

20. Hochschultage Berufliche Bildung an der Universität Siegen

Ein Beitrag zur Fachtagung „FT 15 Politik und Wirtschaftslehre – Politische Bildung an beruflichen Schulen im Kontext einer digitalisierten Arbeitswelt

Rechtspopulistische Memes in WhatsApp – Eine Annäherung an den Gegenstandsbereich propagandisti- scher Memes und deren Thematisie- rung im politischen Unterricht

Dipl.-Wirtl. Sebastian Schmitz

Inhaltsverzeichnis

1	Rechtspopulistische Memes.....	3
2	WhatsApp als omnipräsentes Kommunikationsinstrument für chauvinistische Memes.....	5
2.1	WhatsApp als omnipräsentes Kommunikationsinstrument	5
2.2	Chauvinistische Memes bei WhatsApp	6
3	Ein Interventionsvorschlag	8
	Literaturnachweise	12

Rechtspopulistische Memes in WhatsApp – Eine Annäherung an den Gegenstandsbereich propagandistischer Memes und deren Thematisierung im politischen Unterricht

Die „Smartphonisierung“ der Welt hat auch die Art und Weise, wie Menschen miteinander in Kontakt treten, massiv beeinflusst. Die Kommunikation ist dabei nicht nur schneller, ortsunabhängiger und somit omnipräsenter geworden, sondern vor allem auch deutlich visueller. So treten, neben der auditiven und textlich vermittelten Kommunikation, immer häufiger auch visuelle Elemente hinzu, die die bisherigen Botschaften entweder ergänzen oder ersetzen (zum Beispiel Emojis). Eine besonders beliebte Variante dieser neuartigen Kommunikationsformen ist die Meme-basierte Kommunikation. Sie entstand im Umfeld des jungen Web 2.0 und verbindet zumeist ein visuell-popkulturelles Element mit einer textlich vermittelten Botschaft, aus dessen Dissonanz ein spezifischer Unterhaltungswert entsteht. Ziel dieses Aufsatzes ist es, diese neue Kommunikationsform vorzustellen und zugleich auf das Problem hinzuweisen, dass mit den „humoristischen“ Inhalten nicht selten auch rechtspopulistisches Gedankengut verbreitet wird. Zu Beginn werden hierzu einige Memes vorgestellt und begrifflich umrissen (1.). Anschließend erweitert sich der Blick auf die Fragestellung, wie weit diese Memes verbreitet sind und welche Mechanismen diese Verbreitung in WhatsApp vorantreiben (2.). Abschließend folgt ein dreiteiliger Interventionsvorschlag zur schulpraktischen Präventionsarbeit (3.).

1 Rechtspopulistische Memes

Die nachstehend abdruckten Memes stammen aus WhatsApp-Gruppen von Schülerinnen und Schüler im Alter von 15 bis 25 Jahre. Sie wurden im Rahmen verschiedener Pretests erhoben.

Abbildung 1: Rechtspopulistische Memes





All diesen Memes gemein ist der Versuch, die eigene Konsumattraktivität zu steigern, indem sie ihre Botschaft im Deckmantel des Humors verpacken (Shifman, 2014). Dabei reicht die Machart dieser Memes von vermeintlich unterhaltsamen Wortwitzen über fragwürdige Vergleiche bis hin zu menschenverachtenden Herabwürdigungen. Im Kern beinhalten diese Memes dabei Botschaften, die die Zugehörigkeit von Menschen zu einer spezifischen Gruppe suggerieren und zugleich hierarchisieren, indem sie die eigene Gruppe auf- und die fremde abwerten. Neben diesen gesellschaftlich segmentierenden Elementen finden sich ebenfalls rassistische Ressentiments sowie geschichtsrevisionistische Darstellungen, die vor allem die nationalsozialistischen Verbrechen verharmlosen.¹ Um diese Vielfalt an abwertenden Elementen begrifflich fassen zu können, wird fortan der Terminus „chauvinistisch“ verwendet, da dieser im ursprünglichen Sinne eine „übersteigerte Vaterlandsliebe bzw. -begeisterung“ beschreibt, „die zur Diskriminierung anderer Nationen, Staaten oder Völker sowie u. U. zur Kriegshetze führen kann“ (Hillmann, 1994, S. 126). Damit umfasst dieser Begriff sämtliche Formen gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit und schafft es zugleich, den Wesensgehalt dieser abwertenden beziehungsweise feindseligen Darstellungen hervorzuheben. Neben dieser adjektivischen Konkretisierung ist es ebenfalls geboten, die Begrifflichkeit des Memes kurz zu umreißen. Ursprünglich wurde der Begriff 1976 von Richard Dawkins eingeführt, der mit seiner Theorie der Memetik die Überlegungen der Genetik auf soziokulturelle Vermittlungsprozesse anwendete. Hierzu übertrug er die Kernthesen der Genetik (bezüglich der Reproduktion und Verbreitung von Erbinformationen) auf soziokulturelle Inhalte (Shifman, 2014; Dagsson Moskopp & Heller, 2013). Analog zum biologischen Gen schuf er hierzu das Konstrukt des Memes², als kleinste replizierbare Informationseinheit. Doch weder der Meme-Begriff noch Dawkins Theorie schafften den Sprung in die breite Öffentlichkeit. Dies änderte sich erst im Zuge der digitalen Vernetzung, als sich seine Wortneuschöpfung „Meme“ zum

¹ Zwecks Vollständigkeit ist an dieser Stelle anzumerken, dass im Rahmen der Erhebungen neben rechtspopulistischen beziehungsweise rechtsextremistischen Inhalten ebenfalls Materialien auftauchten, die dem linken Spektrum zuzuordnen sind. Ihre Quantität war jedoch deutlich geringer.

² Der Ausdruck „Mem“ ist eine begriffliche Entlehnung aus der Genetik. Analog zur Übertragung der Erbinformationen über die Gene, formulierte Dawkins den Begriff Mem als Informationsspeicher für soziokulturelle Bewusstseinsinhalte. Dabei summierte er unter den Begriff des Memes sämtliche kulturspezifischen Inhalte, die über gesellschaftliche Prozesse weitergegeben werden. Die Verwendung des Mem-Begriffes als eine spezifische Ausdrucksform der digitalen Internetkultur ist daher deutlich enger gefasst, als es Dawkins in seiner Theorie vorsah. In diesem Aufsatz wird diese Unschärfe zugunsten einer erleichterten Zugänglichkeit hingenommen und der Mem-Begriff im popkulturellen Verständnis verwendet.

Synonym einer digitalen Ausdrucksform entwickelte, die die junge Internetkultur adaptierte und der sie zu großer Popularität verhalf.³ Daher ist der Meme-Begriff heute stark mit dem Internetphänomen humoristischer Visualia verbunden, die allgemein als Meme beziehungsweise Internet-Meme bezeichnet werden. Gemeint sind hiermit in der Regel kompakte Fotocollagen, die ein visuell-popkulturelles Element mit einer textlich vermittelten Botschaft verknüpfen und somit einen spezifischen Unterhaltungswert generieren (Dagsson Moskopp & Heller, 2013).

Gemäß einer repräsentativen Umfrage des Branchenverbands Bitkom im Jahr 2019 hat mehr als jeder dritte Internetnutzer (36%) bereits selbst einmal Memes öffentlich geteilt. Dabei sprechen ihnen besonders die Jugendlichen im Alter von 16 Jahren bis 29 Jahren eine besondere Attraktivität zu. In dieser Gruppe gaben 43% der befragten an, Memes regelmäßig in privaten Instant-Messengern, wie WhatsApp, zu verwenden.⁴ Damit zeigt sich einerseits, dass eine Vielzahl der Internetuser Memes als spezifische Kommunikationsform nutzen und andererseits, dass Memes insbesondere durch Instant-Messenger verbreitet werden.

2 WhatsApp als omnipräsentes Kommunikationsinstrument für chauvinistische Memes

2.1 WhatsApp als omnipräsentes Kommunikationsinstrument

In diesen Abschnitt wird die Reichweite von WhatsApp thematisiert und anschließend kommunikationspsychologisch ergründet. Dabei beziehen sich die nachfolgenden Daten auf die Ergebnisse der aktuellen JIM-Studie (2018), die alljährlich das digitale Konsumverhalten der 12- bis 19-jährigen repräsentativ erhebt. Gemäß der JIM-Studie nutzen Jugendliche im Alter von 16 bis 19 Jahren täglich (von Montag bis Freitag) 237 Minuten das Internet. 36% dieser Zeit verwenden sie für ihre Kommunikation, 32% entfallen auf den Bereich Unterhaltung, weitere 21% auf Onlinespiele und 10% auf den Bereich Informationssuche. Demzufolge verbringen Jugendliche täglich rund eine Stunde und 25 Minuten ihrer Zeit damit, sich miteinander auszutauschen oder zu unterhalten. Hierzu steht 98% der Jugendlichen ein eigenes Smartphone zur Verfügung, 64% verfügen über einen eigenen Laptop, 35% über einen Computer und 27% über ein Tablet. Auf die Frage nach den drei wichtigsten Apps auf ihrem Smartphone nannten 88% der Befragten WhatsApp. Es folgen mit signifikantem Abstand Instagram (45%), YouTube (33%), Snapchat (32%) und Facebook (8%). Diese Dominanz von WhatsApp bestätigt sich ebenfalls im Nutzungsverhalten, da 97% der Befragten angaben, WhatsApp mindestens einmal pro Woche aktiv zu nutzen, während es bei Instagram 68%, bei Snapchat 58% und bei Facebook lediglich 22% sind. Damit ist WhatsApp mit Abstand die bedeutendste Kommunikationsplattform (Feierabend, Ratgeb & Reutter, 2018).

³ Ihren Ursprung haben die Internet-Memes in den Foren und Blogs, den Kinderstuben des Web 2.0, wo sie sich großer Beliebtheit erfreuten. Zu den berühmtesten Vertretern zählen unter anderen die sogenannten „lol cats“, „successful baby“; „pepe“; „Kermit – the frog“ u. v. w. (Shifman, 2014; Dagsson Moskopp & Heller, 2013).

⁴ Krösmann, C. & Steinbacher, J. (2019). Memes-Kultur ist im Internet weit verbreitet, online unter: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Memes-Kultur-ist-im-Internet-weit-verbreitet> [zugegriffen am 24.05.2019].

Um jenseits dieser empirischen Daten ein Verständnis dafür zu gewinnen, warum die sozialen Medien für die Heranwachsenden so attraktiv sind, lohnt ein kurzer Exkurs in die Kommunikationspsychologie. Diese begründet die Attraktivität sozialer Medien mit der Möglichkeit, dass die Jugendlichen auf diesen Plattformen ihr Selbstbild inszenieren und innerhalb ihrer Peergroup diskutieren können (Döring, 2015; Krämer, Eimler & Neubaum, 2017). Dadurch verständigen sie sich darüber, was sozial erwünscht beziehungsweise unerwünscht ist und gewinnen somit Sicherheit im sozialen Miteinander (Kneidinger-Müller 2017). Aus diesem Grund transferieren viele Heranwachsenden ihre soziale Wirklichkeit bereitwillig ins digitale Netz und hoffen auf positive Bestärkung oder Orientierung in einer durch die Pubertät geprägte Lebensphase (Schmidt, 2013). Dabei gilt festzuhalten, dass dieser Mechanismus per se keine neue Form der sozialen Interaktion ist, sondern vielmehr die digitale Variante eines bekannten Verfahrens (Krämer et. al., 2017). Im Gegensatz zu früheren Varianten erhalten Heranwachsende online jedoch die Möglichkeit, sich verstärkt zu inszenieren und somit die Wahrnehmung ihrer Person, in Form ihres digitalen Abbildes, positiv zu beeinflussen.⁵ Aus diesem Grund werden Selfies aufwendig inszeniert oder Eigenschaften wie Geselligkeit und Humor durch entsprechende Posts und lange Freundschaftslisten attestiert (Döring, 2015, Kneidinger-Müller, 2017).

Ausgehend von diesen Bedürfnissen haben sich in den vergangenen Jahren diverse Plattformen etabliert, die die einzelnen Teilbereiche abdecken. So ermöglicht Instagram beispielsweise überwiegend die Inszenierung des eigenen Lebensstils, Streamingdienste wie YouTube, Netflix oder Spotify dienen primär der Unterhaltung, während Snapchat das alltägliche Leben dokumentiert. Keines dieser Angebote ist jedoch so erfolgreich wie WhatsApp. Die Plattform hat sich in den vergangenen Jahren faktisch zum zentralen Kommunikationskanal der Jugend entwickelt, über dessen Chaträume das schulische, berufliche und private Leben koordiniert wird.⁶

2.2 Chauvinistische Memes bei WhatsApp

Neben dem eigentlichen Informationsaustausch steht hierbei ebenfalls die gegenseitige Belustigung im Fokus der Nutzerinnen und Nutzer. Sie bedienen sich daher humoristischer Memes, Videos, Textbotschaften und teilen sie untereinander. Dabei reagieren die Rezipierenden humoristischer Nachrichten zumeist ebenfalls mit humoristischen Materialien oder einem Emoji. Diese Praxis führt dabei zwangsläufig zu einer stetigen Nachfrage nach neuen humoristischen Inhalten, die auch durch chauvinistische Memes abgedeckt wird, wie die nachfolgenden Presseberichte exemplarisch belegen.

⁵ Dieses Phänomen der Selbstinszenierung ist auch bekannt unter dem Begriff des Impression Management.

⁶ Die Koordination erfolgt dabei häufig in Form von Gruppenchats, die die soziale Wirklichkeit der jeweiligen Nutzerinnen und Nutzer widerspiegeln (zum Beispiel: Klassenchats, Kurschats, Peer-Group-Chats, Familienchats, Vereinschats etc.).

Tabelle 1: Chauvinistische Memes an Schulen (eine Auswahl von Süd über Ost nach Nord).⁷

Entdeckt durch	Hintergrund	Ort
Eltern	Die Eltern eines Schülers fanden auf dem Smartphone ihres Sohnes rechtsradikale Inhalte und informierten die Staatsanwaltschaft München. Diese ermittelt gegen 179 Personen, die über WhatsApp pornografische und rechtsradikale Inhalte austauschten. Florian Weinzierl, Sprecher der Staatsanwaltschaft München I, merkt in der Süddeutschen hierzu an: „ <i>Die rechte Gruppe ist offenbar kein Einzelfall.</i> “ Ferner wird ergänzt: „ <i>Nach Erkenntnissen der Strafverfolger stand hinter der Gruppe, die noch bis zum vergangenen August aktiv gewesen sein soll, keine Organisation und kein Netzwerk.</i> “	München ⁸
Schülerin	Eine Schülerin aus Dresden erhält den „Preis für Zivilcourage gegen Rechtsradikalismus, Antisemitismus und Rassismus“, da sie auf rechtsradikale Postings im WhatsApp-Klassenchat aufmerksam machte und einen Mitschüler anzeigte.	Dresden ⁹
Schulleitung	Die Schulleitung entdeckte im Rahmen eines Mobbingverdachts im WhatsApp-Chatverlauf einer Klasse eine Vielzahl von chauvinistischen Memes.	Bad Segeberg ¹⁰

Zur weiteren Analyse dieses Phänomens wäre es zielführend, den Umgang Heranwachsender mit chauvinistischen Memes genauer zu betrachten und hierbei insbesondere Phänomene wie Gruppendynamiken, die pubertäre Neigung zur Grenzüberschreitung, das Streben nach Anerkennung (Likes), die Affinität zu Extremen, die Strukturen der p2p-Kommunikation, das menschliche Bedürfnis nach Unterhaltung und viele weitere Aspekte zu analysieren (Böckler & Zick, 2015). Da eine derartige Analyse den Rahmen dieses Aufsatzes allerdings übersteigen würde, folgen nachstehend ausgewählte Zitate, die exemplarisch die Umgangsformen der Heranwachsenden skizzieren. Diese Zitate stammen aus Gruppeninterviews, die mit Schülerinnen und Schülern eines Berufskollegs im Regierungsbezirk Köln geführt wurden. Zu Beginn des Interviews wurden die Probanden zunächst befragt, ob sie chauvinistische Memes kennen, was alle Teilnehmenden bejahten. Auf die Nachfrage, woher sie derartige Memes kennen, antwortete ein Schüler in Bezug auf WhatsApp: „Sowas wird häufig in Gruppen verschickt – Spaßbilder“. Ein anderer ergänzte: „[...] ich muss über sowas immer lachen“. Aus diesen und weiteren Ausführungen wurde deutlich, dass die meisten Befragten chauvinistische Memes als „Spaßbilder“ verstehen, die in WhatsApp-Gruppenchats geteilt

⁷ Neben diesen schulischen Beispielen gibt es ferner zahlreiche Hinweise darauf, dass es auch bei der Polizei und der Bundeswehr, trotz höchster Sensibilität, regelmäßig zu ähnlichen Vorfällen kommt.

⁸ Bernstein, M. (2017). Schüler schicken sich Nazi-Sprüche in WhatsApp-Gruppe, in: Süddeutsche Zeitung, online: <https://www.sueddeutsche.de/muenchen/polizei-schueler-schicken-sich-nazi-sprueche-in-whatsapp-gruppe-1.3364864> [28.05.2019].

⁹ Dierks, B. (2017). Schülerin für Einsatz gegen rechtsextreme Hetze geehrt, in: Deutschlandfunk, online: https://www.deutschlandfunk.de/zivilcourage-preis-schuelerin-fuer-einsatz-gegen.680.de.html?dram:article_id=400156 [28.05.2019].

¹⁰ Stamp, M. (2015). Hitlergruß im Klassenchat, in: Kieler Nachrichten, online: <http://www.kn-online.de/Lokales/Segeberg/Dahlmannschule-ist-wegen-Pornos-und-Hitlergruss-in-Whatsapp-Chat-in-Aufregung> [28.05.2019].

werden. Auf die Frage, ob sie selbst bereits derartige Memes verschickt haben, antwortete ein Schüler: „Wenn ich das in dem Moment lustig gefunden habe, dann teile ich das [...]“. Andere formulierten etwas vorsichtiger: „Man muss wissen, an wen man sowas verschickt; es gibt glaub ich Leute, die verstehen das nicht so gut wie andere. Aber eigentlich soll das lustig sein, dass wir was zum Lachen haben.“ Ihre Mitschülerin ergänzte: „[der Versand] ist abhängig davon, an wen man das verschickt. Für mich hat das einen Unterhaltungswert. Man lacht einfach drüber“. Dabei offenbaren die beiden letzten Aussagen, dass zumindest ansatzweise Bedenken vorherrschen. Gleichwohl reichen diese jedoch nicht aus, um sich gegen den Versand chauvinistischer Memes zu entscheiden. Stattdessen führen diese Bedenken dazu, dass die Heranwachsenden die Memes nur an jene Personen weiterleiten, die „Spaß verstehen“. Dabei wird das Posting eines chauvinistischen Memes als „Witze machen“ verstanden, was zu weiteren Posts anregt: „Weil einer einen Witz gemacht hat, schicken alle anderen einen Kommentar dazu. [...] Die Hälfte verschicken einfach nur irgendwelche Bilder [...]“. Auf die Frage, warum sie chauvinistische Memes in WhatsApp und nicht etwa auf Facebook posten, antworteten die Probanden unter anderem: „Bei Facebook hat man ja schon viele Leute drinnen als Freund. Viele kennen einen nicht so gut und auch den Humor nicht. [...] Ich würde solche Bilder bei Facebook nicht hochladen“ beziehungsweise „Viele Leute in meiner Facebook-Liste kenne ich nicht persönlich. Außerdem können die Leute die Bilder anders deuten als es gemeint war“. Demnach schafft es WhatsApp, im Gegenteil zu Facebook, eine vertrauenswürdige Situation zu erzeugen, die, analog zum vielzitierten Stammtisch, enthemmt und somit die Grenzen des Sagbaren verschiebt. Ebenso zeigen diese Äußerungen auch, dass der Versand chauvinistischer Memes von den Heranwachsenden in erster Linie als Versuch gedeutet wird, die Gruppe zu unterhalten und daher zu Nachahmung oder Bestärkung führt. Gleichzeitig etablieren sich durch diese Praktiken Verhaltensweisen, die garantieren, dass nur diejenigen, die „Spaß verstehen“, die entsprechenden Memes erhalten. Dies führt zwangsläufig zu Filterblasen in Gestalt chauvinistischer Kommunikationsräume, zu denen interventionsbereite Instanzen wie zum Beispiel Eltern, Lehrpersonen, Polizeibeamte etc. keinen Zutritt erhalten. Darüber hinaus belegen diese Äußerungen ebenfalls, dass bei einigen Schülerinnen und Schülern zumindest ein geringfügiges Problembewusstsein existiert, was im nachfolgenden als Ausgangspunkt für eine Intervention genutzt werden soll.

3 Ein Interventionsvorschlag

Das nachstehend vorgestellte Interventionskonzept besteht im Wesentlichen aus drei Schritten. Im ersten Schritt sollen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer dafür sensibilisiert werden, welche Subbotschaften mithilfe chauvinistischer Memes transportiert werden. Anschließend folgt ein kurzer Verweis auf die Unbestimmtheit darüber, wie Menschen Informationen aufnehmen und verinnerlichen (Schritt 2). Abschließend folgt im dritten Schritt die eigentliche Sensibilisierung, indem ein Brückenschlag zum eigenen Social-Media-Verhalten unternommen wird. Bei der Entwicklung des Interventionsvorschlages wurde darauf geachtet, dass die einzelnen Schritte in ihrer Ausgestaltung beliebig skalierbar sind, sodass sie sowohl im Rahmen einer kurzen Intervention oder in Form einer regulären Unterrichtsreihe eingesetzt werden können.

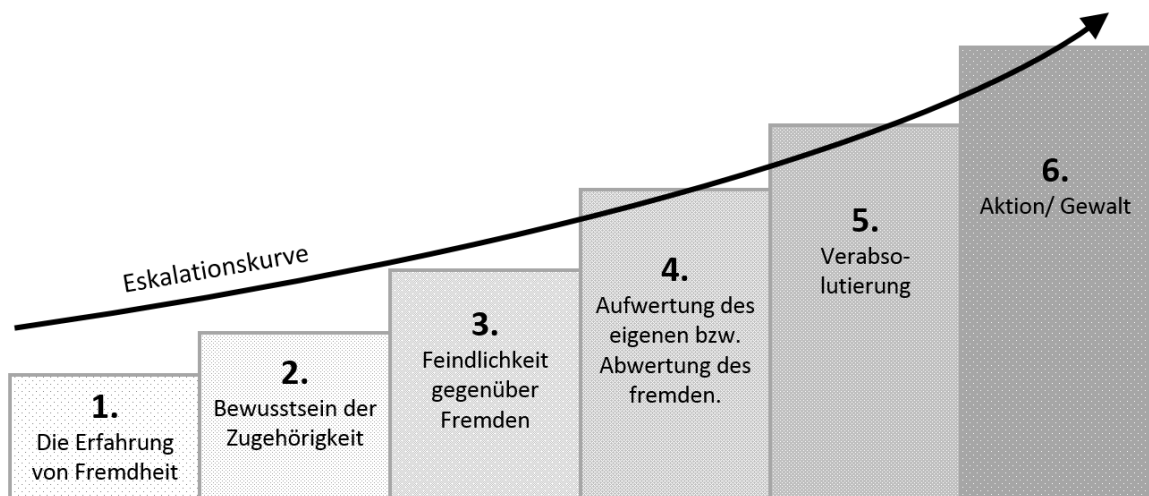
1. *Memes-Analyse*: Im ersten Schritt sollen zunächst die Kernbotschaften chauvinistischer Memes herausgearbeitet werden. Hierbei stehen insbesondere die segmentierenden, diffamierenden und entmündigenden Aussagen im Fokus. Ein segmentierendes Meme zeichnet sich in der Regel dadurch aus, dass ein äußeres Merkmal bewusst hervorgehoben wird, um somit die abgebildete Person einer spezifischen Gruppe zuzuordnen („wir“ und/gegen „die Anderen“). Typisch hierfür ist der Verweis auf die Hautfarbe, den Kleidungsstil sowie kulturelle und/oder religiöse Symbole. Sobald diese Spezifizierung erfolgt ist, folgen häufig diffamierenden Anspielungen, die eine rassistische, moralische, ökonomische, religiöse, historische oder kulturelle Über- oder Unterlegenheit attestieren, indem sie das Eigene hoch oder das Fremde abwerten. Bei den entmündigenden Memes steht hingegen der Ruf nach einer starken Führungsperson im Fokus, die einen die „Last“ der Verantwortung zum Preis der Entmündigung abnimmt. Diffamierende Memes bestärken existierende Stereotypen oder bedienen sich am Sprachgebrauch extremistischer beziehungsweise rassistischer Gruppen.

Die Herausarbeitung dieser Kernbotschaft kann wahlweise in Form eines Schüler-Lehrer-Gesprächs oder mithilfe gängiger Methoden zur Bildanalyse geschehen. Letztere bieten hierbei zugleich die Möglichkeit, die ästhetische Beschaffenheit der Memes systematisch auszuwerten, indem beispielweise die gestalterische Elemente (gebrochene Schriftarten, nationalistische Farbgebung, extremistische Symboliken etc.) analysiert und anschließend im Gesamtarrangement verortet werden.¹¹ Am Ende dieses Analyseschrittes soll die simplifizierte Stoßrichtung des Memes vom humoristischen Element getrennt dargelegt werden. Damit wird es zugleich möglich, den problematischen Kern dieser Botschaften auf gesellschaftliche Kontexte zu extrapolieren und somit die Wirkrichtung offenzulegen. Ferner besteht die Möglichkeit, die Botschaften auf einer Skala einzuordnen, die die unterschiedlichen Memes einzelnen Niveaus zuordnet. Diese Skala kann sich wahlweise anhand einer Gewaltskala (von verbaler über körperliche bis zu tödlicher Gewalt) oder entlang einer der gängigen Stufenmodelle zur Erfassung von Radikalisierungsprozessen orientieren.¹² Abschließend kann auf der jeweiligen Skala eine Eskalationskurve eingezeichnet werden, die den eskalierenden Charakter chauvinistischer Memes veranschaulicht.

¹¹ Siehe auch: Pfeiffer T. (2009). Menschenverachtung mit Unterhaltungswert. *Musik, Symbolik, Internet – der Rechtsextremismus als Erlebniswelt*. In Glaser, S & Pfeiffer, T. (Hrsg.). *Erlebniswelt Rechtsextremismus. Menschenverachtung mit Unterhaltungswert*. Schwalbach Taunus, Wochenschau Verlag.

¹² Die Literatur kennt eine Vielzahl an Modellen, die den Radikalisierungsprozess wahlweise in Form einer Pyramide (McGauley und Moskalenko), als Treppenhaus (Moghaddams) oder als Stufenmodell (Borum, Vulkan) abbilden. Dabei schwankt die Anzahl der einzelnen Ebenen innerhalb dieser Modelle erheblich. Einen Mittelweg zwischen diesen Extremen bietet Roland Eckert an, der in seiner Ausführung von sechs Ebenen ausgeht, die auf der Webseite der Bundeszentrale für politische Bildung schulgerecht im Unterkapitel „Individuelle Prozesse der Radikalisierung - am Beispiel von Fremdenfeindlichkeit“ aufbereitet sind. URL: <https://www.bpb.de/apuz/164920/radikalisierung-eine-soziologische-perspektive?p=all#footnode8-8> (Alternativ: APuZ 29–31/2013, S. 13-14).

Abbildung 2: Ein Stufenmodell der Radikalisierung nach Roland Eckert



In Anlehnung an: Roland Eckert (2013): Radikalisierung – Eine soziologische Perspektive, online abgerufen URL: <http://www.bpb.de/apuz/164920/radikalisierung-eine-soziologische-perspektive?p=all> [zugegriffen am 03.04.2018]

2. *Sender-Empfänger-Modell:* Nach dieser inhaltlichen Annäherung folgt im zweiten Schritt die Auseinandersetzung damit, wie diese Botschaften auf die Rezipientin oder den Rezipienten einwirken. Im Fokus steht hierbei die Unkontrollierbarkeit des Wirkprozesses. Um dies zu illustrieren, bietet es sich an, einen Vergleich zu den impliziten Lernprozessen zu ziehen (Breitenstein, 2012). So könnten wahlweise einzelne Phrasen eines Werbeslogans zitiert werden, die die Lernenden vervollständigen oder verfremdete Markenlogos enttarnt werden. Im Kern geht es darum, den Lernenden anhand von Beispielen aufzuzeigen, dass offenkundig auch im Alltag häufig unbewusste Lernprozesse ausgelöst werden.

Ziel dieses Exkurses ist es dabei die Erkenntnis zu schärfen, dass die Absenderin beziehungsweise der Absender die Wirkung chauvinistischer Memes weder bestimmen noch kontrollieren können und deshalb bereits der Versand höchst problematisch ist.

3. *Sensibilisierung:* Anschließend soll im dritten Schritt die eigene Rolle im Kommunikationsprozess thematisiert werden, indem darauf hingewiesen wird, dass der Sender einer Information einen wesentlichen Einfluss darauf ausübt, wie eine Nachricht vom Empfänger entgegengenommen wird. Eines der wahrscheinlich bekanntesten Beispiele für diesen Einfluss ist die sogenannte Mund-zu-Mund-Propaganda. Dabei verweist dieses Phänomen auf das menschliche Unvermögen, eine Information losgelöst vom Sender zu betrachten. Dies führt zwangsläufig zu einer Vermengung von Botschaft und Botschafter, was in letzter Konsequenz bedeutet, dass die Botschaft, wenn es sich um einen bekannten oder befreundeten Botschafter handelt, in der Regel aufgewertet und somit bereitwilliger übernommen wird (Burkart, 2009). Um diese Einsicht verstärkt mit einem lebensweltlichen Bezug zu verbinden, empfiehlt es sich, vom vorherigen Beispiel Abstand zu nehmen und stattdessen die Produktplatzierungen in YouTube-Videos oder anderen sozialen Medien zu thematisieren. Besonders attraktiv an dieser Form der Annäherung ist der Umstand, dass die Lernenden bereits über

umfangreiches Vorwissen zum Themengebiet verfügen, da die jugendlichen Vorbilder (Influencer)¹³ die Mechanismen der Produktplatzierung selbst in ihren Videos thematisieren.¹⁴ Diese verweisen häufig darauf, dass sie werbewirksame Kooperationen nur dann eingehen, wenn sie selbst vom Produkt überzeugt sind, da sie ansonsten um ihre Glaubwürdigkeit und Authentizität fürchten. Diese Ausgangslage soll an dieser Stelle dazu verwendet werden, die Lernenden zur Selbstreflektion anzuregen. Zu diesem Zweck sollen sie darüber nachdenken, ob sie für ihren unmittelbaren Nahbereich nicht selbst eine Art Influencer sind und somit ebenfalls dafür verantwortlich sind, worüber und womit sie sich austauschen. Denn analog zum prominenten Vorbild werden auch ihre Botschaften zwangsläufig mit ihnen als Person in Verbindung gebracht, was im Kontext chauvinistischer Memes zu den oben genannten Problemen führt. Ferner sollten sich die Lernenden der Frage widmen, ob ihnen der flüchtige Unterhaltungswert chauvinistischer Memes so wichtig erscheint, dass sie dazu bereit sind, Teil eines Verteilmechanismus chauvinistischer Botschaften zu werden. Nach dieser reflexiven Phase sollten die Lernenden anschließend dazu aufgefordert werden, ihre Gedanken innerhalb der Lerngruppe zu verbalisieren, wobei die hierbei geäußerten Aussagen dazu verwendet werden können, konsensfähige Verhaltensgrundsätze zu entwickeln, die beispielsweise die Problematiken gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit berücksichtigen. Abschließend besteht die Möglichkeit, die durch die Intervention gewonnenen Erkenntnisse in Form eigener WhatsApp-Memes oder kurzer Videoclips aufzubereiten.¹⁵ Hierzu werden die Lernenden aufgefordert ihre Kreativität zu nutzen, um einem Absender oder einer Absenderin von chauvinistischen Botschaften auf kollegiale Art zu vermitteln, dass sie dies für unangebracht halten (siehe Abbildung 3). Die so entstehenden Materialien können anschließend über den Klassenchat innerhalb der Lerngruppe geteilt und von den Heranwachsenden nach eigenem Ermessen verwendet werden. Das Ziel dabei ist es, den chauvinistischen Memes auf Augenhöhe zu begegnen, indem die Heranwachsenden dazu befähigt werden, ihren Kommunikationsraum frei von chauvinistischer Einflussnahme zu gestalten.

¹³ „Als Influencer (engl. to influence = beeinflussen, einwirken, prägen) werden Personen bezeichnet, die aus eigenem Antrieb Inhalte (Text, Bild, Audio, Video) zu einem Themengebiet in hoher und regelmäßiger Frequenz veröffentlichen und damit eine soziale Interaktion initiieren. Dies erfolgt über internetbasierte Kommunikationskanäle wie Blogs und soziale Netzwerke wie Facebook, Instagram, YouTube, Snapchat oder Twitter.“ Frank Deges (2018): Gabler Wirtschaftslexikon, online unter: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/influencer-100360/version-340187> [29.05.2019]

¹⁴ Siehe auch: Koch, T. & Ruland, A. (2011). Versteckte Effekte. Wirkung subtiler und exponierter Product Placements. *Publizistik*, Vol. 56 (3), S. 263–280.

¹⁵ Diverse Smartphone Apps und Online-Meme-Generatoren bieten eine einfache Möglichkeit, eigene Memes zu erstellen. Zum Beispiel [iloveimg.com](https://www.iloveimg.com/meme-generator) (<https://www.iloveimg.com/meme-generator>).

Abbildung 3: Potenzielle Reaktionsformen auf die Zusendung chauvinistischer Memes



Literaturnachweise

- Böckler, N. & Zick, A. (2015). Wie gestalten sich Radikalisierungsprozesse im Vorfeld jihadistischer Gewalt? Perspektiven aus der Forschung. In Dietmar Molthagen (Hrsg.): Handlungsempfehlungen zur Auseinandersetzung mit islamistischem Extremismus und Islamfeindlichkeit. Arbeitsergebnisse eines Expertengremiums der Friedrich-Ebert-Stiftung. S. 99–121. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Burkart, R. (2009). Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Aufl., Stuttgart: UTB.
- Breitenstein, C. (2012). Lernen aus neurowissenschaftlicher Sicht. Von der Assoziation zur Kognition. Diskurs Kindheits- und Jugendforschung / Discourse. Journal of Childhood and Adolescence Research, Jg. 7 (4). S. 405–418.
- Dagsson Moskopp, N. & Heller, C. (2013). Internet-Meme. Köln: O'Reillys.
- Döring, N. (2015). Smartphones, Sex und Social Media: Erwachsenwerden im Digitalzeitalter. Wie Jugendliche in Deutschland mit Smartphone, Apps, und Social-Media-Plattformen umgehen. Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen: Televizion, Heft 28, S. 12–19.
- Feierabend, S., Rathgeb, T. & Reutter, T. (2018). JIM-Studie 2018. Jugend, Information, Media. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.

- Hillmann, K. (1994). Wörterbuch der Soziologie. Stuttgart: Alfred Kröner Verlag.
- Kneidinger-Müller, B. (2017). Identitätsbildung in sozialen Medien. In Schmidt, J. & Taddicken, M. (Hrsg.), Handbuch Soziale Medien. Wiesbaden: Springer.
- Krämer, N., Eimler, S. & Neubaum, G. (2017). Selbstpräsentation und Beziehungsmanagement in sozialen Medien. In Schmidt, J. & Taddicken, M. (Hrsg.), Handbuch Soziale Medien. Wiesbaden: Springer.
- Schmidt, Jan-Hinrik (2013). Social Media. Wiesbaden: Springer.
- Shifman, L. (2014). Meme. Kunst und Politik im digitalen Zeitalter. Berlin: Suhrkamp.