

Das Phänomen des Guerilla Gardening in Sozialen Medien – ein deutsch-französischer Vergleich

Abstract

The phenomenon *Guerilla Gardening*, which originated in the 1970s, is a form of activism that uses gardening as a means of environmental action. The activists often go beyond planting illegally flowers and vegetables and present their activities in the social media. The article adopts a comparative perspective and investigates linguistic as well as multimodal strategies used by German and French Guerilla Gardening activists on X and on Instagram in order to promote their activities. The methodological approach is thus a double contrastive one, combining the linguistic and cultural comparison with a media comparison. The analysis is based on the critical and multimodal discourse analysis and on text linguistics. The data show that there is evidence for culture-specific forms of the users' self-presentation. The empirical analysis furthermore reveals that the focus of the users in their posts lies on specific communicative functions, and that hybrid text types tend to emerge.

1 Einleitung – Guerilla Gardening geht online

Guerilla Gardening (im Folgenden: GG) hat seinen Ursprung im New York der 1970er Jahre und ging von einer Gruppe von Städteaktivist*innen aus, die später als „Green Guerillas“ bezeichnet wurde. Derzeit findet das Phänomen eine weltweite Ausbreitung (cf. Sackey 2022: 373). Bei den Green Guerillas handelt es sich mittlerweile um eine etablierte NGO (cf. von der Haide et al. 2011: 267) und „das Interesse an nicht-kommerziellen kollektiven Gartenprojekten, in denen Menschen gemeinsam ihre Umgebung gestalten, und ökologische Nahrungsmittel anbauen, [nimmt] zu.“ (ebd.: 266). In ihren Anfängen bestand das Ziel illegaler Anpflanzungen im öffentlichen Raum darin, Armut und Hungersnot zu bekämpfen (cf. Reynolds 2008: 106). Die heutigen Aktivist*innen setzen sich hingegen mit eher unkonventionellen Mitteln für den Klimaschutz, insbesondere für eine lebenswerte Gestaltung von Städten, ein, indem sie ohne offizielle Autorisierung Pflanzen an unterschiedlichen Orten des Stadtbildes anpflanzen, wobei der Protestcharakter solcher Aktionen und der damit verbundene zivile Ungehorsam dazu dient, ihrem Anliegen Nachdruck zu verleihen und zugleich Kritik an öffentlichen Institutionen zu üben. Über die konkreten Pflanzaktionen hinaus stellt sich die Frage nach den Wechselbeziehungen zwischen GG-Ak-

tivitäten und der medialen Verbreitung des Phänomens durch die Akteur*innen, denn es lässt sich beobachten, dass die Aktivist*innen ihre stark lokal verankerten Handlungen in den global wirksamen Sozialen Medien teilen (zum Konzept des Sharing in der Online-Kommunikation cf. auch Tienken 2013), um die Reichweite zu erhöhen, das Phänomen bekannter zu machen (cf. Tracey 2007: 175) und eine möglichst große Anzahl an Personen von ihrem Anliegen zu überzeugen. Unterschiedliche Plattformen bieten hier in unterschiedlichem Maße die Möglichkeit, bestimmte kommunikative Praktiken umzusetzen. Im Sinne von medial verbreiteten Appellen sollen weitere Personen ermutigt werden, sich an den Pflanzaktionen zu beteiligen und somit Teil der Gruppe der *guerilleros* zu werden (cf. Reynolds 2008: 202). Ebenso wichtig ist es aus Sicht der Aktivist*innen, die Akzeptanz der Allgemeinbevölkerung für die selbst angelegten Beete und Gärten zu erhöhen, damit diese vor Vandalismus und Zerstörung geschützt sind. Mit von der Haide et al. (2011: 266) kristallisieren sich die Ziele des Austauschs und der Vernetzung als Hauptbeweggründe für die mediale Präsenz der GG-Aktivist*innen heraus.

Während bestimmte gesellschaftliche und politische Phänomene eine nahezu virale Verbreitung in den Sozialen Medien erfahren, handelt es sich nach unseren Recherchen beim GG keineswegs um ein Massenphänomen: Auf der Plattform Instagram lassen sich ca. 40.000 Posts unter dem Hashtag *#guerillagardening*, 25.000 unter *#guerrillagardening* nachweisen (Stand: Januar 2024). Dennoch weist das Teilen von GG-Aktivitäten in den Sozialen Medien einige Charakteristika von Formen des digitalen Aktivismus auf, eine neue Form der Mediennutzung, die es Nutzer*innen erlaubt, ihre konkreten Aktionen im Sinne des Umweltschutzes durch die mediale Selbstdarstellung zu komplettieren.

Das Mediennutzungsverhalten kann zwischen den Angehörigen unterschiedlicher Sprach- und Kulturräume voneinander abweichen. Auch wenn es sich bei der Klimakrise um ein globales Phänomen handelt, das somit deutsche und französische Social Media-User*innen betrifft, so kann doch das konkrete Handeln in ausgewählten Sozialen Netzwerken kulturspezifischen Präferenzen unterliegen. Auch kann die Motivation zum GG durch kulturraumspezifische, institutionelle oder rechtliche Spezifika beeinflusst sein. Diese Unterschiede können sich in der medialen Darstellung u. a. in der Wahl von Bildelementen, aber auch auf der Ebene von Argumentationsstrukturen oder in Bezug auf die sprachliche Form manifestieren. Im Beitrag wird daher unter einer sprach- und kulturkontrastiven Perspektive der Frage nachgegangen, welche Möglichkeiten Social Media-Plattformen anbieten, um das Phänomen des GG darzustellen. Dies geschieht unter einer doppelt kontrastiven Herangehensweise. Während einerseits untersucht

wird, mittels welcher sprachlichen und multimodalen Strategien deutsch- und französischsprachige Vertreter*innen der GG-Bewegung ihre Aktivitäten in den Sozialen Netzwerken promoten, werden weiterhin die medialen Affordanzen von X und Instagram miteinander verglichen. Die zentrale Leitfrage des Beitrags besteht darin, festzustellen, ob sich Unterschiede in Bezug auf das Mediennutzungsverhalten ableiten lassen.

Die Analyse unseres Korpus basiert auf der multimodalen und der kontrastiven Diskursanalyse (Meier 2011), die es erlauben, die mediale Selbstinszenierung der User*innen sowie die medialen Besonderheiten des hier fokussierten Klimadiskurses systematisch zu beschreiben. Posts können als „stances“ im Sinne von Du Bois (2007) betrachtet werden, in denen User*innen sich zu bestimmten Themen positionieren. Die Textlinguistik (Heinemann/Viehweiger 1991; Brinker 2010) wiederum erscheint uns methodisch relevant, um die Textfunktionen der einzelnen Posts zu analysieren und determinieren zu können, ob es sich primär um Informations-, Appell- oder Kontakttexte handelt.

2 Theoretischer Rahmen

2.1 Guerilla Gardening als Forschungsgegenstand

GG wird insbesondere in Wissenschaftsdisziplinen wie der Geografie und der Urbanistik als Forschungsobjekt berücksichtigt. Dabei wird versucht, zu verstehen, wie sich die Bewegung ausbreitet und welche Auswirkungen sie auf die Städte hat. Erwähnt sei hier auch eine Studie aus dem Bereich der Kriminologie (Millie 2023), die den illegalen Charakter dieser Aktivität erforscht. GG ist eine illegale Aktivität, insofern als Flächen ohne Erlaubnis bewirtschaftet werden. Gartenarbeit wird zum politischen Aktivismus: „Es handelt sich um Gartenprojekte und Pflanzinterventionen, die mit konstruktiven Strategien auf zunehmende Verarmung und Vereinzelung, Ressourcen- und Machtmonopolisierung, Privatisierung von öffentlichem Raum, klimatische Veränderungen und verschiedene Formen des Ausschlusses von gesellschaftlichen Gruppen reagieren“ (von der Haide et al. 2011: 266). Diese illegale Aktivität wird aber in den meisten Fällen toleriert. Das erklärt, warum sie auch problemlos in den sozialen Medien dargestellt werden kann. GG als Forschungsgegenstand der Sprachwissenschaft zu betrachten ist dennoch keine Selbstverständlichkeit: Es liegt bisher mit Giauffret (2015) nur eine Studie vor, in der die Selbstdarstellungen im französisch- und englischsprachigen Kanada miteinander verglichen werden.

Das Phänomen kann auf mehreren Ebenen für die Sprachwissenschaft von Interesse sein. Schon die Bezeichnung dieser Bewegung erfordert einige terminologische Anmerkungen. Im vorliegenden Beitrag wird die Bezeichnung Guerilla Gardening – eine doppelte Entlehnung aus dem Spanischen und Englischen – als Sammelbegriff für alle Formen und Varianten des Phänomens verwendet. Bemerkenswert ist aber, dass in den 1970ern in New York eher von Green Guerilla die Rede war. Der Ausdruck wird heute noch in Frankreich überwiegend benutzt, wie aus unseren Daten hervorgeht. Französische Teilübersetzungen sind *guérilla jardinière*, *guérilla potagère*, *guérilla du jardinage*, wobei diese Begriffe eher im französischsprachigen Kanada gängig sind (s. ebd. zum Phänomen in Montréal). In Deutschland wird hingegen von Guerilla Gardening gesprochen (manchmal auch mit Doppel-r: „guerrilla gardening“). Die Vielfalt an Bezeichnungen erschwert die Organisation und die Sichtbarkeit des Phänomens in Sozialen Medien, denn jeder Bezeichnung entspricht ein eigener Hashtag zur Kategorisierung und Zuordnung von Social Media-Beiträgen. All diese Bezeichnungen haben die metaphorische Konzeptualisierung des Phänomens als kriegerrische Aktivität gemeinsam. Die Gärtner*innen bereiten sogenannte „seedbombs“ (auch Samen-Bomben, Saat-Bomben, *bombes à graines* genannt) vor: Diese kleinen Lehmkugeln aus Blumensamen und Erde werden gerollt und dann am Zielort in die Natur geworfen. Gärtner*innen werden oft als *guerilleros* bezeichnet und verwenden die Kriegsrhetorik nicht selten in ihren Posts:

(1-KOMM) Zeit für ein bisschen Guerilla-Gardening. Paintballpistole mit Pflanzbomben bestücken und ab in die Vorstädte. (X-DE 62)

(2-KOMM) Ça distribue de la seedbomb de guerilla gardening au @FacteurGraine, la nature & la poésie reprennent le contrôle des rooftops [...] (X-FR 87)¹

So kommen häufig Kollokationen zum Thema Krieg vor („Paintballpistole mit Pflanzbomben bestücken“, *reprendre le contrôle*). Gleichzeitig wird damit eine hippiemäßige Weltauffassung vermittelt: Das Kompositum Pflanzbomben zeigt, inwieweit es möglich ist, mit Hilfe von Blumen zu kämpfen. Das zweite Beispiel ruft die Menschen dazu auf, sich mit *seedbombs* auszurüsten. Aber diese Handlung wird mit einer Form von Poesie gleichgesetzt. Diese Mischung von Kriegsmetapher und idealisierter Wiederbegrünung des städtischen Raums ist nicht spezifisch für die digitalen GG-Diskurse. Eine solche Stilistik ist schon in den von Aktivist*innen veröffentlichten Gründungstexten (Tracey 2007; Reynolds 2008; für Frankreich Damblé 2019) zu finden. Sie wird hier einfach übernommen. Aus diesem Grund konzentriert

¹ [Es werden Guerilla Gardening seedbombs im @FacteurGraine verteilt, Natur & Poesie übernehmen die Kontrolle über die Rooftops]

sich dieser Beitrag nicht auf rhetorische und stilistische Aspekte, sondern auf die medialen Eigenschaften von Social Media-Plattformen und ihre Auswirkungen auf die Darstellung von GG.

2.2 Die Methode

Die Analyse von digitalen Kommunikaten in Sozialen Medien kann sich nicht auf stilistische Merkmale beschränken, sondern soll die Spezifika digitaler Diskurse berücksichtigen, insbesondere Fragen der Referenzialität und der Gemeinschaftlichkeit. Unter Referenzialität soll in diesem Kontext verstanden werden, auf welche Weise ein analoges Phänomen im virtuellen Raum verortet und dargestellt wird. Die Multimodalität, die beiden Plattformen inhärent ist, kann natürlich bei diesem Prozess eine entscheidende Rolle spielen, wobei X und Instagram verschiedene Konfigurationen ermöglichen. Instagram fokussiert Video- und Fotosharing, was relevant ist, um eine Protestaktion sichtbar zu machen. User*innen können, müssen die veröffentlichten Bilder aber nicht durch kurze Textnachrichten ergänzen. Obwohl diese ursprünglich eher als Bildunterschrift vorgesehen waren, werden oft längere Texte gepostet. Bei X handelt es sich vor allem um *microblogging*, d. h. um kurze Textmitteilungen, deren Länge auf 280 Zeichen begrenzt ist. Fotos oder Videos können, aber müssen nicht dazu publiziert werden. Sie tauchen aber unter dem Text auf. Anders gesagt: Das Bild hat bei Instagram Vorrang und der schriftsprachliche Text bei X. Es entstehen deswegen andere mediale Logiken, die bei der Analyse berücksichtigt werden müssen.

Social Media-Plattformen lassen sich zudem durch die Gemeinschaftlichkeit kennzeichnen: Sie geben Nutzer*innen die Möglichkeit, sich miteinander auszutauschen und sich dadurch in mehr oder weniger definierten Gemeinschaften zu vernetzen. Nutzer*innen erhalten dabei den Status von *producers* (Bird 2011), was bedeutet, dass die Rollen von Produzent*innen und Rezipient*innen austauschbar werden. Um diese medialen Spezifika besser berücksichtigen zu können, sei hier auf die Heuristik medialer Logiken (HML, cf. Roether/Reszke/Böhm 2024: 247) verwiesen. Jede der drei Komponenten ist zur Analyse von GG-Beiträgen in den Sozialen Medien relevant. Es ist zu erwarten, dass sich plattformspezifische Handlungsmöglichkeiten, die von den Constraints und Affordances abhängen, durch die Analyse eines Phänomens auf zwei unterschiedlichen Plattformen deutlich herauskristalisieren. Was die kommunikativen Praktiken angeht, wird bei der Untersuchung des Korpus besonders darauf geachtet, ob traditionelle Textsorten in den virtuellen Raum übertragen werden und ob dabei völlig neue digitale Praktiken entstehen (cf. zu ähnlichen Herausbildungsprozessen bei Twitch Bodden/Montag 2024 in diesem Band). Im Falle der Darstellung des GG in

Sozialen Medien ist davon auszugehen, dass die Untersuchung von diskurs-spezifischen Prägungen dazu führt, dass sich Sprach- und Kulturspezifika identifizieren lassen. Auch wenn die Thematik der Umweltzerstörung deutsche und französische Social Media-User*innen sehr wahrscheinlich gleichermaßen betrifft, so kann doch das konkrete Handeln in ausgewählten Sozialen Netzwerken kulturspezifischen Präferenzen unterliegen. Es wird deutlich, dass sich der untersuchte Gegenstandsbereich in den übergeordneten Klimadiskurs einordnen lässt. Die Spezifik liegt einerseits in der Realisierung des Phänomens in den Sozialen Medien, was zum Beispiel einen Gegensatz zur *Fridays for Future*-Bewegung darstellt, die auch in der öffentlichen Berichterstattung verhandelt und von einem diversifizierteren Kreis an Sender*innen verbreitet wird. Weiterhin zeichnet sich die GG-Bewegung zwar durch ihren illegalen Charakter aus, jedoch liegt den Protestaktivitäten etwas Produktives zugrunde, was zu einer höheren Akzeptanz in der Gesellschaft führen dürfte.

3 Das Korpus

Um GG in seinen medialen und kulturellen Dimensionen zu untersuchen, wurde manuell ein Korpus von 304 Posts zusammengestellt, das die beiden zu vergleichenden Sprachen in ausgewogenem Rahmen berücksichtigt: 100 X-Posts auf Französisch, 104 X-Posts auf Deutsch, 50 Instagram-Posts auf Französisch und 50 Instagram-Posts auf Deutsch.

Grundlegend für die Selektion der Beiträge war, dass die Posts einen Ausdruck (möglicherweise auch als Hashtag realisiert) zum Thema Guerilla Gardening beinhalten (#guerillagardening, #guerrillagardening, #greenguerilla, #guerillagärtner #guerillagärtnerin). Die Posts wurden nach dem Zufallsprinzip ausgewählt, um keine subjektiv geprägte Vorauswahl vorzunehmen und auf diese Weise möglichst repräsentative Daten zu erhalten.

Nach einer ersten Sichtung des Materials fällt auf, dass das Phänomen mit Hilfe der erhobenen Daten unter verschiedenen Facetten beobachtet werden kann: Es gibt – wie erwartet – engagierte Aktivist*innen, die ihre eigene Aktivität für die Öffentlichkeit darstellen, jedoch zählt man auch viele Nutzer*innen, die das Phänomen erst entdecken und sich aus einer externen Perspektive dazu äußern, bzw. darüber debattieren. Zudem sind manche Posts nur indirekt mit dem Phänomen verbunden. Der Hashtag #guerillagardening und seine Varianten dienen auch zum Framing von vergleichbaren Aktivitäten, die zum „do-it-yourself (DIY) urbanism“ (Finn 2014) gehören. Damit werden Aktionen bezeichnet, die die von Bewohner*innen initiierte Umgestaltung des städtischen Wohnraums fokussieren, die die Qualität des öffentlichen Raums erhöhen sollen (Streetart, illegale Möblierung der

Stadt ...). Der Hashtag dient hier zur Vernetzung zwischen ähnlichen Aktionen.

4 Korpusanalyse

X- und Instagram-Posts sind Kommunikationsformen (i. S. v. Brinker 2010: 127) und keine Textsorten, d. h. sie können verschiedene, auch sich überschneidende Textfunktionen erfüllen und vielfältige sprachliche Formen realisieren. „Die Kommunikationssituation wird entscheidend durch das Medium bestimmt, das zur Übermittlung von Texten eingesetzt wird“ (ebd.: 127). Die Frage ist, ob dabei neue (digitale) Textsorten entstehen oder ob einfach traditionelle Diskurstraditionen übernommen und Veränderungsprozessen unterworfen werden, so dass es zu Hybridisierungen kommt (Yus 2020). Im Folgenden werden die analysierten Posts nach ihren Textfunktionen und rekurrenten sprachlichen Realisierungen typologisiert.

4.1 Bewerten

Die Hauptfunktion in dieser Kategorie ist es, Stellung zu GG zu beziehen. Neben der sprachlichen Ausformulierung ist diese Positionierung auch auf der Basis von Likes möglich. Emojis spielen eine zentrale Rolle, um den Aussagegehalt im Sinne der Sender*innen zu modifizieren bzw. zu verankern (Dürscheid 2020), sodass Missverständnisse möglichst vermieden werden. Die soziale Kohäsion innerhalb der Community kann auf diese Weise gestützt werden. Auffällig ist in den Posts weiterhin, dass der GG-Diskurs stark mit dem Ausdruck von Emotionen verknüpft sein kann.

Aus der Analyse geht hervor, dass X häufiger für Debatten genutzt wird als Instagram. Vor allem im deutschen X-Korpus finden sich in Posts, in denen GG kritisiert wird:

(3-KOMM) [...] Leidernicht sooo einfach: Guerilla-Gardening ist ja ganz in Ordnung, aber ein Baum braucht Aufmerksamkeit und Pflege. (X-DE 9)

(4-KOMM) [...] Nenn es guerilla gardening und schon bist du hip oder so ähnlich (X-DE 12)

(5-KOMM) [...] Ich spucke Kirschkerne in die Gegend und nenne es #Guerillagardening - zählt das auch? 😊 (X-DE 86)

In (3) äußert ein*e User*in eine generelle Wertschätzung dafür, weist aber zugleich darauf hin, dass eine singuläre Pflanzaktion nicht ausreichend sei, sondern dass die angelegten Beete eine kontinuierliche Pflege erfordern, was aus seiner/ihrer Sicht nicht allen Aktivist*innen bewusst zu sein scheint.

Deutlicher ist die Kritik in (4), wenn der User/die Userin herausstellt, dass es sich bei der eigentlichen Aktivität des Bepflanzens keineswegs um eine Neuerung handle, sondern dass sich das „Neue“ in erster Linie aus der Bezeichnung ergebe. Etwas humorvoller wird die Kritik in (5) kommuniziert. Der User/die Userin vergleicht das Verteilen von Saatbomben mit dem Ausspucken von Kirschkernen und hebt damit die Alltagsnähe der Aktivität hervor, mildert die Kritik jedoch durch das augenzwinkernde Emoji ab.

Im Kontext bewertender Posts lässt sich im französischen Korpus lediglich eine negative Bewertung nachweisen (6). Hier zweifelt der User/die Userin die Wirksamkeit von Saatbomben und damit die politische Dimension von GG an. Die Umweltzerstörung könne dadurch nicht behoben werden:

(6-KOMM) [...] Faut quand même être assez co... heu... naï... heu... pouet!
 Pour penser que des petites bombes de graines vont changer quoi que ce soit au
 grand bordel ambiant...
 #MonVoisinLeParisien [...]² (X-FR-81)

4.2 Auffordern

Wie bereits erwähnt, kann GG in Sozialen Medien mit einer Form von digitalem Aktivismus gleichgesetzt werden: In der Typologie von Fielitz/Staemmler (2020) entspricht das Phänomen Formen von „Klick-Aktivismus“³ und „Hashtagaktivismus“⁴. In den Belegen dieser Kategorie lassen sich einfache Aufforderungen, häufig realisiert durch Imperativsätze, nachweisen („Faites pousser !“, X-FR 25)⁵. Auch mittels Infinitivsätzen sollen andere User*innen dazu aufgefordert werden, GG-Aktivitäten in ihren Alltag zu integrieren und so die Bewegung zu stärken. Mit dieser Form wird die Auf-

² [Man muss schon ziemlich Idio.. äh nai.. äh...puh! Um zu glauben, dass kleine Samenbomben etwas an dem großen Durcheinander ändern werden, in dem wir leben... #MeinNachbarDerPariser]

³ Der Klick-Aktivismus besteht darin, sich für oder gegen etwas zu äußern, eine Form von Aktivismus, in der man hinter seinem Bildschirm sitzen bleiben kann: „Zu Klick-Aktivismus zählen wir die individuelle Produktion und Verbreitung von politischen Aussagen und Meinungen in den Teilöffentlichkeiten sozialer Medien, Chatgruppen oder E-Mail-Verteilern“ (Fielitz & Staemmler 2020: 430).

⁴ Die Variante Hashtag-Aktivismus legt mehr Wert auf die Vernetzung von gleichdenkenden Menschen: „Hashtag-Aktivismus entsteht, wenn sich öffentlich Äußerungen in sozialen Medien auf ein thematisches Kürzel beziehen, um über Reichweitenverstärkung die politische Öffentlichkeit zu erreichen“ (Fielitz & Staemmler 2020: 431).

⁵ [Lasst es wachsen!]

forderung weniger gezielt adressiert, formuliert aber eine Art Aktionsprogramm wie die Teiltexthe eines Kochrezepts („Cr  er un gang de terroristes fleuristes et r  pandres des fleurs en guerilla gardening“, X-FR 21)⁶

Die Aufforderung kann in komplexer Form realisiert werden und auf bekannte Textsorten referieren. Denn ebenfalls mit der Zielsetzung, andere User*innen dazu aufzufordern, zu *guerilleres* zu werden, wird die Textsorte „Tutorial“ (insbes. auf Instagram) verwendet, in deren Rahmen die Sender*innen u. a. *seedbombs* vorstellen. Das Schildern individueller Erfahrungen nimmt in diesen Posts breiten Raum ein. GG wird auf diese Weise als niedrigschwellige Aktivität konzeptualisiert. Am Ende des Posts wird die Community direkt adressiert und gefragt, ob sie bereits Erfahrungen mit dem Herstellen von Saatbomben hat:

(7-KOMM) [...] Ich habe gerade Seedbombs gemacht. Die müssen jetzt etwa noch zwei Tage trocknen und dann können sie ausgeworfen werden.    [...] Seedbombs sind kleine Kugeln aus Erde und Pflanzensamen. Ich habe sie mit einer Blumenmischung für Bienen gemischt. Wenn sie getrocknet sind, dann kann man sie auf die Erde werfen und beim nächsten Regen wächst etwas schönes daraus    In meiner Stadt gibt es leider nicht so viele Grünflächen und auch kaum schöne Blumen. Das sieht hässlich aus und die armen Bienen bekommen auch nichts zum essen. [...] Habt ihr schon einmal Seedbombs gemacht? #urbangardening [...] (I-DE 33)

In einem weiteren Beleg (I-DE 9) aus dem deutschen Instagram-Korpus wird im visuellen Teil ein neu angelegtes Beet mit Baumscheiben am Rande eines Gehwegs gezeigt, während im verbalen Teil eine Dokumentation in vier Schritten ähnlich einer Gebrauchsanweisung erfolgt. Daran schließt eine infinitivisch realisierte Aufforderung zum Nachmachen („Gerne nachahmen“) an. In einem der positiven Kommentare auf den Post nimmt ein*e User*in eine Ergänzung vor und integriert dabei Fachwissen zum Anlegen eines Beetes. In diesem Beleg liegt somit ein Beispiel vor für die Selbstdarstellung von User*innen und das diskursive Aushandeln des Expert*innenstatus, insbesondere durch die Adressierung einer dritten Person am Ende des Posts:

(8-KOMM) Sieht gut aus    Und bei   bersch  ttungen im Wurzelbereich auf die Baumart achten. Nicht alle Bäume vertragen eine solche Veränderung im Wurzelbereich. Rotbuche kann zum Beispiel langfristig durch absterben oder Teil absterben reagieren... @hortus[...]⁷ kannst Du da mehr zu sagen? (I-DE 9)

⁶ [Eine Floristen-Terroristenbande gründen und Blumen durch Guerilla Gardening verbreiten.]

⁷ Wir nutzen hier und im Folgenden Auslassungszeichen in Zitaten zur Unkenntlichmachung von Accountnamen und spezifischen Ortsangaben, um Anonymisierung zu gewährleisten.

Das diskursive Aushandeln des Expert*innenstatus lässt sich auch im deutschen Instagram-Korpus finden, wenn ein Benennen der angepflanzten Blumen mit ihren Fachbegriffen und das Vermitteln von Hintergrundinformationen zu Herkunft und Vorkommen der Pflanzen erfolgt. Zugleich wird der fachliche Charakter des Posts durch Einstreuen von persönlichen Erfahrungen abgeschwächt. In Bezug auf die multimodale Konzeption fällt die Mehrfachcodierung der lilafarbenen Blume „Malve Silvestris“ auf, die im verbalen Text mittels des botanischen Fachterminus klassifiziert und räumlich („im Vordergrund“) verankert wird. Auf dem Foto dominiert sie auch tatsächlich den Bildvordergrund. Das lilafarbene Blumenemoji im ersten Satz wiederum weist einen deutlichen Bezug zur verbal benannten und zugleich abgebildeten Pflanze auf.

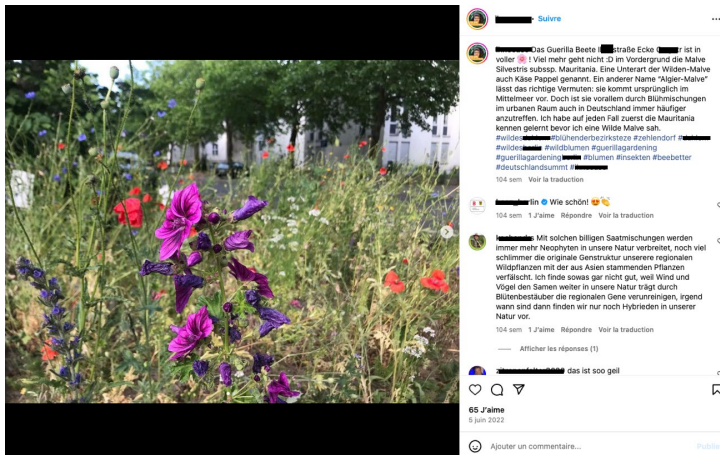


Abb. 1: Aushandeln von Expertise am Beispiel eines GG-Projekts (I-DE 11)

(9-CAPT) Das Guerilla Beete [...]straße Ecke [...]str ist in voller 🌸 ! Viel mehr geht nicht :D im Vordergrund die Malve Silvestris subssp. Mauritania. Eine Unterart der Wilden-Malve auch Käse Pappel genannt. Ein anderer Name „Algier-Malve“ lässt das richtige Vermuten: sie kommt ursprünglich im Mittelmeer vor. Doch ist sie vorallem durch Blümmischungen im urbanen Raum auch in Deutschland immer häufiger anzutreffen. Ich habe auf jeden Fall zuerst die Mauritania kennen gelernt bevor ich eine Wilde Malve sah. #wildesd[...] [...] (I-DE 11)

Der Post zieht einen sehr kritischen Kommentar nach sich, der die Ausbreitung nicht einheimischer Pflanzen durch GG-Aktivitäten und Saatbomben kritisiert, da so die Biodiversität reduziert werde:

(10-KOMM) Mit solchen billigen Saatmischungen werden immer mehr Neophyten in unsere Natur verbreitet, noch viel schlimmer die originale Genstruktur unserer regionalen Wildpflanzen mit der aus Asien stammenden Pflanzen verfälscht. Ich finde sowas gar nicht gut, weil Wind und Vögel den Samen weiter in unsere Natur trägt durch Blütenbestäuber die regionalen Gene verunreinigen, irgendwann sind dann finden wir nur noch Hybriden in unserer Natur vor. (I-DE 11)

Auch im französischen Korpus werden Posts formuliert, in denen die User*innen sehr konkrete Tipps mit der Community teilen. In unserem Beleg I-FR 25 erfolgen zudem eine etymologische Bedeutungserklärung und eine botanische Verortung einer Pflanze. Auf diese Weise stellt sich die Person als Expert*in in diesem Bereich dar (cf. Marwick/boyd 2011). Ein belehrender Duktus wird durch den Gebrauch umgangssprachlicher Formulierungen vermieden („Pariétaire de Judée 🌱 Cette plante s'accroche à tout ce qui peut ressembler à du béton ou de la pierre. Normal, ‚paries‘ en latin ça veut dire ‚mur‘.“).⁸ Auch wird humorvoll mit der Informationsfülle umgegangen, die nicht auf der eigenen Expertise, sondern auf dem Wissen von Freund*innen und Handbüchern beruhe.

In einer Reihe Posts geht es schließlich darum, umgesetzte GG-Projekte zu dokumentieren und sehr detailliert auf Veränderungen einzugehen:

(11-KOMM) [...] Update von der Kreuzung #z[...]dorfeiche - durch die sonnige, exponierte Lage sind viele der Pflanzen ihren Schwestern in anderen Beeten des Bezirks ca. 1 Woche im Wachstum voraus. Wie die Wilde Karde im zweiten Bild - der Klatschmohn im ersten Bild wächst auch prächtig. Nur der eine Ast wurde rausgezogen. #guerillagardening [...] (I-DE 10)

4.3 Vernetzen

Die analysierten Posts ermöglichen Interaktion und damit die Kollektivbildung (cf. von der Haide et al. 2011: 269 zum Gedanken der Solidarität unter Guerilla-Gärtner*innen). Im Rahmen der Textsorte „Veranstaltungsinformation“ werden Angebote zur Vernetzung unterbreitet oder erfragt:

(12-KOMM) @H[...]Green: Y a des groupes de guerilla gardening sur Paris ? Ça m'intéresse mais j'ai l'impression que depuis le COVID, c'est un peu mort. Donc si quelqu'un a des infos, un grand merci ! (X-FR 14)⁹

⁸ [Parietaria judaica 🌱 Diese Pflanze klammert sich an alles, das wie Beton oder Stein aussieht. Na klar, ‚paries‘ im Lateinischen bedeutet ‚Mauer‘.]

⁹ [Gibt es Guerilla Gardening-Gruppen in Paris? Das würde mich interessieren, aber ich habe das Gefühl, dass es seit COVID ein bisschen tot ist. Wenn also jemand Infos hat, vielen Dank!]

(13-KOMM) @c[...]garten: Neues Projekt gestartet! Wer macht mit? #urbangardening #publicspacegardening #guerillagardening #mitmachen #mitwirken #mitgärtnern #[...] #[...] #berlin [...] (X-DE 44)

Diese Formen von digitalen Anzeigen ermöglichen eine Vernetzung der Teilnehmenden dank typischer Zeichen wie Hashtags, die einen Ort (12, 13) oder eine Aktion bezeichnen.

Neben dieser digitalen Variante einer traditionellen Textsorte lässt sich das Bilden eines Kollektivs auch an der Verwendung der Pronomen beobachten. Das ist bei Instagram-Tutorials besonders auffällig. Was den Gebrauch der Subjekt-Personalpronomina in der 1. Person Plural („Wir“, *nous*) bzw. in der 1. Person Singular („Ich“, *je*) angeht, so fällt auf, dass die Sender*innen sich auf Instagram vor allem in der 1. Person Singular bezeichnen. Im deutschsprachigen Instagram-Korpus lassen sich insgesamt 124 Belege von „ich“ gegenüber 30 Belegen von „wir“ nachweisen, im französischen Teilkorpus sind es 70 von „je“ gegenüber 22 von „nous“. Eine Erklärung für diesen für beide Instagram-Teilkorpora vergleichbaren Befund könnte das Teilen persönlicher Erfahrungen mit GG sein, die zwar einerseits als Einzelaktionen realisiert werden, zugleich aber zur Nachahmung aufrufen. Primär werden dabei Saatbomben, Gärtnerwerkzeug oder angelegte Beete gezeigt, um Prozesse und Resultate zu illustrieren. Statt der sehr seltenen Abbildungen einzelner Personen oder Gruppen dominieren im Korpus Körperteile wie Hände und Arme, die für das Durchführen von Gärtneraktivitäten unabdingbar sind. Während verbal eine Community konzeptualisiert wird, manifestiert sich diese nur bedingt visuell.

4.4 Ästhetisieren

GG und insbesondere seine mediale Darstellung berührt die ästhetische Dimension. Laut der Definition von Tracey (2007) handelt es sich bei GG um eine Aktivität, die den Aktivist*innen Freude bereite, als lebensbejahend, zugleich aber radikal einzuordnen sei und sich durch sehr kreative und individuelle Formen der Umsetzung auszeichne: „fun“, „fundamental“, „radical“, „your right“, „creative“, „diverse“, „political“, „ecological“, „organic“, „life-affirming“ (2007, 28), was sich einerseits auf der Ebene der Bepflanzungen, zugleich aber auch in ihrer medialen Darstellung widerspiegele. Gralińska-Toborek (2021) zeigt, wie das Phänomen zu offiziellen Lösungen führen kann, wie es institutionalisiert und manchmal kommerzialisiert wird. Dabei betont sie dessen ästhetische Dimension. Diese Funktion wird insbesondere bei Instagram genutzt, da hier vor allem mit Hilfe von Fotos kommuniziert

wird, jedoch lassen sich auch bei X Belege für eine inhaltlich komplexe Konnexion verbaler und visueller Elemente finden.

Bildelemente sind für Instagram konstitutiv, auch wenn diese durch verbalen Text in Form von Posts oder Kommentaren ergänzt werden können. Daher ist auch die bereits weiter oben aufgeworfene Frage von Relevanz, wie die Bildelemente gestaltet sind. Im Instagram-Korpus werden häufig Saatkugeln als Bildelemente verwendet. Dies sei an dieser Stelle anhand eines Belegs aus dem deutschen Korpus (Abb. 2) illustriert, in dem mehrere Tütchen mit Saatkugeln abgebildet sind, dazu eine grüne Pflanze und die Hand einer Person, die vier Saatkugeln hält. Während die meisten User*innen mit dem Abbilden von Saatkugeln kein kommerzielles Interesse verfolgen, sondern der Community ein Instrument für GG an die Hand geben möchten, zeichnet sich Abb. 2 aufgrund der einheitlichen Verpackung, der applizierten Etiketten und dem Logo durch eine vergleichsweise große Professionalität aus. Der Post stammt von einem Gartencenter, das die Saatkugeln in seinem Sortiment hat. Im Korpus stellen Posts mit kommerzieller Intention aber die Ausnahme dar. Inhaltlich handelt es sich um das verpackte Produkt, das Produkt selbst, das Resultat sowie das Symbolisieren des Aktes des Aussäens. Im verbalen Text erfolgt der Aufruf zum Durchführen eigener GG-Aktivitäten durch das Aussäen von Saatkugeln. Die Aufforderung wird mittels der eingängigen Trias „Werfen – warten – staunen“ versprochen:

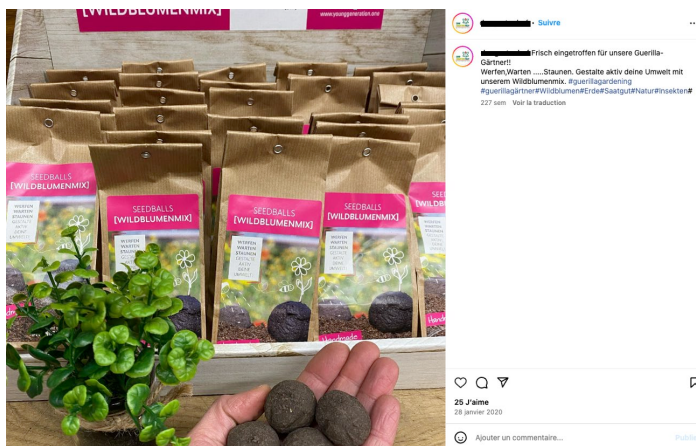


Abb. 2: Ästhetische Aufmachung von Saatkugeln zu kommerziellen Zwecken (I-DE 25)

Im Beleg (X-DE 101, Abb. 3 links) aus dem deutschen X-Korpus ist ein Baumstamm zu sehen, um den mit Hilfe eines Drahts zwei kleine Schaufeln gebunden sind. Es handelt sich um GG-Utensilien, sodass in Bezug auf die multimodale Verknüpfung eine visuell-verbale Instrumentalisierung vorliegt. Im verbalen Text heißt es nämlich: „Auf dem Nachhauseweg: Das Werkzeug von Guerilla Gardening – Stadtguerilla – weit und breit kein Garten, aber viele bepflanzte Baumscheiben“. Durch die Schilderung der Wahrnehmungen wird die Wirksamkeit von GG herausgestellt: Auch wenn die Menschen keinen Garten besitzen, werden fleißig GG-Aktivitäten durchgeführt, symbolisiert durch das entsprechende Werkzeug.

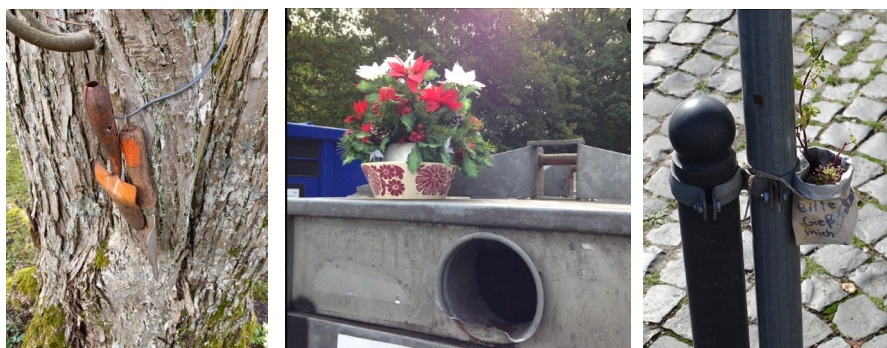


Abb. 3: Ausschnitte aus li: (X-DE 101), mi: (DE-X 102), re: (DE-X 104)

Visuell-verbaler Humor wird in Beleg (DE-X 102) aus dem deutschen X-Korpus sichtbar. Der visuelle Teil (Abb. 3. Mitte) zeigt einen Altglascontainer, auf dem eine Keramikschale mit blühenden Christsternen in Rot und Weiß abgestellt worden ist. Im verbalen Text erfolgt durch das Deiktikum „das“ ein unmittelbarer Bezug auf die gesamte Situation, indem die Userin, vermutlich nicht ganz ernst gemeint, fragt, ob es sich hierbei um eine GG-Aktion handeln könne: „Ist das dieses Guerilla Gardening, vom dem alle reden?“ Worauf beruht der Humor in diesem Post? Einerseits ist es dysfunktional, blühende Pflanzen an einem Altglascontainer zu entsorgen. Der Container wird dadurch ästhetisch aufgewertet, was den üblichen Erfahrungen mit dieser Art Müllsammelbehälter (zersplittertes Glas, Gefäße, ...) entgegenläuft. Zugleich bedarf es beim GG in der Regel des Einpflanzens bzw. Aussäens in Erde und/oder das Platzieren an bestimmten Orten – das Abstellen einer Pflanzschale auf einem Müllcontainer gehört aber nicht dazu.

Der humorvolle Charakter des Posts wird in den Kommentaren aufgenommen, z. B.: „Sieht eher nach Schrottwichteln aus“ (DE-X-102). Trotz des nicht ernsthaften Bezugs auf GG zeigt der Post dennoch, dass das Phänomen in der Öffentlichkeit wahrgenommen und als Diskussionsanlass angesehen wird.

Als letztes Beispiel für die multimodale Verknüpfung wird der Beleg (DE-X 104) aus dem deutschen X-Korpus angeführt, in dem es in erster Linie um die lokale Verankerung des Bildelements durch den verbalen Text geht. Der Post enthält eine Detailaufnahme einer Straße mit Kopfsteinpflaster und dem Pfahl eines Straßenschilds, daneben ein Metallpoller; an dem Pfahl ist mit einem Stück Paketband ein Papiersäckchen befestigt, in dem eine kleine Rose sprießt, mit der Aufschrift: „Bitte gieß mich“ (Abb. 3 rechts). Der visuelle Text ist ohne verbale Verankerung verständlich, es handelt sich um ein konkretes Beispiel von GG, das analog an Mitbürger*innen appelliert, sich an der Pflege der Pflanze zu beteiligen. Im verbalen Teil des Posts erfolgt die lokale Verankerung: „Guerilla Gardening. Irgendwo auf dem Domplatz Erfurt.“ Es ist davon auszugehen, dass der Post die Funktion hat, das Wiedererkennen des Pflanzorts durch die Community zu gewährleisten.

5 Fazit

Im vorliegenden Beitrag wurde deutlich, dass es sich bei GG um eine gesellschaftliche Praxis handelt, die „dezentral, kreativ und mit geringer Ausstattung versuch[t], eine alternative, gerechtere Gesellschaft aufzubauen und emanzipatorische Konzepte umzusetzen. Damit stehen sie im Widerspruch zur neoliberalen globalisierten Wirtschaftspolitik.“ (von der Haide et al. 2011: 268) Um sich mit gleichgesinnten *guerilleres* zu vernetzen, weitere Mitstreiter*innen für eine „Raum- und Stadtplanung von unten“ (ebd.: 270) zu gewinnen und auch mit dem Ziel, selbst angelegte Pflanzbeete zu schützen, stellen die GG-Aktivist*innen ihre Aktivitäten in den Sozialen Medien dar, wodurch diese eine im Gegensatz zur starken lokalen Verankerung stehende Erweiterung im globalen Raum finden.

Die Analyse zeigt, dass Soziale Medien neue Kommunikationsformen zur Verfügung stellen, um die Aktivitäten der *guerilleres* darzustellen. X scheint besser dazu geeignet, über das Phänomen zu debattieren, seine eigene Meinung auszudrücken, oder sich einfach zu vernetzen. Instagram hingegen hat eine größere ästhetisierende und werbungsähnliche Funktion. Projekte werden dort einfacher dokumentiert. Es werden auch sehr konkrete Anleitungen in Tutorials gegeben, um das Phänomen zu promoten.

Außerdem lassen sich Sprach- und Kulturspezifika in der Positionierung der User*innen beobachten. GG wird im französischen Korpus weniger kritisiert und findet mehr Zuspruch. Im deutschen Korpus lassen sich sowohl in den Posts als auch in den Kommentaren zahlreiche Belege für das diskursive Aushandeln des Expert*innenstatus finden. Fachwissen wird insbesondere in Bezug auf Pflanzennamen, Herkunft und Pflege der Pflanzen und ihre Integration in die heimische Flora vermittelt, zumeist begleitet jedoch

vom Abschwächen der eigenen Expertise durch das Schildern persönlicher Erfahrungen. Dies könnte mit dem Streben nach dem kommunikativen Herstellen von Gemeinschaft auf Augenhöhe erklärt werden.

Die Korpusanalyse zeigt, dass das Phänomen als Beispiel für eine partizipative Internetkultur steht, die auf virale Verbreitungsprozesse setzt, um einen sozialen und ökologischen Wandel im Kontext der Klimakrise auszulösen. Aufschlussreich ist die Relation zwischen Individuum und Kollektiv. Während auf der visuellen und verbalen Ebene die Darstellung von Einzelaktivitäten von Individuen dominiert, besteht ein Ziel der kommunikativen Verarbeitung von GG in der Vernetzung bzw. dem Herausbilden eines Kollektivs, dessen Mitglieder gemeinsam für dasselbe Ziel eintreten.

Literatur

- Bird, S. Elizabeth (2011): Are we all producers now?: Convergence and Media Audience Practices. In: *Cultural Studies* 25 (4–5), 502–516.
- Bodden, Tamara / Montag, Annegret (2024): Gaming for a better world? Kommunikationspraktiken auf Twitch im Kontext gesellschaftlicher Klimakrisendiskurse. In: *Aptum. Zeitschrift für Sprachkritik und Sprachkultur* 20 (3), 331–348.
- Brinker, Klaus (2010): *Linguistische Textanalyse: eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*. 7. Aufl. Berlin.
- Damblé, Ophélie (2019): *Guerilla green: guide de survie végétale en milieu urbain*. Paris.
- Dürscheid, Christa (2020): Schreiben in Sozialen Medien. Bestandsaufnahme und Perspektiven. In: Konstanze Marx / Henning Lobin / Axel Schmidt (Hg.): *Deutsch in Sozialen Medien: interaktiv – multimodal – vielfältig*. Berlin, Boston, 35–49.
- Du Bois, John W. (2007): The stance triangle. In: Robert Englebreton (Hg.): *Stancetaking in discourse: subjectivity, evaluation, interaction*. Amsterdam, 139–182.
- Fielitz, Maik / Staemmler, Daniel (2020): Hashtags, Tweets, Protest? Varianten Des Digitalen Aktivismus. In: *Forschungsjournal Soziale Bewegungen* 33 (2), 425–441.
- Finn, Donovan (2014): DIY urbanism: implications for cities. In: *Journal of Urbanism: International Research on Placemaking and Urban Sustainability* 7 (4), 381–398.
- Giaufret, Anna (2015): L'éthos collectif des guerrilla gardeners à Montréal : entre conflictualité et inclusion. In: *Argumentation et Analyse du Discours* 14, <https://doi.org/10.4000/aad.1978>.
- Gralińska-Toborek, Agnieszka (2021): The aesthetics of green guerrilla. From activism to fine art. In: *On the W@terfront* 63 (1), 3–29.
- Heinemann, Wolfgang / Viehweger, Dieter (1991): *Textlinguistik. Eine Einführung*, Tübingen.
- Marwick, A. / boyd, danah (2011): I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience. In: *New Media & Society* 13 (1), 114–133.

- Meier, Stefan (2011): Multimodalität im Diskurs. Konzept und Methode einer multimodalen Diskursanalyse. In Reiner Keller / Andreas Hirsland / Werner Schneider (Hg.): *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse 1*. Wiesbaden, 499–532.
- Millie, Andrew (2023): Guerrilla Gardening as Normalised Law-Breaking: Challenges to Land Ownership and Aesthetic Order. In: *Crime, Media, Culture* 19 (2), 191–208.
- Reynolds, Richard (2008): *On Guerilla Gardening*. London.
- Roether, Valentina / Reszke, Paul / Böhm, Felix (2024): #Klima. Mediale Logiken eines Diskurses. In: *Aptum. Zeitschrift für Sprachkritik und Sprachkultur* 20 (3), 241–257.
- Sackey, Donnie Johnson (2022): Without permission: guerrilla gardening, contested places, spatial justice. In: *Review of Communication* 22 (4), 364–77.
- Tienken, Susanne (2013): Sharing. Zum Teilen von Erzählungen in Online-Foren. In: Laura Álvarez López / Charlotta Seiler Brylla / Philip Shaw (Hg.): *Computer-mediated discourse across languages*. Stockholm, 17–43.
- Tracey, David (2007): *Guerrilla gardening: a manual*. Gabriola Island.
- Von der Haide, Ella / Halder, Severin / Jahnke, Julia / Mees, Carolin (2011): Guerilla Gardening und andere politische Gartenbewegungen. Eine globale Perspektive. In: Christa Müller (Hg.): *Urban Gardening. Über die Rückkehr der Gärten in der Stadt*. München, 266–278.
- Yus, Francisco (2021): Los textos digitales y multimodales. In: Óscar Loureda / Angela Schrott (Hg.): *Manual de lingüística del hablar*. Berlin/Boston, 325–344.

Dominique Dias: Germanistische Sprachwissenschaft
(dominique.dias@sorbonne-universite.fr)
Nadine Rentel: Romanistische Sprachwissenschaft
(nadine.rentel@fh-zwickau.de)