Abstract

Seit Ende 2022 protestieren tausende Menschen im Iran gegen die theokratische Regierung. Die Demonstrierenden fordern die Einhaltung von Menschen- und Frauenrechten und verlangen einen politischen Wandel. Die Bewegung im Iran findet nicht nur im nationalen, sondern auch im internationalen Raum Beachtung. So positionieren sich vor allem globale Politiker\*innen zu den Protesten und solidarisieren sich mit den Demonstrierenden. Die Kommunikation der Politiker\*innen findet zumeist über Medien statt und tritt vermehrt über Plattformen wie Instagram in Erscheinung. Soziale Medien fungieren jedoch nicht nur bei Politiker\*innen als ein entscheidender Kommunikationskanal, sondern auch bei nicht-politischen Akteur\*innen. Aufgrund der beschleunigten, interaktiveren und offeneren Kommunikationsabläufe in sozialen Medien werden diese ebenfalls von Meinungsführer\*innen genutzt, welche sich ebenso politisch zu den Aufständen äußern. Dabei unterscheidet sich die Kommunikation der Akteur\*innen beispielsweise durch verschiedene Professionalisierungsgrade, in Bezug auf kommunikative Praktiken oder bezüglich Praktiken des Framings. Es kann von einer Adaption und Verwendung differenter Frames in sozialen Plattformen durch die Akteur\*innengruppen ausgegangen werden.

Die Frage, inwiefern sich die visuelle und rhetorische Kommunikation sowie das Framing deutscher Spitzenpolitiker\*innen und Exil-Iraner\*innen zur Frauenrechtsbewegung im Iran auf der Plattform Instagram unterscheiden, soll durch eine strukturierende, qualitative Inhaltsanalyse beantwortet werden. Dabei wurde ein deduktiv entwickelter Codierleitfaden erarbeitet, um die visuelle, rhetorische und Framing-Ebene verschiedener Instagram-Beiträge der Akteur\*innen gesondert zu analysieren. Hier zeigte sich, dass die Spitzenpolitiker\*innen in ihren Beiträgen deutlich sachlicher und entpersonalisierter kommunizierten als die Exil-Iraner\*innen. Dies verdeutlichte sich sowohl auf visueller als auch auf rhetorischer Ebene. Des Weiteren konnte eruiert werden, dass die Akteur\*innen unabhängig ihrer Expertise in sozialen Medien framen, sich allerdings innerhalb der Kategorien hinsichtlich ihres Framings unterscheiden. Insgesamt bietet die Forschung einen zielführenden Beitrag für weitere akademische Untersuchungen.