)</p> <p>“Sie [die Fotos] zeigen verschiedene Motive, verschiedene Orte des gesellschaftlichen Zusammenhalts und des gemeinschaftlichen Wehrens gegen den Aggressor.” (Anh. 4.4., S. 39)</p> <p>“Im Hintergrund sieht man weiße Gebäude mit charakteristisch hohen Säulen, wie man sie von Regierungsgebäuden kennt. Davor ist eine ukrainische Nationalflagge zu erkennen. Ebenfalls zu sehen ist ein weitläufiger Platz, auf dem Selensky steht, der sich jedoch weit in den Hintergrund hinein erstreckt. Zudem ist der Himmel zu sehen, der sich hellblau oberhalb des Videos abbildet.” (Anh. 5.1., S. 42)</p>	
HK 4	Stil und Ton (z.b. emotional oder eher sachlich) des gesamten Beitrags (Sprache und Bildsprache)	Die Fotos und Videos verbreiten eine bestimmte Stimmung, Atmosphäre
UK 4.1.	Emotional/emotionserrierend	Der Beitrag verbreitet eine emotionale Stimmung

“Die Bürger sind hier und wir sind hier. Wir werden unsere Unabhängigkeit verteidigen. So wird es sein. Ruhm unseren Verteidigern, den Männern und den Frauen.” (Anh. 1.3., S. 5)

“Selensky lächelt kurz und beendet die Aufnahme.” (Anh. 1.3., S. 6)

“On awarding the title of Hero of Ukraine to seven servicemen of the National Guard, to five of them, unfortunately, posthumously.” (Anh. 2.1., S. 10)

“Er wirkt selbstsicher, optimistisch. Ab und zu lächelt er, während er spricht.” (Anh. 2.1., S. 11)

“Menschen lachen, die Sonne scheint durch Trümmer.” (Anh. 2.2., S. 12)

“Die Stimmung ist heiter und positiv. Es wirkt, als gäbe es einen Anlass zur Freude.” (Anh. 2.3., S. 14)

“Leichen auf den Straßen. Landminen im gesamten Ort verstreut, sogar in Leichen versteckt.” (Anh. 3.1., S. 17)

“Eine unscharf bearbeitete Leiche, die bei Tageslicht auf einer Straße liegt, auf der im Hintergrund ein Mensch mit Kind Fahrrad fährt, eine Leiche die bei Tageslicht seitlich mit einem Fahrrad auf der Straße liegt (...)” (Anh. 3.2., S. 22)

“Over 400 children have been injured and 153 children died. And we'll never see them drawing.” (Anh. 3.3., S. 23)

“(…) denn die ukrainische Sonne wird ihn zum Schmelzen bringen.” (Anh. 4.1., S. 32)

“Im Hintergrund läuft neo-klassische Musik, die die Bewegtbilder untermalen.” (Anh. 4.1., S. 32)

“Durch die Musik und die Elemente (zerstörtes Gebäude im Hintergrund) und die ernste Körpersprache Selenskys bekommt das Video eine düstere, negative Atmosphäre.” (Anh. 4.1., S. 33)

“Durch die Belichtung und teilweise durch die Sonneneinstrahlung auf den Fotos, sowie durch lächelnde Gesichter und mutige Blicke, wird Zuversicht signalisiert.” (Anh. 4.2., S. 35)

“As a result of the Russian air strike at Bilohorivka, Luhansk region, about 60 people were killed. Civilians who simply hid in the school from the shelling. It was a targeted strike at the school. Another crime of the occupiers.” (Anh. 4.3., S. 37)

“The road to it is difficult, but we have no doubt that we will win.” (Anh. 4.4., S. 39)

“Die Menschen strahlen Positivität und Zuversicht aus.” (Anh. 4.4., S. 40)

	<p>“Selensky sieht müde aus. Vielleicht hat er nicht viel geschlafen. Er spricht mit klaren Worten und starrem, festem aber ausgezehrten Blick in die Kamera, die er selbst im Querformat hält.” (Anh. 5.1., S. 43)</p> <p>“Englisch-sprechende Person: Russian terrorism at its worst! An ukrainian civilian - dead! In the center of the street!” (Anh. 5.3., S. 48)</p> <p>“Durch die schnellen Schnitte und Aneinanderreihungen von verschiedenen Videoschnipseln wird das Chaos symbolisiert, das auch in Realität um sich greift.” (Anh. 5.3., S. 48)</p> <p>“Zum Ende hin verändert sich das Video hinsichtlich seiner Stimmung hin in eine hoffnungsvolle Tonalität.” (Anh. 5.3., S. 48)</p>	
UK 4.2.	Neutral, sachlich	Der Beitrag verbreitet eine eher neutrale Stimmung
	<p>“Die Situation wirkt abgekapselt von der fotografierenden Person. Die Situation wirkt ernst.” (Anh. 1.2., S. 4)</p> <p>“Selensky wirkt konzentriert und fokussiert.” (Anh. 1.4., S. 8)</p> <p>“Sie dokumentiert eine Arbeitssituation des Präsidenten Selensky im Amt und im Krieg, der sich um eine bestimmte Angelegenheit kümmert. Selensky wirkt konzentriert und so, als würde er sich in einem Telefonat, vielleicht in einer wichtigen Verhandlung befinden” (Anh. 5.4., S. 50)</p>	

Anhang D: Kategorienbasierte Auswertung

	Kategoriebezeichnung	Thematische Summary
Sprache		
Hauptkategorie (HK 1)	Identifikation der Botschaft (Thema)	
UK 1.1.	Informationen über politische, militärische Vorgänge und Unterstützung von Außen	Selenskyj informiert über sämtliche Treffen, Gespräche und über die daraus entstandenen Ergebnisse und Entscheidungen. Er erwähnt dabei oftmals einflussreiche Institutionen und internationale Zusammenschlüsse wie NATO, UN, EU oder G7. Er stellt oft die Relevanz solcher Treffen und Gespräche in den Vordergrund.
UK 1.2.	Kampf für Freiheit und Frieden	Selenskyj erwähnt in jeder der Kontexteinheiten, dass das Endziel aller Bemühungen der Frieden ist. Er unterstreicht zudem, dass die Freiheit von ganz Europa in Gefahr sei und die Ukraine im Namen Europas für Frieden und Freiheit kämpft. Er ist sich sicher, dass die Ukraine am Ende den Frieden und die Freiheit wiederherstellen wird.
UK 1.3.	Ansprechen/Mobilisierung wichtiger Zielgruppen	Selenskyj spricht jedes Mal eine andere Zielgruppe an. Dies gelingt ihm, indem er sich direkt und angepasst an die jeweilige Zielgruppe (in Ausdrucksweise und Inhalt) wendet. So spricht er beispielsweise die Mütter russischer Soldaten an. In der nächsten Kontexteinheit richtet er sich an die Zuschauer:innen und Teilnehmer:innen der Grammy Awards. Diese bittet er, auf Social Media zur Unterstützung der Ukraine aufzurufen. Und ein weiteres Mal verknüpft er historisch einschneidende Ereignisse aus dem zweiten Weltkrieg mit Ereignissen aus dem Ukraine-Krieg und wendet sich direkt an die

		betroffenen Nationen (hier: England, Frankreich, Polen, Niederlande, Tschechien, etc.)
UK 1.4.	Empathie und Zuneigung	Selenskyj spricht viele Danksagungen aus. So werden ganze Länder, Staatsoberhäupter, Prominente. aber auch Soldat:innen direkt adressiert und Gefühle der Dankbarkeit in emotionaler Weise ausgesprochen.
UK 1.5.	Reaktion auf Schlüsselereignis / zeitlicher Kontext	Diese Kontexteinheiten identifizieren Selenskyjs Reaktion, bzw. Erwähnung von Schlüsselereignissen an verschiedenen exemplarischen Stellen. Oftmals wird das Schlüsselereignis in Kürze erwähnt und darauf Bezug genommen.
UK 1.6.	“Wir-Gefühl” und positive Stilisierung Ukraine	Selenskyj richtet sich in den Kontexteinheiten an das ukrainische Volk. Er spricht ihnen Mut zu, erinnert an die Stärke und den Zusammenhalt der Nation und findet dafür immer wieder Ausdrücke. Außerdem stellt er sich in den Dienst der Ukraine und verweist auf seine Verlässlichkeit als Präsident. Symbole wie die Nationalflagge oder die Darstellung der Anteilnahme (wie der Besuch Butschas) fügen sich hinzu.
UK 1.7.	Negative Stilisierung Russlands	Selenskyj verbindet Russland immer wieder mit negativen Attributen. So wird Russland oder die Russische Föderation mit Sprachbildern wie dem Bösen, Aggressor, einem Terrorstaat, einem hinterhältigen Mörder oder einem schwarzen Loch, das alles ins Dunkle ziehen will, verknüpft.
Videosprache / Bildsprache		
HK 2	“Technische” Elemente des Beitrags	
UK 2.1.	Format improvisiert	Diese Kontexteinheiten identifizieren Selenskyjs Nutzung eines Smartphones und die Verwendung des Selfie-Formats für die Erstellung eines Beitrags auf Instagram. Sie

		zeigen auf, dass Selensky in verschiedenen, bestimmten Situationen auf das Smartphone und das Selfie-Format zurückgreift.
UK 2.2.	Format klassisch	Diese Kontexteinheiten identifizieren die Beiträge, in denen Selenskyj sich im klassischen und staatsmännischen Format inszeniert/inszenieren lässt. Es handelt sich hier um Formate in der halbnahen Kameraeinstellung, die meist Selensky in mittlerer Position des Videos im Büro des Präsidentenpalast abbildet.
UK 2.3.	Format professionelle Video/Bild-Produktion	Identifikation aller Kontexteinheiten des Materials, die Beiträge enthalten, die entweder von professionellen Fotograf:innen des Kommunikationsteams der Regierung Selenskyj produziert und zusammengestellt wurden, sich aus Fotomaterial von Presse-Fotograf:innen zusammensetzen oder Ausschnitte von Amateur-Material beinhalten (sog. user-generated-content).
UK 2.4.	Hashtags	Die Verwendung bestimmter Hashtags in der Beitragsunterschrift: #StopRussianAggression #StandWithUkraine #ніколизнову #neveragain #stoprussia #standwithukraine #supportukraine #ukraine #україна

HK 3	Personalisierung / Visual Branding	
UK 3.1.	Kleidung	<p>Diese Kontexteinheiten identifizieren die Kleidung und andere äußere Merkmale, die Selensky in den Beiträgen trägt. Sie dienen dazu, äußerer Merkmale zu bestimmen und damit Rückschlüsse auf die personalisierende Selbstinszenierung zu ziehen. Es zeigt sich, dass wiederholende Hauptmerkmale olivgrüne Kleidung (hauptsächlich Army T-Shirts) und ein Bart sind. Die Marken der Kleidung ("M-Tac" oder "creativdepo") sind aus ukrainischer Machart.</p>
UK 3.2.	Körpersprache (Haltung, Stimme, sonstiges Auftreten)	<p>Selenskys Körperhaltung, Gestik, Mimik, Art der Betonung konnten sich durch diese Kontexteinheiten, mit folgenden Merkmalen beschreiben lassen: entschlossen, stark, kompetent, selbstbewusst, ruhig, prägnant, agil, vertraulich, aber auch pathetisch, nachdenklich, sorgenvoll, müde, ernst.</p>
UK 3.3.	Umgebung der Aufnahme	<p>Diese Kontexteinheiten identifizieren Diversität in der Umgebung, bzw. den Orten, an denen die Beiträge entstanden sind. Die Umgebung ist auch abhängig vom Format (improvisiert, klassisch oder extern professionell). Mal werden Fotos aus Kriegsgebieten gezeigt und Mal wird Selenskyjs Videobotschaft bei den Grammy Awards dargestellt. Ein weiteres Mal filmt sich Selenskyj selbst in seinem Büro oder auf einem Platz in Kiew. Und wieder ein anderes Mal wird er von professionellen Fotografen begleitet, wenn er selbst in Kriegsgebiete reist.</p>

HK 4	Stil und Ton (z.b. emotional oder eher sachlich) des gesamten Beitrags (Sprache und Bildsprache)	
UK 4.1.	Emotional / emotionsanregend	Diese Kontexteinheiten betreffen die Stellen, an denen sich die Beiträge durch sprachlich-, sowie bildsprachlich emotionale Elemente auszeichnen. In einem großen Teil der Beiträge finden sich emotionserregende Stellen wieder. Auf der sprachlichen Ebene kommt es zu emotionalen Benutzung von Worten und Begriffen, sowie bestimmten emotionalen Bedeutungen in der Art und Weise der Formulierung.
UK 4.2.	Neutral, sachlich	Diese Kontexteinheiten betreffen die Stellen, an denen sich die Beiträge durch sprachliche, sowie bildsprachlich neutrale oder sachliche Elemente auszeichnen. Es ist nur ein geringer Teil des Datenmaterials als neutral oder sachlich zu kategorisieren. So wird Neutralität oder Sachlichkeit im Beitrag dort identifiziert, wo Selensky sich in bestimmten Situationen befindet, die diesen Ton begünstigen. Textstellen identifizieren Situationen in den Beiträgen, die Selensky bspw. im Büro im Arbeitskontext abbilden.

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit eigenständig und ohne fremde Hilfe angefertigt habe. Textpassagen, die wörtlich oder dem Sinn nach auf Publikationen oder Vorträgen anderer Autor:innen beruhen, sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Leipzig, 27.4.2023
