

Miriam Grohmann  
Layla Kamil Abdulsalam  
Eva L. Wyss

## Selfie-Proteste – eine emergente Praktik des Protests im Web 2.0

### 1 Einleitung

Das TIME-Magazin kürte Ende 2011 ‚The Protester‘ zur Person des Jahres und blickte damit auf zwölf Monate zurück, die durch zahlreiche Proteste geprägt waren. Den Volkserhebungen in den arabischen Ländern in der ersten Hälfte des Jahres folgten Besetzungen durch die Occupy-Bewegung in den USA und Europa. Auch wenn sich diese Protestbewegungen in ihren Motiven stark voneinander unterschieden und auf verschiedenen Kontinenten stattfanden, war ihnen die ausgiebige Nutzung des Social Web gemein: Das Web 2.0 wurde genutzt, um zu informieren, zu organisieren und zu mobilisieren. In diesem Umfeld entstand auch der Selfie-Protest als eine von mehreren neuen, emergenten Protestformen.<sup>1</sup> Selfie-Proteste finden zudem eine bemerkenswert weite Verbreitung, eine hohe Popularität (z.B. #bringbackourgirls und #freeajstaff) und werden bisweilen auch von den traditionellen Medien aufgegriffen und gestärkt. Doch was ist ein Selfie-Protest überhaupt?

Bei Selfie-Protesten handelt es sich um eine Serie von fotografischen Porträts, häufig so genannte ‚Selfies‘<sup>2</sup>, d.h. mit dem Handy aufgenommene Selbstporträts, durch die im Rahmen eines sozialen Netzwerks ein gemeinsames politisches Ziel verfolgt wird. Dieses Ziel wird durch die Fotografie der Protestierenden selbst dargestellt, auf der diese ein Schild mit einer handgeschriebenen Protestäußerung und/oder einem Verweis auf einen Hashtag<sup>3</sup> (z.B. #whoneedsfeminism) in den Händen halten. Bisweilen werden diese Protestaktionen über den Hashtag hinaus durch eine dem Protest gemeinsame Seite in sozialen Netzwerken wie Tumblr und Facebook ver-

---

1 U.a. Hashtagproteste, das Profilbild als Fläche für Protest, Memes, siehe auch Blackmore 2000, Dagsson Moskopp/Heller 2013. Zur Entstehung neuer Textsorten im Web (am Beispiel von Weblogs) siehe Wenz 2012 und v.a. diverse Arbeiten von Herring 2013 sowie Honeycutt/Herring 2009.

2 Studien zu Selfies legen Rutledge 2013 und Sifferlin 2013 vor.

3 Bei Twitter dienen ‚hashtags‘ oder ‚#s‘ dazu „to mark tweets topically so that others can follow conversations centering on a particular topic“ (Boyd/Golder/Lothian 2010: 1). Der Hashtag ist ein „Strukturzeichen“, ein „mit einem vorangestellten Rautezeichen markiertes Schlüssel- oder Schlagwort in einem [elektronischen] Text“ (Duden online).