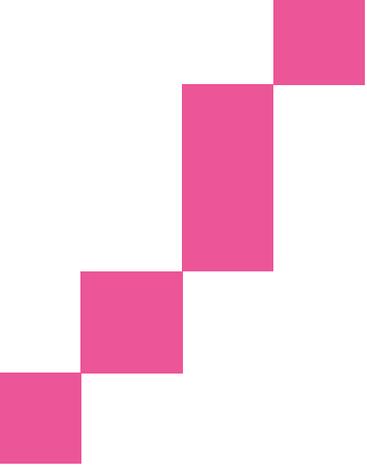




**Mit Memes gegen
Islamismus?
Materialien für
die politische
Medienbildung
mit Jugendlichen**



**Mit Memes gegen
Islamismus?
Materialien für
die politische
Medienbildung
mit Jugendlichen**

Inhalt

6

Einleitung

8

**Politische Medienbildung als Beitrag
zur Islamismusprävention
Legitime Fragen, falsche Antworten**

Die *bildmachen*-Workshops

16

Module für die Praxis

Modul 1: Politische Medienbildung 18

Hate Speech

Fake News

Übung: „Die Insel“

Übung: „Fake?!“

Modul 2: Islamismus 28

Wieso rigide Geschlechterrollen für junge Frauen interessant sein können

Der pädagogische Umgang mit islamistischen Narrativen

Übung: „Was postest Du?!“

Übung: „Lügenpresse“

Modul 3: Empowerment mit Memes 38

Memes in der pädagogischen Arbeit

Wie in einem *bildmachen*-Workshop mit Memes gearbeitet wird

Übung: „Analog Memes“

Übung: „Counter Memes“

bildmachen in Sozialen Medien 48

50

Unsere Empfehlungen

Literaturverzeichnis

Impressum

Einleitung

Die vorliegende, praxisnahe Publikation wendet sich an ein interessiertes Fachpublikum, etwa pädagogische Fachkräfte und Multiplikator_innen. Auf diese Weise möchten wir einen Beitrag zur Weiterentwicklung eines Arbeitsfeldes leisten, das wir als politische Medienbildung bezeichnen. Politische Medienbildung befindet sich am Schnittpunkt von politischer Bildung, Demokratieförderung, Medienpädagogik und Universalprävention. Aus den Erfahrungen des *bildmachen*-Projekts lassen sich Hinweise auf Rahmenbedingungen und Hilfestellungen für die praktische Arbeit ableiten, die auch für zukünftige Projekte hilfreich sind.

bildmachen zielt darauf ab, Jugendliche so zu bestärken, dass sie mit islamistischen Ansprachen in den Sozialen Medien kompetent umgehen können. Der Grundgedanke in unserer Arbeit mit Jugendlichen lautet: Jugendliche, die sich in ihren Rechten bestärkt wissen und mit ihren Interessen und Erfahrungen wahrgenommen und anerkannt fühlen, verstehen sich als Teil der Gesellschaft und sind nicht angewiesen auf rigide Welterklärungen und Gemeinschaftsvorstellungen, wie sie von islamistischen Akteur_innen vertreten werden.

In den *bildmachen*-Workshops bieten wir daher einen Raum, in dem sich Jugendliche mit Themen auseinandersetzen, die für islamistische Ansprachen relevant sind. Gleichzeitig werden die Jugendlichen befähigt, sich aktiv und kritisch – mittels der Herstellung eigener Medienprodukte – mit Phänomenen im Netz und Formen extremistischer Ansprache auseinanderzusetzen. Seit Anfang 2018 werden die *bildmachen*-Workshops und Fortbildungen in vier Bundesländern und durch vier Träger (siehe rechts) angeboten. Nun, mit Ende der Modellprojektphase, möchten wir die Erfahrungen teilen, die wir gesammelt haben: Vor welchem Hintergrund war das Projekt sinnvoll, welchen Herausforderungen sind wir in unserer Arbeit begegnet, und welche Ansätze und Methoden haben wir entwickelt?

UFUQ.DE ist in der politischen Bildung und Prävention zu den Themen Islam, antimuslimischer Rassismus und Islamismus aktiv und leitet das Projekt. Ziel der Angebote ist es, Jugendliche zu einer reflektierten Auseinandersetzung mit Fragen von Identität und Zugehörigkeit anzuregen und Erfahrungen von Teilhabe und Selbstwirksamkeit on- und offline zu fördern.

Das **JFF – INSTITUT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK** (jff.de) befasst sich in medienpädagogischer Forschung und Praxis mit der Medienaneignung von Kindern und Jugendlichen. Ziel ist es, Kinder und Jugendliche zu einem souveränen, selbstbestimmten Umgang mit Medien zu befähigen sowie Eltern und Fachkräfte für die Bedeutung, die Medien im Aufwachsen haben, zu sensibilisieren.

Die **AJS NRW** (Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz NRW e.V., ajs-nrw.de) ist eine landesweit tätige Fachstelle zur Förderung des erzieherischen und gesetzlichen Kinder- und Jugendschutzes. Als Servicestelle unterstützt sie Erziehende und Fachkräfte mit Materialien, Fortbildungen und Konzepten zur ganzen Bandbreite der Jugendschutzthemen – von Jugendmedienschutz und Medienkompetenzförderung über Gewaltprävention bis hin zu Radikalisierungsprävention und demokratischer Bildung.

Das **NLQ** (Niedersächsisches Landesinstitut für schulische Qualitätsentwicklung, nibis.de) ist eine dem niedersächsischen Kultusministerium nachgeordnete Behörde. Es unterstützt Bildungseinrichtungen bei der Erfüllung des Bildungsauftrags, gibt Impulse für das Bildungswesen und berät Entscheidungsträger bei der Umsetzung bildungspolitischer Vorhaben.

In der Praxis setzen sich die Jugendlichen in *bildmachen*-Workshops mit verschiedenen Formen von Diskriminierung und Extremismus im Netz auseinander und stellen eigene Medienprodukte her. Diese Publikation konzentriert sich auf die Auseinandersetzung mit antimuslimischem Rassismus und Sexismus, weil beide Themen sowohl in islamistischen Ansprachen, als auch in der Arbeit mit Jugendlichen in den Workshops großen Raum eingenommen haben.

IM KAPITEL 1

werden zunächst die Besonderheiten beschrieben, die sich in der Auseinandersetzung mit islamistischen Einstellungen und Orientierungen ergeben.

KAPITEL 2

orientiert sich an den Herausforderungen der medienpädagogischen Präventionsarbeit und stellt die drei Workshopmodule („Politische Medienbildung“, „Islamismus“ und „Empowerment mit Memes“) mitsamt einer Auswahl von Übungen vor, die im Projekt entwickelt wurden.

KAPITEL 3

fasst schließlich unsere zentralen Empfehlungen zusammen und beantwortet die Titelfrage dieser Publikation: „Mit Memes gegen Islamismus? Materialien für die politische Medienbildung mit Jugendlichen“.



Eine Beispielkarte aus dem ufuq.de-Kartenset „The Kids Are Alright!“.

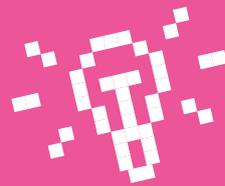
Präventionsarbeit mit Jugendlichen beschränkt sich nicht darauf, Inhalte zu vermitteln und Kompetenzen von Jugendlichen zu fördern, sondern steht und fällt mit einer anerkennenden und reflektierten pädagogischen Haltung der beteiligten Fachkräfte.

Wie in den anderen Handreichungen von ufuq.de geht es auch hier um die Vermittlung einer anerkennenden Haltung der pädagogischen Fachkräfte gegenüber „ihren“ Jugendlichen. „The Kids Are Alright!“ ist daher ein Leitsatz in all unseren Projekten.

Das gleichnamige Kartenset von ufuq.de richtet sich an pädagogische Fachkräfte in Schule und Jugendarbeit und enthält Hintergrundinformationen sowie Vorschläge für den Umgang mit herausfordernden Situationen und Positionen von Jugendlichen.



**Politische
Medienbildung
als Beitrag
zur Islamismus-
prävention**



Legitime Fragen, falsche Antworten

Am 15. März 2019 tötete ein rechtsextremer Attentäter 51 Menschen in zwei Moscheen im neuseeländischen Christchurch. In den folgenden Tagen kam es in den Sozialen Medien zu millionenfachen Solidaritätsbekundungen mit den Angehörigen der Opfer. Der Anschlag galt vielen als Beispiel für die Verbreitung von rassistischen Einstellungen und einer zunehmenden Gewalt gegenüber Muslim_innen. Ein Video ging besonders viral: Es zeigte die neuseeländische Premierministerin Jacinda Ardern, die als Zeichen der Trauer und der Verbundenheit ein Kopftuch trug und die Nähe der Hinterbliebenen suchte. Ihre Reaktion wurde von Muslim_innen weltweit als wichtige Geste gewürdigt, die der Abwertung von Muslim_innen und einer Spaltung der Gesellschaft entgegentrat.

Auf der Seite der deutschsprachigen Initiative „Generation Islam“, die verschiedenen Berichten zufolge der verbotenen islamistischen Organisation Hizb ut-Tahrir nahesteht (vgl. Verfassungsschutz Hamburg 2018), stand dagegen die Reaktion eines anderen Politikers im Mittelpunkt. Aus der Vielzahl der Reaktionen griffen die Aktivist_innen der „Generation Islam“ eine Aussage des australischen Senators Fraser Anning heraus, die die Tat relativierte und eine vermeintliche Gewaltbereitschaft von Muslim_innen behauptete: „Auch wenn Muslime heute die Opfer sind, für gewöhnlich sind sie die Täter.“



Im Nachgang zu den Anschlägen in Christchurch machte die „Generation Islam“ „die Medien“ und „die Politik“ für den Amoklauf verantwortlich. Solidarische Reaktionen von Nichtmuslim_innen wie der neuseeländischen Premierministerin (oberes Bild) wurden ausgeblendet. Bilder: Getty Images (2019), Facebook-Kanal von „Generation Islam“ (2019)



Die Auswahl dieser Aussage durch die Macher_innen der Webseite und die damit vermittelte Botschaft ist nicht zufällig, sondern charakteristisch für islamistische „Welterklärungen“ („Narrative“), die auf eine Abgrenzung von Muslim_innen und Nichtmuslim_innen abzielen und bewusst Gefühle von Verunsicherung und Ohnmacht befördern.

Dabei ist die Empörung über die zitierte Aussage des australischen Politikers allzu verständlich. Schließlich ist es notwendig, die Zusammenhänge von rassistischen Ideologien, die auch in europäischen Parlamenten offener vertreten werden, und politischer Gewalt zu benennen und ein konsequentes Handeln einzufordern. Problematisch sind jedoch die Auswahl und Rahmung der hier formulierten Botschaften. Die Verdichtung dieser einseitigen Inhalte mündet in einem Opfernarrativ, das für islamistische Ideologien von zentraler Bedeutung ist: Muslim_innen seien immer Opfer „des Westens“ – umso wichtiger sei es, sich als muslimische Gemeinschaft zusammenschließen und aktiv zu werden. Aus der berechtigten Empörung und Wut über Rassismus und Gewalt kann ein Gefühl der Ohnmacht entstehen, welches von islamistischen Seiten aufgegriffen und instrumentalisiert wird. Dabei wird behauptet, diese Ungerechtigkeit ließe sich nur in einer Gemeinschaft der Muslim_innen überwinden. Die Anschläge von Christchurch stehen demnach nicht für die Notwendigkeit, sich für gleiche Rechte von Muslim_innen und politisches sowie zivilgesellschaftliches Engagement gegen Rassismus einzusetzen; sie dienen vielmehr als Beleg, dass allein ein Rückzug aus der Gesellschaft Hilfe verspricht, um in der vermeintlich existentiellen Konfrontation mit Nichtmuslim_innen zu bestehen.

Mit diesen Botschaften erreichen Initiativen wie „Generation Islam“ auch solche Jugendliche, die mit islamistischen Ideologien eigentlich nichts zu tun haben. So stammen viele Shares und Likes unter den Beiträgen von „Generation Islam“ von „ganz normalen“ Jugendlichen, die durch rassistische Vorfälle verunsichert und empört sind, aber kaum (pädagogische) Räume finden, in denen sie diese Erfahrungen teilen und verarbeiten können.



ISLAMISTISCHE SEITEN IN DEN SOZIALEN MEDIEN: EIN RAUM FÜR RASSISMUSERFAHRUNGEN?

Ein Auszug aus einer Kommentarspalte auf Facebook (01/19). Der Post, auf den sich die Kommentare beziehen, verweist auf eine Studie, die rassistische Einstellungen in der deutschen Bevölkerung untersucht hat. In dem Post wird ein wichtiges Ergebnis der Leipziger Autoritarismus-Studie 2018 – „jeder 3. Deutsche vertritt ausländerfeindliche Positionen“ – zitiert. Es handelt sich also nicht um Fake News, allerdings wurde der Post von einer Seite mit islamistischem Hintergrund verfasst.

In einzelnen Kommentaren zeigt sich die Reproduktion von Ihr-Wir-Konstruktionen – auch aus rechtsextremer Richtung. Neben solchen Kommentaren finden sich auch abwägende Gedanken, die darauf schließen lassen, dass die Seite auch politisch interessierten jungen Menschen einen Raum gibt, um über das Thema Rassismus zu diskutieren – nur wenigen wird der islamistische Hintergrund der Seite bewusst gewesen sein. Insgesamt ergibt sich ein sehr heterogenes Bild der Kommentierenden, was darauf schließen lässt, dass die Reichweite der Seite weit größer ist, als die Zahl der Anhänger_innen der Initiative, die die Seite betreibt.

SELÇUK Ö.

Kein Wunder wenn der Staat solch eine Haltung fördert und ebenso Mediale dieses Gedankengut verbreitet wird. Wenn dazu noch seitens der Ausländer geschwiegen wird ist das zwar dennoch nicht richtig, aber nachvollziehbar.



SUMMEYE D.

Ja find ich auch Annika M., deshalb sollte man sich kennenlernen um die mediale Manipulation entgehen zu können.



PATRICE K.

Ausländer, Flüchtlinge und alle anderen Länder und Religionen sind bei mir zufrieden und willkommen.

KATHRIN E.

Sully D. gibt zum Glück ganz viele andere. Hauptsache alle in einen Topf werfen.



QUAIS S.

Es geht gar nicht um Ausländer. Der Hass der durch die Medien propagiert wird, geht an erster Stelle an Muslime bzw. Die welche sein könnten. Dies (ist so), weil sie das hassen, was Allah herabgesandt hat; so macht Er ihre Werke zunichte. [47:9] Quran



KHALIL K.

Katrin E. tun die Deutsche doch auch...



VANESSA N.

Peinlich ist das. Ist ja dann gar kein Wunder, wenn Deutschland den schlechten Ruf aufgrund der Vergangenheit immer noch nicht los wird.



SULLY D.

Khalil K. keine Sorge, ihr habt uns schon ins Topf geschmissen wir sprechen aus Erfahrung!

FRANK S.

Nazideutschland? Dann hoffe ich doch mal das du schon in der Türkei bei deinem geliebten Führer bist.

SULLY D.

Nazideutschland eben.



PATRICE K.

Naja ich finde man solle keine Menschen zutiefst fertig machen, man solle sich ändern und bisschen Moral in den Herzen tragen!



ANNIKA M.

Sully D. ist nicht sonderlich fair so zu verallgemeinern.



KERIM R.

Ein Resultat der tagtäglichen Hetze und Dämonisierung!



Anmerkung: Die Namen der Pseudonyme lassen nicht zwangsläufig auf ethnische Abstammung oder Geschlecht schließen.



„Generation Islam“ steht exemplarisch für diese Instrumentalisierungen von Erfahrungen mit Diskriminierungen und Rassismus, die sich auch anderswo im islamistischen Spektrum finden. In solchen Fällen geht es nicht um Gewaltaufrufe, sondern um niedrigschwellige islamistische Narrative, deren ideologische Aufladung oft erst auf den zweiten Blick erkennbar ist. Dabei ist nicht das Thema an sich das Problem – antimuslimischer Rassismus existiert, und es ist wichtig, ihn als solchen zu benennen – sondern problematisch sind die Antworten, die solche Initiativen unterschwellig vermitteln: die Abgrenzung von Muslim_innen und Nichtmuslim_innen und der Rückzug aus der Gesellschaft. Dem ist mit Verboten allein nicht beizukommen – sie würden das Opfernarrativ im Grunde sogar stärken. Sehr wohl muss es aber pädagogische Angebote geben, die auf diese Problematik reagieren.

Dies ist das Arbeitsfeld unseres Projekts: der pädagogische Umgang mit niedrigschwelligen islamistischen Angeboten in den Sozialen Medien. Die primäre Zielgruppe unserer Angebote sind Jugendliche, die wir für entsprechende Ansprachen sensibilisieren und in ihren Handlungsmöglichkeiten stärken wollen.

Dabei greifen wir Erfahrungen auf, die wir seit ein paar Jahren in der politischen Bildung in Sozialen Medien gesammelt haben. Im Pilotprojekt „Was postest Du?“ (2014 bis 2016) entwickelten wir einen Ansatz der aufsuchenden Bildungsarbeit in sozialen Netzwerken, in dem wir uns in Diskussionen von Jugendlichen in Facebook-Gruppen und auf gutefrage.net einschalteten. Teamer_innen brachten sich mit Kommentaren zu Themen wie Rassismus und Geschlechterrollen ein, um mit Nachfragen und eigenen Positionierungen vermeintliche Gewissheiten zu irritieren und andere Perspektiven aufzuzeigen. Besonders erfolgreich waren dabei Memes, die sich mit kurzen Botschaften an Jugendliche wendeten und – oft auf witzige Weise – Gedankenanstöße gaben und sich für eine offene Gesellschaft einsetzten.

Das Projekt förderte interessante Erkenntnisse zutage (vgl. ufuq.de 2016). Unter anderem wurde deutlich, dass besonders „gefährdete“ oder gar „radikalisierte“ Jugendliche mit solchen Angeboten nicht mehr erreicht werden können – schon gar nicht, solange sich „unsere“ Beiträge allein auf einer rein kognitiven Ebene bewegten. Aber auch in der Arbeit mit „ganz normalen“ Jugendlichen stießen wir mit inhaltlichen Argumentationen oft an Grenzen. Kurz gesagt: Aufklärungen in der Form, Hinweise auf Hintergrundtexte oder Wikipedia-Einträge zu geben, gingen in der Regel ins Leere.¹



Zwei Memes aus dem Projekt „Was postest Du?“, mit denen in Kommentarspalten „interveniert“ wurde

¹ Für die Zielgruppe „gefährdete und radikalisierte Jugendliche“ gibt es Angebote durch Träger wie cultures interactive oder das Violence Prevention Network, die sich auf die Sekundäre Prävention und Deradikalisierung spezialisiert haben. In der Praxis hat sich gezeigt, dass es weniger um eine sachliche Auseinandersetzung mit den Inhalten geht („kognitives Lernen“), als um die Bedürfnisse der gefährdeten bzw. radikalisierten Personen, wie Vertrauen und Perspektive (Uhlmann/Weilnböck 2018).



Das linke Bild zeigt eine Workshoprunde in einem Berliner Workshop. Das rechte Bild ist ein typisches Meme aus einem *bildmachen*-Workshop in NRW. Die Message spielt auf die negativen Zuschreibungen an, mit denen bartragende muslimische Männer häufig konfrontiert werden.

Die *bildmachen*-Workshops

Im *bildmachen*-Projekt greifen die Projektpartner diese Erfahrungen auf und stellen Jugendliche selbst in den Mittelpunkt: In Workshops entwickeln diese eigenen niedrigschwelligen Content in Form von Memes, Gifs und Videos, die sich im weitesten Sinne mit jenen Themen beschäftigen, die auch in islamistischen Ansprachen behandelt werden. Am Ende stehen dabei einzelne Memes – der Fokus liegt aber auf der Reflexion der Aussagen, die die Jugendlichen formulieren wollen, und auf der Förderung von Medienkompetenz, um in Sozialen Medien selbst das Wort ergreifen zu können.

bildmachen verbindet daher Methoden der politischen Bildung und der Medienpädagogik und formuliert einen Ansatz, den wir als politische Medienbildung beschreiben. Die politische Bildung bildet den Rahmen, in dem die Themen – allen voran Rassismus und Geschlechterrollen – bearbeitet werden können. Dabei geht es weniger um ein reines Gegenargumentieren („Counterspeech“), als darum, einen Raum zu schaffen, in dem Selbstreflexion und das Ringen um alternative Antworten stattfindet.

Aus medienpädagogischer Sicht ist es jedoch ebenso wichtig, dass die Jugendlichen selbst befähigt werden, problematische Inhalte zu erkennen, bspw. indem sie das Werkzeug an die Hand bekommen, eigene Recherchen durchzuführen, und indem sie Hinweise erhalten, wie sie die Seriosität von Quellen einschätzen können.

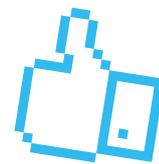




Eine *bildmachen*-Trainerin führt die Übung „Gif dich!“ vor, in der sich die Jugendlichen mit Hilfe von sich wiederholenden Videosequenzen (Gifs) vorstellen.

In den *bildmachen*-Workshops ist die Stärkung der Jugendlichen gegenüber extremistischen Ansprachen ein Querschnittsthema, das sich durch die drei Module „Politische Medienbildung“, „Islamismus“ und „Empowerment mit Memes“ zieht. Jugendliche sollen für Spannungsverhältnisse, Multiperspektivität und Widersprüchlichkeiten sensibilisiert und ihre Urteilsfähigkeit und Medienkompetenz nachhaltig gefördert werden. Eines der empowernden Elemente der Workshops ist das Kreieren eigener Medienprodukte (vorwiegend Memes), mit denen sich die Jugendlichen selbst in Soziale Medien einbringen können.

In den folgenden Kapiteln sind Hintergrundinformationen und Hinweise enthalten, wie pädagogische Fachkräfte die im Projekt entwickelten Ansätze und Übungen in den eigenen Arbeitskontext integrieren können.



Das sagen Jugendliche über die *bildmachen*-Workshops im Tool „Reporter_innen-Team“²:

Jugendliche_r A:

„Stell dir vor, dein bester Freund oder deine beste Freundin fragt dich, was du die letzten Tage hier eigentlich im Workshop gemacht hast. Wie würdest du ihm/ihr das kurz in ein bis zwei Sätzen erklären?“

Jugendliche_r B:

„Also bei dem Workshop *bildmachen* haben wir uns mit dem Thema, generell auch mit Meinungen im Netz befasst, haben dazu auch Fake News analysiert sozusagen auch mit Bildersuche geguckt was war falsch an diesen Fake News, woher sind die eigentlich gekommen, woher kamen die Bilder, woher kamen die Artikel dazu, und haben dann im Anschluss auch noch Memes und Gifs erstellt und haben mit den Memes und den Gifs eigentlich gegen Hass im Netz agiert.“

Jugendliche_r X:

„Was konntest du, was konntet ihr Neues im Projekt lernen?“

Jugendliche_r Y:

„Also, ich fand das Projekt sehr umfangreich. Es hat viele Sachen mitgebracht, die Spaß gemacht haben. Jedoch waren dort auch Sachen, die jetzt nicht unbedingt so den Spaßfaktor hatten. Dennoch wars im Großen und Ganzen ein echt cooles Projekt hier, hat auf jeden Fall sehr viel Spaß gemacht, man hat viel dadurch gelernt. Zum Beispiel, dass man im Internet aufpassen muss, dass es echt viele Leute gibt, die einfach aufgrund von Lügen versuchen, andere Sachen schlecht zu reden, und dass man echt alles nochmal hinterfragen sollte. Und einem durch manche Sachen hier in diesem Projekt auch die Augen geöffnet wurden.“

² Auszug aus einem Transkript einer „Reporter_innenteam-Befragung“, das zur besseren Lesbarkeit sprachlich geglättet wurde. Das Reporter_innenteam ist ein Evaluationstool, das die projektbegleitende *bildmachen*-Evaluation entwickelt hat: Ein Reporter_innenteam besteht aus zwei bis drei Jugendlichen und befragt die Workshop-Teilnehmer_innen nach ihren Eindrücken. Das Format ermöglicht einen authentischen Einblick in die Workshops und war eine qualitative Ergänzung zu den quantitativen Evaluationserhebungen.

Module für die Praxis



Zentrale Herausforderungen

Während der Konzeption und Projektumsetzung haben sich drei zentrale Herausforderungen herauskristallisiert:

Herausforderung 1

Soziale Medien gewinnen als Ort der (politischen) Sozialisation von Jugendlichen an Bedeutung. Dabei lassen sich On- und Offline-Lebenswelten immer weniger voneinander abgrenzen. In der alltäglichen Mediennutzung stoßen Jugendliche zwangsläufig auf problematische Inhalte wie Hate Speech oder Fake News.

Umso wichtiger sind pädagogische Angebote, die für diese Phänomene sensibilisieren, aber auch Kompetenzen stärken, um selbst Hintergründe zu recherchieren und eine eigene Position entwickeln zu können. Die aktive Nutzung von Sozialen Medien ist dabei ein Mittel, um Jugendlichen im Alltag auch jenseits von virtuellen Welten Erfahrungen von Anerkennung und Selbstwirksamkeit zu ermöglichen. Mehr dazu im Modul 1 „Politische Medienbildung“.

Herausforderung 2

„Islamistische Narrative“ beschränken sich nicht auf Gewaltverherrlichungen oder explizite Aufrufe zu Gewalt. Die meisten Beiträge aus diesem Spektrum sind strafrechtlich nicht relevant, jedoch trotzdem ein Thema für die politische Bildung. In der Bildungsarbeit geht es vor allem um die

Auseinandersetzung mit Eindeutigkeitsangeboten und rigiden Gemeinschaftsvorstellungen („Wir Muslime“ versus „Ihr Nichtmuslime“), die sich vielfach in Antipluralismus, Abwertungen von anderen und absoluten Wahrheitsansprüchen äußern. Dabei setzt islamistische Agitation häufig an realen Erfahrungen von Diskriminierung und Ungerechtigkeit an, die Jugendliche im Alltag beschäftigen. Problematisch sind dabei in der Regel nicht die Fragen, die Islamist_innen aufgreifen, sondern die Antworten, die sie geben.

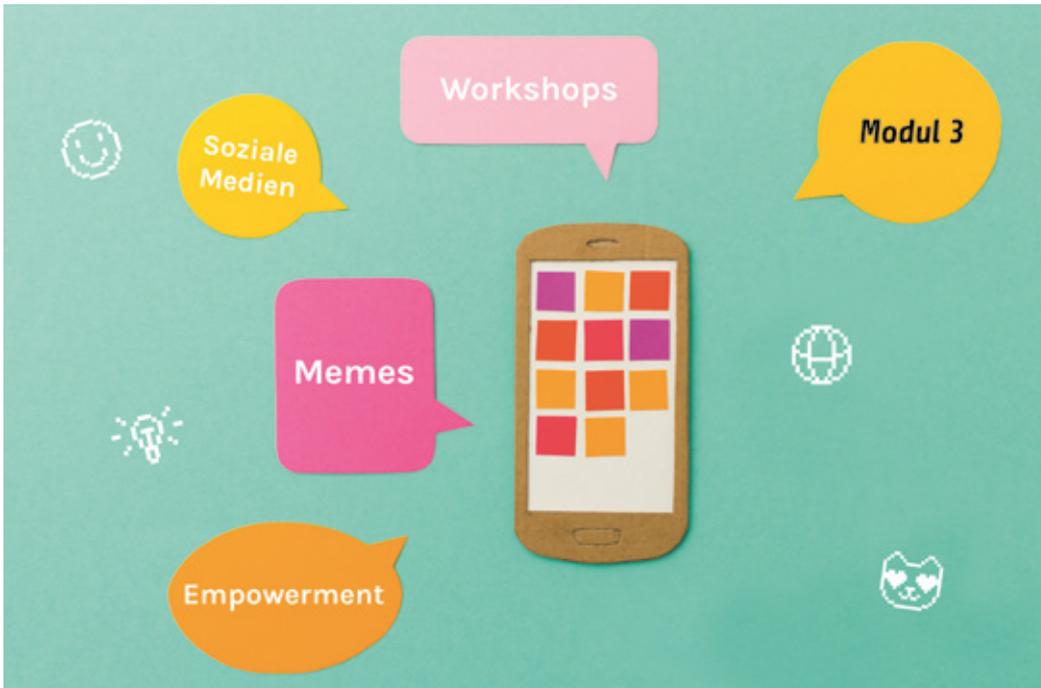
In der pädagogischen Arbeit geht es daher darum, Räume zu schaffen, in denen diese Themen zur Sprache kommen können und alternative Antworten entwickelt werden können. Mehr dazu im Modul 2 „Islamismus“.

Herausforderung 3

Universelle Prävention bewegt sich in einem Spannungsfeld. Sie wendet sich an alle Jugendlichen, erfolgt aber in der Auseinandersetzung mit einem ganz speziellen Thema. Im Projekt *bildmachen* sind dies die Wechselwirkungen von Diskriminierungen und Rassismus mit islamistischen Positionierungen, die bei Jugendlichen Zuspruch finden können. Wie können wir aber über Themen wie Ausgrenzung, Diskriminierung und Rassismuserfahrungen sprechen, wenn sie die Jugendlichen ganz unterschiedlich betreffen? Und wie lassen sich dabei Stigmatisierungen von (vermeintlich) muslimischen Jugendlichen als „potenziell gefährdet“ oder sogar als „Gefährder“ vermeiden? Damit verbindet sich auch die Schwierigkeit, lebensweltorientierte und zugleich gegenstandsbezogene Ansätze zu entwickeln.

Die aktive Medienarbeit mit Memes bietet die Chance, mit diesen Fragen umzugehen und den Gesprächsbedarf in der Gruppe zu klären. So erhalten die Jugendlichen die Möglichkeit, verschiedene Perspektiven zu erproben und sich zu positionieren, und setzen damit die Themen, die für sie relevant sind. In der konkreten Arbeit hat dies oft zur Folge, dass zunächst Themen angesprochen werden, bei denen ein Zusammenhang mit dem Phänomen des Islamismus nicht sofort ersichtlich ist. Für den Zugang zu Jugendlichen sind solche „Umwege“ aber wichtig: Ein Workshop, der mit einem Input über die Hintergründe des Salafismus beginnt, ist fast zwangsläufig zum Scheitern verurteilt. Dazu mehr im Modul 3 „Empowerment mit Memes“.





Modul 1:

Politische Medienbildung

Für die politische Sozialisation von Jugendlichen spielen der Austausch in Sozialen Medien und gesellschaftliche Diskurse im Internet eine wichtige Rolle. Eine besondere Bedeutung haben dabei soziale Netzwerke, Foren, Foto- und Videoplattformen sowie Messengerdienste. Sie unterscheiden sich von klassischen Massenmedien, in denen die Inhalte von wenigen Produzent_innen für viele Nutzer_innen geschaffen werden. In Sozialen Medien kann prinzipiell jede_r eigene Inhalte (Content) publizieren und mit anderen in Verbindung treten. Die Nutzer_innen sind nicht mehr nur Konsument_innen, sondern auch Produzent_innen eigener Inhalte. Soziale Medien haben daher ein demokratisches Potenzial: Sie überwinden die Grenzen zwischen Medien-nutzenden und Medienproduzierenden und ermöglichen einen breiten gesellschaftlichen und globalen Diskurs. Allerdings sind die Fähigkeiten, sich zu artikulieren, und die Wahrscheinlichkeit, auch wahrgenommen zu werden, ungleich verteilt. Die Vervielfältigung der Stimmen und die Niedrigschwelligkeit der Verbreitung von Inhalten äußern sich zudem in der wachsenden Bedeutung von Falschinformationen, Manipulationen und Propaganda. Im Kontext ihrer politischen Sozialisation stehen Jugendliche somit immer mehr vor der Aufgabe, die Inhalte und Botschaften in den Sozialen Medien kritisch zu beurteilen.

Jugendliche erleben ihre Sozialisation heute in mediatisierten Sozialräumen. Der Begriff der Mediatisierung beschreibt eine gesellschaftliche Entwicklung, die die Kommunikationsstrukturen in allen Lebensbereichen verändert (vgl. Krotz 2007). Jugendliche, die sich technologische Neuerungen oft schneller aneignen als ältere Generationen, erleben die Vorteile, aber auch die Probleme der Mediatisierung besonders intensiv. So sind Jugendliche in mediatisierten Räumen deutlich stärker präsent und gestalten diese auch als wichtige Akteur_innen mit. Soziale Netzwerkdienste, Online-Communitys, Multimediaplattformen etc. sind für Jugendliche zu Sozialräumen geworden, in denen sie sich austauschen, unterhalten und verabreden. Sie nutzen diese, um sich auszuprobieren, Beziehungen zu pflegen und an ihren Identitäten zu arbeiten (vgl. Brüggen/Wagner 2013).

Für Jugendliche ergeben sich damit in ihrer politischen Sozialisation besondere Bedingungen der Informationsbeschaffung und Meinungsbildung. Vor allem für Jugendliche und junge Erwachsene sind Soziale Medien als Informationsquellen wichtig – wobei jedoch nur ein sehr geringer Anteil von Jugendlichen ausschließlich auf Soziale Medien als Nachrichtenquelle zurückgreift (vgl. Hölig/Hasebrink 2018, S. 18ff.). Je mehr Bedürfnisse Jugendliche mit Social-Media-Angeboten abdecken, desto herausfordernder wird auch der Umgang mit ihnen. So begegnen Jugendliche zwangsläufig nicht nur den gewünschten Inhalten, sondern auch einer Reihe negativer Phänomene.



Ein Bild aus einem Workshop in Bayern.
Bild [M]: Julia Riechers,
Emoji nachträglich eingesetzt

MIT MEDIEN MITMISCHEN

Die aktive Medienarbeit schafft Räume, um sich kreativ-gestalterisch mit der eigenen Lebenswelt sowie politischen und gesellschaftlichen Fragen und Themen auseinanderzusetzen. Neben klassischen Formaten wie Fotografie und Film bieten (mobile) Medien vielfältige Möglichkeiten, den eigenen Sichtweisen, Anliegen und Interessen kreativ Ausdruck zu verleihen. Das können zum Beispiel auch Memes, Gifs, kurze Videoclips oder Trickfilme sein. Bei der Erstellung von Medienprodukten über Themen wie Hate Speech, Vorurteile, Diskriminierung und Extremismus werden die Jugendlichen zur Reflexion gesellschaftlicher Bedingungen angeregt. Die Jugendlichen werden dazu ermutigt, in aktuellen Debatten mitzumischen und Netzkultur mitzugestalten.

Dabei lautet die Devise: Der Weg ist das Ziel! Es geht nicht darum, am Ende perfekt gestaltete Medienprodukte präsentieren zu können. Viel wichtiger ist der Prozess von der ersten Idee bis zum fertigen Medienprodukt. Die Jugendlichen sollen sich mit ihren Medienprodukten identifizieren können. In den Projekten der aktiven Medienarbeit werden gestalterische Freiräume geschaffen. Sie bieten den jungen Menschen zudem eine Öffentlichkeit bzw. eine Bühne für ihre medialen Endprodukte.



Die beliebtesten Internetangebote von Jugendlichen



3 %
4 %



18 %
8 %



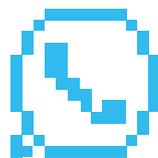
13 %
10 %



6 %
2 %



2 %
- %



WhatsApp

39 %
40 %



Amazon Prime

5 %
- %

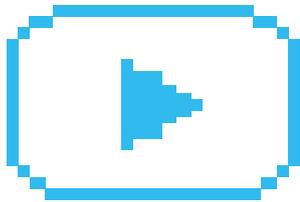
Die beliebtesten Internetangebote von Jugendlichen 2018 und 2017 (bis zu drei Nennungen). Repräsentative Befragung von Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren in Deutschland, Angaben in Prozent, Nennung ab 2 Prozent. Mittlerweile würde wohl auch die App „TikTok“ Erwähnung finden. Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2018, S. 35



6 %
15 %

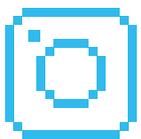


4 %
2 %



YouTube

63 %
62 %



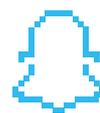
Instagram

30 %
27 %



Twitter

- %
3 %



Snapchat

15 %
16 %

2018, n = **1 1 9 8**

2017, n = **1 1 8 3**



Hate Speech

Im Oktober 2018 wurde die Berliner Staatssekretärin Sawsan Chebli Zielscheibe eines rechten Shitstorms. Auslöser war ein Foto, das sie selbst in Sozialen Medien geteilt hatte und auf dem sie eine Rolex am Handgelenk trägt. Einige Nutzer_innen warfen die Frage auf, ob es nicht ein widersprüchliches Signal sei, wenn eine Sozialdemokratin eine solch teure Uhr trüge. Die meisten Kommentare gingen allerdings weit über die Grenzen nachvollziehbarer Kritik hinaus und gipfelten in rassistischen Beleidigungen.

Auch andere Politiker_innen erleben solche Beleidigungen, allerdings war Chebli gleich doppelt betroffen: Die Beleidigungen bezogen sich auf ihren palästinensisch-muslimischen Familienhintergrund, aber auch auf sie als Frau. Massive Beleidigungen und besonders sexistische und rassistische Übergriffe haben für Betroffene oft ganz reale Auswirkungen und beschränken sich nicht auf einen vorübergehenden Shitstorm. Viele Betroffene äußern psychischen Stress bis hin zu Depression (vgl. IDZ 2019, S. 27). Chebli sah sich dazu gezwungen, ihr Facebook-Profil abzuschalten – wer nun auf der Plattform ihren Namen eingibt, trifft zu allererst auf die rassistische und sexistische Trollseite „Sawsan Chebli, Rolex Generalvertretung“ (Stand Juli 2019). Dies ist nicht nur eine individuelle Einschränkung, sondern steht exemplarisch für eine gefährliche Entwicklung in der politischen Debattenkultur (vgl. IDZ 2019, S. 25 ff.).³

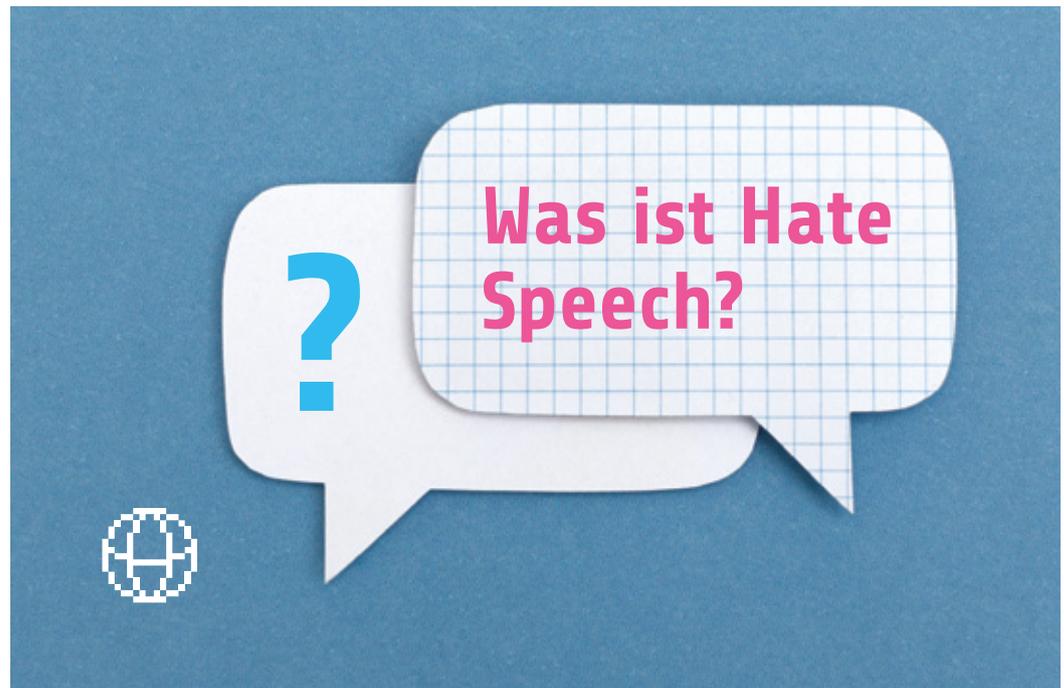
Was Hate Speech genau ist, wird unterschiedlich definiert (vgl. LfM NRW/AJS NRW 2019, S. 3). Der Begriff gilt in der Wissenschaft als wenig aussagekräftig, und auch die Rechtsprechung schafft keine Klarheit, wenn es um die typischen Straftatbestände in diesem Zusammenhang geht, etwa Beleidigung, üble Nachrede, Verleumdungen oder Volksverhetzung. Eindeutig ist jedoch, dass Hate Speech – im Gegensatz zu Cyber Mobbing – die Person aufgrund der Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe angreift. Hiervon sind nicht alle Bevölkerungsgruppen gleichermaßen betroffen. Besonders LGBTQI⁴, Frauen und muslimische Menschen sind häufig das Ziel von Hate Speech (vgl. Europarat 2016, S. 2).



Dieses Meme ist im Projekt entstanden und thematisiert die Doppelstandards in manchen religiösen Argumentationen. Die Berliner Boxmeisterin Zeina Nassar wird häufig mit der religiösen Auslegung konfrontiert, das Schlagen ins Gesicht sei auch im sportlichen Kontext verboten und sie solle ergo das Handtuch werfen, um eine gute Muslimin zu sein. Der muslimische MMA-Kämpfer Khabib Nurmagomedow wurde bisher nicht (zumindest nicht wahrnehmbar) mit dieser an sich für beide Geschlechter geltenden Regel konfrontiert.

³ Das Beispiel zeigt außerdem, dass hinter dem oftmals emotional und irrational wirkendem Hate Speech durchaus ein nüchternes Kalkül stecken kann, nämlich die attackierten Personen faktisch aus dem Diskurs auszuschließen und die Deutungshoheit zu gewinnen.

⁴ LGBTQI steht für Lesbian, Gay, Bisexual, Transsexual, Transgender, Queer und Intersex Life und ist ein Sammelbegriff für Menschen, die nicht traditionellen Sexualitäts- oder Geschlechternormen entsprechen (wollen).



Dabei spiegelt Hate Speech Diskriminierungsverhältnisse wider, die auch offline bestehen, aber in der halbanonymen Sphäre der Sozialen Medien offener und aggressiver zum Ausdruck kommen als im Alltag. Einige Studien kommen zu dem Ergebnis, dass unter anderem Diskriminierungserfahrungen und die daraus resultierende Belastung – sogenannte *grievances* – einen Faktor darstellen können, der eine extremistische Radikalisierung begünstigen kann (vgl. Fahim 2013, S. 44).

Im Projekt *bildmachen* stehen Erfahrungen aus der Lebenswelt der Teilnehmenden im Zentrum. Besonders häufig wurden antimuslimischer Rassismus, Sexismus, Homofeindlichkeit und Alltagssituationen in der Schule thematisiert. Ziel der Workshops ist es nicht, vorgegebene Themen zu setzen, sondern Jugendlichen, die selbst Diskriminierungserfahrungen gemacht haben oder Beispiele aus ihrem Freundeskreis kennen, einen Raum zu geben, um der Attraktivität islamistischer Ansprachen entgegenzuwirken.

Auch in islamistischen Ansprachen spielen Abwertung und Hate Speech eine wichtige Rolle. So werden andere muslimische Personen angegriffen, wie zum Beispiel die Protagonist_innen der Satiregruppe „Datteltäter“ oder die mehrfache Berliner Boxmeisterin Zeina Nassar (siehe Abbildung links). Ihnen wird vorgeworfen, dass sie „den Islam verraten“ oder keine „richtigen Muslime“ seien. Auch diese Botschaften stehen für die Abwertung von anderen und den Versuch, die eigene Lebensweise als besser und einzig richtig darzustellen.



Das Phänomen Hate Speech bietet daher einen guten Zugang, um mit Jugendlichen über Abwertungen und absolute Wahrheitsansprüche ins Gespräch zu kommen. Viele Jugendliche kennen das Phänomen aus der eigenen Mediennutzung – über 73 Prozent der Jugendlichen geben an, Hate Speech in Sozialen Medien bereits gesehen zu haben (vgl. IDZ 2019, S. 19) – weshalb hier eigene Erfahrungen der Jugendlichen einbezogen werden können. Dabei ist es wichtig, (1) einen Bezug zu Diskriminierung und extremistischen Positionen herzustellen und (2) Jugendlichen konkrete Handlungsmöglichkeiten im Umgang mit Hate Speech aufzuzeigen.

Im Umgang mit Hate Speech gibt es nicht den einen richtigen Weg. Das Ignorieren („don't feed the troll“), das Einbeziehen von pädagogischen Fachkräften oder Eltern, sowie die Meldung von Hate Speech bei der Plattform oder der Polizei können Optionen im Umgang damit sein. Leider sind gerade die Meldemaßnahmen trotz der jüngsten Gesetzesinitiative („NetzDG“) in der Praxis eher selten erfolgreich.⁵ Vor diesem Hintergrund sind alternative Umgangsweisen notwendig, mit denen Jugendliche selbst Position beziehen und Abwertungen aktiv entgegen können. Eine Möglichkeit kann das solidarische Kommentieren sein („Flowerrain“)⁶. Hate Speech kann aber auch durch die Betroffenen selbst verarbeitet werden, zum Beispiel durch Memes. Memes können eine empowerndes Ventil sein, um mit Hate Speech humorvoll umzugehen und dabei durchaus sachliche Kritik beinhalten. Dazu mehr im Modul 3 „Empowerment mit Memes“.

„DIE DREI AS VON UFUQ.DE“: WANN WIRD ES PROBLEMATISCH?

Um einschätzen zu können, ob eine Aussage oder ein Verhalten aus der Perspektive der politischen Bildung problematisch ist, können „die drei As“ helfen: Abwertungen, absolute Wahrheitsansprüche und antipluralistische Positionen stehen im Widerspruch zu demokratischen Grundprinzipien wie Gleichberechtigung, Meinungsfreiheit und Pluralismus. Auf dieser Ebene lässt sich die Problematik auch mit Jugendlichen ansprechen. Ein Beispiel: Wenn ein Schüler einen anderen während des Ramadans unter Druck setzt und ihn auffordert, zu fasten (oder nicht zu fasten), geht es in der pädagogischen Arbeit nicht darum, einen eventuellen religiösen Hintergrund dieses Verhaltens zu thematisieren, sondern um das konkrete Verhalten selbst – das Ausüben von Druck auf andere. Der Vorteil dieser Vorgehensweise: Der betreffende Schüler kommt nicht in eine Situation, „seine Religion“ verteidigen zu müssen, und das Problem lässt sich allgemein ansprechen. Denn Abwertungen und sozialer Druck sind in Schule und Bildungsarbeit Alltag. Die drei As gelten also phänomenübergreifend und sind gerade deshalb so hilfreich. Im Konfliktfall sind weder religiöses Wissen noch „neue“ pädagogische Methoden vonnöten. Im Mittelpunkt stehen Interventionen, die aus dem pädagogischen Alltag im Umgang mit Abwertungen, Beleidigungen und Mobbing bekannt sind. Und darin sind pädagogische Fachkräfte ja bereits Expert_innen.

⁵ So wurde die zuvor erwähnte Trollseite „Sawsan Chebli, Rolex Generalvertretung“ bei Facebook zwar gemeldet – jedoch ohne sichtbare Konsequenz, obwohl die Inhalte einen eindeutigen Bruch der Gemeinschaftsstandards darstellen. Auch bei der sogenannten #Abschiebechallenge, in der es um die Nominierung von Menschen ging, die besonders „abschiebewürdig“ seien und in der neben Chebli unter anderem auch Hatice Akyün und Dunja Halali genannt wurden, wollte Twitter keinen Verstoß erkennen. Andersherum sperrte Twitter während des EU-Wahlkampfes 2019 kurzzeitig Cheblis Profil mit der wenig nachvollziehbaren Begründung, dass hier „Falschinformationen zur Wahlbeeinflussung“ betrieben werde. Hier zeigt sich, welche Macht Online-Plattformen nach wie vor ausüben – was ebenfalls ein immer wichtigeres Thema für die politische Medienbildung wird.

⁶ Ein Flowerrain ist eine Strategie in Sozialen Medien, mit der sich Nutzer_innen als Antwort auf einen verhetzenden Shitstorm organisieren und solidarisch kommentieren. Ein Beispiel ist das „Wiener Neujahrsbaby 2018“.

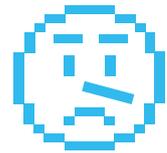
Fake News

Als „Fake News“ werden umgangssprachlich bewusst fabrizierte Falschmeldungen bezeichnet, bei deren Verbreitung Sozialen Medien eine zentrale Rolle zukommt (Schmid et al. 2018, 75 f.). Sie sind ein weiteres Phänomen, das im Alltag von Jugendlichen eine große Rolle spielt. Eine Forsa-Umfrage im Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW von 2017 ergab, dass 77 Prozent der 14- bis 24-Jährigen im Internet bereits auf Fake News aufmerksam wurden (forsa 2017). Auch hier gibt es direkte Bezüge zu extremistischen Ideologien, die sich in der Auseinandersetzung mit Fake News herstellen lassen. So hatten die acht viralsten deutschsprachigen Falschmeldungen, die 2018 auf Facebook verbreitet wurden, allesamt einen rechtsextremen Ursprung und bedienten vor allem „Vorurteile“ gegen Geflüchtete und „den“ Islam (vgl. Schmehl 2018). Fake News können sich – ohne weitere Recherche des Wahrheitsgehaltes – durch einfaches Liken und Sharen rasant weiterverbreiten. In den Workshops stehen neben der Vermittlung von ganz konkreten Recherchefertigkeiten folgende Fragen im Mittelpunkt: Wieso verbreiten sich Fake News so rasant? Mit welchen Bildern spielen solche „Nachrichten“? Welche Rolle nehmen Fake News in der Verbreitung von extremistischen Weltbildern ein?⁷

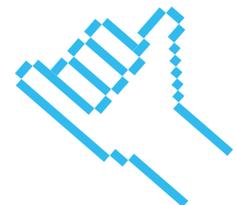
In den *bildmachen*-Workshops wird aber nicht nur diskutiert. Die Jugendlichen produzieren auch selbst Fake News, um sich damit die dahinterstehenden Wirkungsweisen bewusst zu machen (vgl. DROG 2018, S. 5). Diese Übung sensibilisiert für unterschiedliche Formen medialer Manipulationen – und ganz nebenbei werden spielerisch handfeste Fähigkeiten der Bildbearbeitung vermittelt. Übungen zum Modul 1 „Politische Medienbildung“ finden sich auf den folgenden Seiten.



Ein Bild, das in einem Berliner Workshop entstanden ist. Das Foto zeigt zwei Jugendlichen, die sich begrüßen, erweckt aber durch die irreführende Betitelung den Eindruck, sie würden mit Drogen handeln. Die Idee entstand, nachdem Zuschreibungen über Geflüchtete in der Gruppe thematisiert wurden. Emoji nachträglich eingesetzt.



Übungen zum Modul 1
„Politische Medienbildung“
finden Sie auf den
folgenden Seiten.



7 Und vorangehend: Was verstehen Menschen unter „extremistisch“ überhaupt?



Übung: „Die Insel“

bildmachen
.net

Modul	Gruppengröße	Setting	Equipment
<input checked="" type="checkbox"/> Modul 1	<input checked="" type="checkbox"/> 5 – 15	<input checked="" type="checkbox"/> Schule	<input type="checkbox"/> Internet
<input type="checkbox"/> Modul 2	<input checked="" type="checkbox"/> 16 – 35	<input type="checkbox"/> Offene Settings	<input checked="" type="checkbox"/> Rechner/Laptop
<input type="checkbox"/> Modul 3			<input type="checkbox"/> Tablets
Zeit	Alterstufe	Sprach-/Bildungsniveau	
<input type="checkbox"/> 15 – 30 Min.	<input type="checkbox"/> 14 – 17	<input checked="" type="checkbox"/> gering	<input checked="" type="checkbox"/> Beamer
<input checked="" type="checkbox"/> 31 – 45 Min.	<input checked="" type="checkbox"/> 18 – 21	<input checked="" type="checkbox"/> mittel	<input type="checkbox"/> Lautsprecher
<input type="checkbox"/> 46 – 90 Min.		<input checked="" type="checkbox"/> hoch	<input checked="" type="checkbox"/> Folien
<input type="checkbox"/> 91 – 180 Min.			<input type="checkbox"/> Sonstiges (z. B. App)

ZIEL

Wissen über den gesetzlichen Rahmen im Internet. Reflexion über das Spannungsverhältnis zwischen freier Meinungsäußerung und Hetze.

VORBEREITUNG

Die optionalen Begleitfolien (bzw. Vorlagen für eigene Folien) finden sich auf bildmachen.net/materialien.

UMSETZUNG

Schritt 1

Die Jugendlichen werden gefragt, welche Gesetze für das Zusammenleben im Internet von Bedeutung sind. Die Antworten sollten falls nötig darum ergänzt werden, dass für Nutzer_innen in Deutschland auch deutsche Gesetze gelten, allen voran das Grundgesetz. Hier sind vor allem Artikel 1 und Artikel 5 hervorzuheben. Die Jugendlichen können gefragt werden, ob sie einen Konflikt zwischen den beiden Artikeln sehen. Das Ziel ist es, dafür zu sensibilisieren,

dass es sich hier um ein Spannungsverhältnis handelt und nicht klar definiert ist, wann Meinung endet und Hetze beginnt.

Schritt 2

Die Jugendlichen bekommen den Auftrag, selbst ihre „Community-Standards“ zu verfassen, also Regeln, die sie als sinnvoll erachten würden, wenn sie in den Sozialen Medien gelten würden. Die Punkte werden gesammelt, gemeinsam diskutiert und zentral festgehalten (z. B. auf einem Flipchart). Die Regeln gelten fortan für den Workshop.

FETTNÄPFCHEN

Angesichts der aktuellen Urheberrechtsreform auf EU-Ebene sollte darauf geachtet werden, dass die Diskussion über Gesetze im Internet an dieser Stelle nicht zu sehr in den Bereich der Urheber- oder Persönlichkeitsrechte abdriftet.

Übung: „Fake?!“

bildmachen
.net

Modul	Gruppengröße	Setting	Equipment
<input checked="" type="checkbox"/> Modul 1	<input checked="" type="checkbox"/> 5 - 15	<input checked="" type="checkbox"/> Schule	<input checked="" type="checkbox"/> Internet
<input type="checkbox"/> Modul 2	<input checked="" type="checkbox"/> 16 - 35	<input type="checkbox"/> Offene Settings	<input checked="" type="checkbox"/> Rechner/Laptop
<input type="checkbox"/> Modul 3			<input checked="" type="checkbox"/> Tablets

Zeit	Alterstufe	Sprach-/Bildungsniveau	
<input type="checkbox"/> 15 - 30 Min.	<input type="checkbox"/> 14 - 17	<input type="checkbox"/> gering	<input checked="" type="checkbox"/> Smartphones (BYOD)
<input type="checkbox"/> 31 - 45 Min.	<input checked="" type="checkbox"/> 18 - 21	<input checked="" type="checkbox"/> mittel	<input checked="" type="checkbox"/> Beamer
<input checked="" type="checkbox"/> 46 - 90 Min.		<input checked="" type="checkbox"/> hoch	<input type="checkbox"/> Lautsprecher
<input type="checkbox"/> 91 - 180 Min.			<input checked="" type="checkbox"/> Folien
			<input type="checkbox"/> Sonstiges (z. B. App)

ZIEL

Sensibilisierung für Fake News in den Sozialen Medien; Stärkung der Recherchekompetenz; Vermittlung der ideologischen Hintergründe und Wirkweise von Fake News.

VORBEREITUNG

Als Einstieg kann ein Kahoot-Quiz dienen, das vorher selbst erstellt werden muss. Screenshots und Folien eines Beispiels finden sich auf bildmachen.net/materialien. Anmerkung zum Beispiel: Die Antworten sind diskussionswürdig. Gerade bei Frage 2 sollte noch einmal aufgegriffen werden, dass aufgrund der Symbolik und der Sprachcodes von einem rechtsextremen Profil ausgegangen werden kann.

UMSETZUNG

Schritt 1

Den Jugendlichen wird ein reales Beispiel für „Fake News“ präsentiert, etwa ein Screenshot oder Artikel. Das Beispiel sollte entsprechend der Altersgruppe gewählt werden, einen „extremistischen Kontext“

haben und mittlerweile „gedebunked“ worden sein. Die Jugendlichen werden gefragt, was sie sehen bzw. was die Aussage des Textes ist.

Schritt 2

Den Jugendlichen wird der Arbeitsauftrag erteilt, den Hintergrund des Bildes/Artikels in Kleingruppen zu recherchieren: „Wer oder was steckt hinter dem Bild?“ Die Übungsleiter_innen geben Unterstützung und bieten Hinweise auf hilfreiche Tools, wie die Google-Bildsuche.

Schritt 3

Die Übungsleiter_innen stoßen eine Diskussion über den Inhalt an. „Woran ist erkennbar, dass es sich um Fake News handelt?“, „Was sind Fake News überhaupt?“, „Mit welchen Techniken können die Fake News entlarvt werden?“, „Wieso erstellen und verbreiten Menschen Fake News?“, „Was für ‚Vorurteile‘ werden hier verbreitet?“

Schritt 4

Es wird gemeinsam zusammengefasst, wie die Jugendlichen im

Vorhinein Fake News erkennen können und was sich dagegen tun lässt.

TIPPS UND TRICKS

Das ausgewählte Fake News Beispiel sollte sich relativ einfach debunkeln lassen, etwa in dem die Fake News eine Fotoaufmachung hat, die durch die Google-Reverse-Bildersuche schnell zu aufklärenden Artikeln führt.

FETTNÄPFCHEN

Fake News arbeiten sehr häufig mit emotional aufgeladenen Themen. Daher besteht die Gefahr, dass die Diskussion aus dem Ruder laufen kann. In solchen Fällen ist es wichtig, wieder zum Gegenstand zurückzukehren: einer nachweisbar gefälschten Nachricht.

LITERATURHINWEISE

hoaxmap.de: Debunking-Seite für aktuelle Fake News
Belltower News: „Fake News erkennen. So geht das“
<https://bit.ly/2lrnzPG>.



Bilder aus dem Instagram-Kanal der deutschen Bekleidungsmarke „Tuba-Collection“, die in ihrer Mode Salafismus und Hip-Hop kombiniert. Dabei werden islamische Symbole und Bekleidungsstücke aufgegriffen, die für Betrachter_innen Assoziationen zu terroristischen Organisationen wecken können, beispielsweise bei der Abbildung des islamischen Glaubensbekenntnisses in weißem Schriftzug auf schwarzem Hintergrund (Assoziation zum „IS“). Aber die Marke kann von Jugendlichen auch als eine Möglichkeit genutzt werden, ihr konservatives (und legitimes) Religionsverständnis modisch zum Ausdruck bringen.

Modul 2: Islamismus

Islamistische Inhalte sind in Sozialen Medien weit verbreitet. Nur selten handelt es sich dabei um Propaganda, die von terroristischen Organisationen verbreitet wird. Viel häufiger sind Botschaften, in denen islamistische Welterklärungen (sogenannte „Narrative“) wiedergegeben und – bewusst oder unbewusst – von Nutzer_innen verbreitet werden. In diesen Botschaften wird in der Regel nicht zu Gewalt aufgerufen oder Gewalt verherrlicht, vielmehr handelt es sich um abwertende, demokratiefeindliche und antipluralistische Positionen. Dabei werden aktuelle Themen aufgegriffen und direkte Bezüge zu jugendlichen Lebenswelten hergestellt.

Die eigentlichen Themen reichen dabei von Geschlechterrollen und religiöser Alltagspraxis über internationale Konflikte und soziale Ungerechtigkeit bis zu Rassismus und Diskriminierung. Problematisch an diesen Beiträgen sind dabei selten die Themen selbst, sondern die einfachen Antworten, mit denen Feindbilder und Opfernarrative verstärkt werden. Die „Predigervideos“ salafistischer Aktivisten wie Pierre Vogel oder Ahmad Abul Baraa und Angebote von „Generation Islam“ erreichen mit diesen Themen ein Publikum, das weit über den eigentlichen Kreis der Anhänger_innen hinausgeht (bildmachen.net 2019).

Ein Merkmal extremistischer Ideologien ist das Angebot von Eindeutigkeit und das Fehlen von Ambiguitäten und Widersprüchen. In einer solchen Wahrnehmung lassen sich alle Ereignisse und Handlungen in „gut“ und „böse“ oder „richtig“ und „falsch“ unterscheiden. Grauzonen sind hier ebenso wenig denkbar wie Multiperspektivität und subjektive Orientierungen. Dies spiegelt sich auch in den Gemeinschaftsvorstellungen wider, die von islamistischen Akteur_innen vertreten werden. Auch hier läuft die Ideologie auf eine eindeutige Grenzziehung zwischen zwei vermeintlich homogenen Gemeinschaften hinaus („Wir Muslime“ versus „Die Nichtmuslime“). Identität ist hier eindimensional, eine Person ist entweder muslimisch oder nicht, andere Facetten der Identität wie Interessen oder soziale Lage spielen eine untergeordnete Rolle. Damit verbindet sich in aller Regel eine Abwertung von anderen mit dem Anspruch auf Normierung und Dominanz: Die eigene Gruppe ist nicht nur anders, sondern besser, und steht damit für Wahrheit, Reinheit und Authentizität. Ein solches Gemeinschaftsverständnis wendet sich ausdrücklich gegen jegliche Formen von Pluralismus und befördert eine Polarisierung zwischen Eigen- und Fremdgruppe, die bis zur offenen Konfrontation führen kann. Islamistische Gruppen vertreten diese Dominanz- und Normierungsansprüche auch gegenüber Muslim_innen, die einer anderen Auslegung bzw. ihrer eigenen Auslegung des Islams folgen. So fordern beispielsweise manche Salafist_innen von Muslim_innen eine Rückkehr zu den vermeintlich richtigen Glaubenslehren und Lebensweisen, wie sie nach ihrem Verständnis vom Propheten und seinen frühen Gefährten gelebt wurden. Damit polarisieren sie nicht nur zwischen Nichtmuslim_innen und Muslim_innen, sondern auch innerhalb der muslimischen Glaubensgemeinschaften (vgl. JFF 2018, S. 26).

ALLES ISLAMISMUS?

Der Begriff Islamismus bezeichnet religiös-politische Bewegungen, die das demokratische System durch eine vermeintlich islamische Ordnung ersetzen wollen. Nur ein Bruchteil der Inhalte auf Social-Media-Seiten, die dem islamistischen Milieu zugerechnet werden und die öffentlich zugänglich sind, propagieren explizit eine solche Ordnung. Dabei stellt sich die Frage: Ab wann ist ein Beitrag – zum Beispiel die Kritik an rassistischer Gewalt oder an Doppelstandards – „islamistisch“? Braucht es einen expliziten islamistischen Inhalt, oder ist der weitere Kontext entscheidend, in dem die Aussage steht? Das ist eine Frage, die uns ebenfalls beschäftigt. In dieser Publikation werden die Inhalte der vorgestellten Akteur_innen „islamistisch“ genannt, an anderen Stellen wird bspw. auch von „salafistischen“, „religiös-extremistischen“ oder einfach „problematischen Ansprachen“ gesprochen. All diese Labels haben ihr Für und Wider. Auch in der politischen Bildung mit Jugendlichen sollte es um eine kritische Reflexion solcher Begriffe gehen und gerade nicht um das Bedienen von eindeutigen Schubladen.





In eher seltenen Fällen ist die isolierte Botschaft der Inhalte von Social-Media-Seiten, wie „Realität Islam“, selbst besonders problematisch. Die ideologische Instrumentalisierung geschieht oft erst durch einen fehlenden Kontext. Das vierte Bild verweist auf die Kampagne #NichtOhneMeinKopftuch. Quelle: Instagram und Facebook-Kanal von „Realität Islam“

Während die islamistische Orientierung in salafistischen Online-Predigten eines Ahmad Abul Baraa oder Pierre Vogel durch das äußerliche Auftreten und die missionarische Sprache für Jugendliche schnell erkennbar ist, sind die ideologischen Hintergründe in den Angeboten anderer Akteur_innen nicht immer sofort ersichtlich. So knüpfen die Video- und Bildformate von „Realität Islam“ an gesellschaftliche Diskurse und lebensweltliche Stile an. Sie sind häufig speziell an eine jugendliche Zielgruppe adressiert und niedrigschwellig.

So finden sich auf den Social-Media-Seiten wie jenen von „Generation Islam“ oder von „Realität Islam“ häufig Aussagen von Wissenschaftler_innen und Menschenrechtsaktivist_innen, die aus einer solidarischen Perspektive auf (antimuslimischen) Rassismus oder die Auswirkungen von Kolonialismus aufmerksam machen – und die hier als Bestätigung für die eigene Weltansicht herangezogen werden.⁸ Ergänzt werden diese Inhalte mit religiösen Botschaften, die als (einzige) Antwort auf diese Ungerechtigkeiten zu verstehen sind. Dabei verknüpfen diese Initiativen sehr gekonnt Formen des On- und Offlineaktivismus, wie im Fall der Hashtag-Kampagne #NichtOhneMeinKopftuch, bei der Unterschriften für eine Onlinepetition gegen eine „Wertediktatur“ gesammelt wurden (vgl. OCCI 2018, S. 7ff.). Erst durch die Verdichtung, Vereindeutigung und Überzeichnung dieser Botschaften entsteht die Problematik: ein polarisierendes Weltbild, in dem es nur noch „die Deutschen“ gibt, die „die Muslime“ unterdrücken. Dieses Verfolgungsszenario wird auch als „islamistisches Opfernarrativ“ oder als „Opferideologie“ bezeichnet.

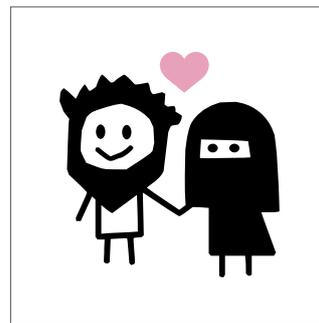
Die Aufgabe der politischen Bildung besteht darin, Jugendliche für diese „Kippsmomente“ zu sensibilisieren, an denen aus berechtigter Kritik ein einseitiges Opfernarrativ wird. Dabei geht es weniger darum, konkrete Gruppen oder Positionen als islamistisch zu identifizieren. Vielmehr ist es das Ziel, Jugendlichen die Auseinandersetzung mit kontroversen, teilweise real vorhandenen Missständen zu ermöglichen und alternative Angebote und Umgangsweisen aufzuzeigen, die attraktiver sind als jene, die ihnen von islamistischen Akteur_innen in Sozialen Medien gemacht werden. Dadurch werden sie befähigt, selbst einzuschätzen, inwiefern (eventuell) islamistische Positionen ihre eigenen Gestaltungsspielräume und Teilhabechancen sowie das friedliche Zusammenleben in einer offenen Gesellschaft einschränken (vgl. JFF 2018, S. 26).

⁸ Oftmals werden Zeitungsartikel gepostet, die rassistische Vorfälle thematisieren, was nicht davon abhält, „die Medien“ pauschal der rassistischen Hetze zu bezichtigen. Auf Fake News im engeren Sinne (bewusst fabrizierte Falschmeldungen) trifft man auf Webseiten wie „Generation Islam“, „Realität Islam“ oder „Muslimstern“ eher nicht. Die am meisten viral verbreiteten Falschmeldungen 2018 im deutschsprachigen Raum kamen allesamt aus dem rechtsextremen Spektrum (vgl. Schmehl 2018). Da diese zumeist rassistische Stereotype verbreiten, beziehen sich auch islamistische Seiten auf diese Falschmeldungen, um die These eines umfassenden Islamhasses zu untermauern. Die Thematisierung dieser rechtsextremen Narrative ist also auch in der Islamismusprävention relevant.

Wieso rigide Geschlechterrollen für junge Frauen interessant sein können

Islamistische Geschlechterrollen können sowohl für Männer als auch für Frauen attraktiv sein – unabhängig von ihrer kulturell-religiösen sowie sozialen Herkunft. Die von islamistischen Akteur_innen propagierten Geschlechterrollen sind zum Teil anschlussfähig an traditionelle Rollenverständnisse, nach denen der Mann der Ernährer und Versorger der Familie ist und der Frau die Rolle der Hausfrau und Mutter zukommt. Zu den Attributen eines „richtigen“ Mannes kommen in islamistischen Ideologien noch folgende hinzu: er ist stark, mutig, beschützt die Familie und kämpft für die gerechte Sache.

Islamistische Narrative knüpfen bei der Darstellung der propagierten Geschlechterrollen auch an mediale Diskurse über muslimische Frauen an, in denen vielfach das Bild einer unterdrückten und bildungsfernen muslimischen Frau vermittelt wird. So wird in einem Facebook-Post der Seite „Der Islam verbindet“ auf die vermeintlich besondere Rolle von Frauen im Islam hingewiesen: In Europa käme Frauen die Rolle von „Hausfrauen“ zu, in der islamischen Welt hingegen würden Frauen als „Rabbatul Bayt“ (Herrin des Hauses) gelten. Damit nehmen diese Posts auch auf negative mediale Diskurse über „den Islam“ oder „die muslimische Frau“ Bezug und bieten „positive“ Antworten: Die Frau in der islamischen Welt ist nicht nur Hausfrau und damit vermeintlich belanglos, sondern übernimmt Verantwortung für die Familie und erfährt dafür Anerkennung. Jungen Frauen, die sich von den zum Teil widersprüchlichen Rollenanforderungen und -erwartungen, denen sie gegenüberstehen, überfordert fühlen, kann diese klare Rollenzuweisung Halt und Orientierung bieten – und sie entbindet gleichzeitig von der individuellen Verantwortung, einen Weg zu finden, sich als Frau in der Gesellschaft zu positionieren. Mit diesem Rollenverständnis kann auch das Gefühl eines Statusgewinns gegenüber der eigenen aktuellen Situation einhergehen: Ich bin zwar nicht gleich, habe aber eine klare Rolle und erlebe darin Anerkennung und Sicherheit.



Eine Auswahl von romantisierenden Bildern der Facebook-Seite „Sistalicious“, die den Einklang von Mann und Frau in der „muslimischen Ehe“ illustrieren sollen. Dahinter liegt jedoch ein rigides und hierarchisches Rollenverständnis, in dem der Mann den starken Part einnimmt. Die vermittelte Aussage lautet: Die Geschlechter sind nicht gleich, sondern ergänzen einander in ihren unterschiedlichen, von Gott vorgegebenen Rollen.





Islamistische frauenspezifische Webseiten, die sich an Frauen wenden, knüpfen ebenso wie andere extremistische Seiten an populäre Sehgewohnheiten an. Dabei wird der Nikab vielfach ästhetisiert und die freiwillige Entscheidung, ihn zu tragen, hervorgehoben. Die Illustrationen der Facebook-Seite „Sistalicious“ erinnern etwa an Manga, ein japanisches Comicgenre. Oftmals sind sie kombiniert mit positiven „Lebensweisheiten“, die auch durch viele nichtreligiöse Profile geteilt werden. In Sozialen Medien nehmen junge Frauen (möglicherweise auch Männer) die Möglichkeit wahr, dem vorherrschenden weiblichen Schönheitsideal etwas entgegenzusetzen.

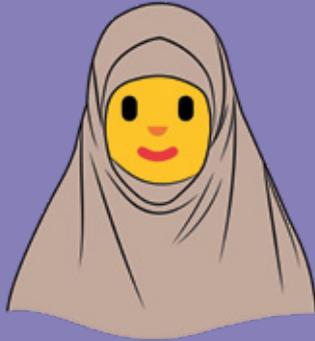
Die Zugehörigkeit zur islamistischen Szene schafft aber nicht nur eine gewisse Rollenklarheit, sondern auch Gemeinschaft und zwischenmenschlichen Halt. Der Freundschaft kommt in vielen Beiträgen aus dieser Szene eine große Bedeutung zu. In den Darstellungen unterstützen sich die jungen Frauen gegenseitig, sind füreinander da, helfen einander online wie offline – sie sind „Schwestern“. Eine exklusive Gemeinschaft von jungen Frauen, die Wärme und Halt bietet. Für Konkurrenz, Neid oder Rassismus ist in diesen verklärten Bildern kein Platz.

Auf Facebook-Seiten wie „Hijaborized“ oder „Sistalicious“ werden Nikab und Hidschab ästhetisiert und als selbstbewusster Lifestyle präsentiert. Der Nikab bewirke, so die Macher_innen der Seiten, dass alle äußerlich gleich seien, und es entfallt der Druck, einem bestimmten Schönheitsideal zu entsprechen, sich zu optimieren und mit anderen zu vergleichen. Es seien die inneren Werte, der Glaube und die Glaubenspraxis, die zählen.

Bei der Entscheidung, Hidschab oder Nikab zu tragen, spielen auch Bedürfnisse eine Rolle, die insbesondere beim Erwachsenwerden wichtig sind: Selbstwirksamkeitserfahrungen zu machen, Autonomie zu erleben und sich einer Gruppe zugehörig zu fühlen. Die jungen Frauen entscheiden sich trotz aller Widerstände in ihrem Umfeld (Familie, Peers, Schule, Ausbildung) und den zu erwartenden Benachteiligungen sowie rassistischen Äußerungen dafür, einen Nikab oder Hidschab zu tragen. Sie fühlen sich stark und selbstbestimmt, und gleichzeitig können sie maximal provozieren und erfahren große Anerkennung durch die „Schwestern und Brüder“ in der islamistischen bzw. salafistischen Gemeinschaft. Diese Anerkennung kann umso wichtiger sein, je mehr die jungen Frauen Rassismus-, Diskriminierungs- sowie Missbrauchs- und Gewalterfahrungen gemacht haben.



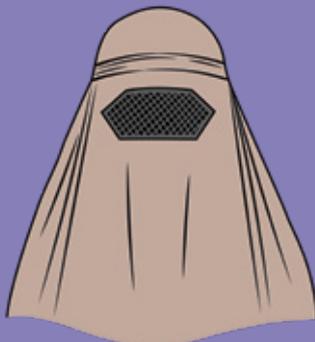
Hidschab



Tschador



Nikab



Burka

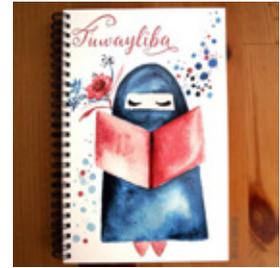
Es gibt verschiedene Formen der islamischen Kopfbedeckungen. Hier sind vier schematische Varianten dargestellt. Als Hidschab wird das gewöhnliche Kopftuch bezeichnet, bei dem die Haare sichtbar oder verdeckt sein können. Auffallend ist, dass in den öffentlichen Debatten oft von der Burka die Rede ist, obwohl diese in Deutschland selten bis nie im öffentlichen Raum zu sehen ist. Bild [M]: Nattle/Shutterstock.com

Der pädagogische Umgang mit islamistischen Narrativen

Problematische Positionierungen, wie zum Beispiel sich für rigide Geschlechterrollen oder verschwörungstheoretisches Denken in Wir-und-Sie-Kategorien auszusprechen, sind nicht verboten. Im pädagogischen Kontext jedoch sind sie selbstverständlich Anlass, um Jugendliche zur Reflexion anzuregen und dabei auch auf rote Linien wie Abwertungen in Form von Hate Speech hinzuweisen. In der Bildungsarbeit stellt sich dabei außerdem die Frage, welche alternativen Angebote denkbar sind, die die Interessen und Bedürfnisse von Jugendlichen aufgreifen und attraktiver sind als jene, die von islamistischen Akteur_innen unterbreitet werden.

Am Beispiel der Auseinandersetzung mit islamistischen Geschlechterrollenvorstellungen lässt sich der Ansatz veranschaulichen, den wir im Projekt *bildmachen* verfolgen. So bieten die Workshops Räume für die Reflexion des eigenen Körpers, von Schönheits- und eigenen Geschlechterrollenvorstellungen, sie sensibilisieren für die Normativität der Zweigeschlechtlichkeit⁹ und stellen unterschiedliche (muslimische) Perspektiven auf Weiblichkeit und Männlichkeit vor. Im Mittelpunkt steht nicht die Kritik von traditionellen Geschlechterrollen, sondern die Irritation von Gewissheiten über die „Normalität“ und „Selbstverständlichkeit“ von Traditionen und das Wissen um unterschiedliche Deutungen und Zugänge zu religiösen Traditionen. Ein solches Bewusstsein macht es leichter, sich selbst unabhängig von (widersprüchlichen) gesellschaftlichen Erwartungen zu positionieren und ein eigenes Rollenverständnis zu entwickeln. Dabei ist das Kontroversitätsgebot (vgl. Pohl 2015) zu berücksichtigen: In der politischen Bildungsarbeit finden grundsätzlich auch solche Positionen Gehör, die sich deutlich von der Mehrheitsmeinung unterscheiden.

Notwendig und sinnvoll wird die explizite Thematisierung islamistischer Inhalte in der Universalprävention, wenn tatsächlich islamistische Argumentationen in der Gruppe bedient werden.



Auf der Facebook-Seite „Hijaborized“ wird eigenes Merchandise angeboten, das einen „Salafi-Lifestyle“ bewirbt. Es zeigt, dass aus Sicht der Betreiberin (bzw. des Betreibers) mit einem solchen Lebensentwurf durchaus Selbstermächtigung einhergehen kann.

⁹ Hierbei geht es um die Annahme, dass es nur zwei Geschlechter gibt und das biologische Geschlecht die Geschlechtsidentität und die sexuelle Orientierung bestimmt.



Übungen zum Modul 2
„Islamismus“ finden Sie
auf den folgenden Seiten.



Übung: „Was postest du?!“

bildmachen
.net

Modul	Gruppengröße	Setting	Equipment
<input type="checkbox"/> Modul 1	<input checked="" type="checkbox"/> 5-15	<input type="checkbox"/> Schule	<input checked="" type="checkbox"/> Internet
<input checked="" type="checkbox"/> Modul 2	<input checked="" type="checkbox"/> 16-35	<input checked="" type="checkbox"/> Offene Settings	<input checked="" type="checkbox"/> Rechner/Laptop
<input type="checkbox"/> Modul 3			<input type="checkbox"/> Tablets
Zeit	Alterstufe	Sprach-/Bildungsniveau	
<input type="checkbox"/> 15-30 Min.	<input checked="" type="checkbox"/> 14-17	<input checked="" type="checkbox"/> gering	<input checked="" type="checkbox"/> Beamer
<input type="checkbox"/> 31-45 Min.	<input checked="" type="checkbox"/> 18-21	<input checked="" type="checkbox"/> mittel	<input checked="" type="checkbox"/> Lautsprecher
<input checked="" type="checkbox"/> 46-90 Min.		<input checked="" type="checkbox"/> hoch	<input type="checkbox"/> Folien
<input type="checkbox"/> 91-180 Min.			<input type="checkbox"/> Sonstiges (z. B. App)

ZIEL

Extremistische Inhalte erkennen und einordnen.

UMSETZUNG

Die Jugendlichen dürfen in einem offenen Rahmen nacheinander Online-Videos oder Postings vorstellen, die sie in letzter Zeit gesehen und die sie in irgendeiner Form bewegt haben. Die Übungsleiter_innen haken (wohldosiert) immer dort ein, wo interessante Themen angeschnitten werden, und stoßen eine Diskussion über das Video oder den Post an. Dabei ist es sinnvoll, sich zunächst den Content bzw. den Hintergrund durch die Jugendlichen erklären zu lassen.

TIPPS UND TRICKS

Diese Übung bietet sich gerade in offenen Einrichtungen an, in denen es keine Anwesenheitspflicht gibt. Videos sollten für max. drei Minuten angespielt werden.

FETTNÄPFCHEN

Problematische Aspekte von Videos sollten angesprochen werden, jedoch ohne den „pädagogischen Zeigefinger“ zu heben. Grenzlinie ist der Jugendschutz.

Übung: „Lügenpresse“

bildmachen
.net

Modul	Gruppengröße	Setting	Equipment
<input type="checkbox"/> Modul 1	<input checked="" type="checkbox"/> 5-15	<input checked="" type="checkbox"/> Schule	<input checked="" type="checkbox"/> Internet
<input checked="" type="checkbox"/> Modul 2	<input checked="" type="checkbox"/> 16-35	<input type="checkbox"/> Offene Settings	<input type="checkbox"/> Rechner/Laptop
<input type="checkbox"/> Modul 3			<input checked="" type="checkbox"/> Tablets

Zeit	Alterstufe	Sprach-/Bildungsniveau	
<input type="checkbox"/> 15-30 Min.	<input type="checkbox"/> 14-17	<input type="checkbox"/> gering	<input checked="" type="checkbox"/> Smartphones (BYOD)
<input type="checkbox"/> 31-45 Min.	<input checked="" type="checkbox"/> 18-21	<input checked="" type="checkbox"/> mittel	<input checked="" type="checkbox"/> Beamer
<input checked="" type="checkbox"/> 46-90 Min.		<input checked="" type="checkbox"/> hoch	<input type="checkbox"/> Lautsprecher
<input type="checkbox"/> 91-180 Min.			<input checked="" type="checkbox"/> Folien
			<input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges (z. B. App)

ZIEL

Sensibilisierung für Medienpluralität, Förderung der Recherchekompetenz, Sensibilisierung für islamistische Instrumentalisierungen von Gerechtigkeitsthemen („Opfernarrativ“), Sensibilisierung für problematische Darstellungen in der Berichterstattung, Sensibilisierung für die Parallelen zwischen islamistischen und rechtsradikalen Ansprachen.

VORBEREITUNG

Es werden zwei konträre Artikel zu einem (auch bei Jugendlichen präsentieren) Gesellschaftsthema ausgewählt, das auch durch Islamist_innen aufgegriffen wurde. Ein Folien-Beispiel befindet sich auf bildmachen.net/materialien.

UMSETZUNG

Schritt 1

Die Medienberichterstattung, vor allem rund um das Thema Islam, wird diskutiert. Fragen: „Verfolgt ihr die Nachrichten?“, „Wie und wo informiert ihr euch sonst?“,

„Findet ihr, es gibt ein Problem in den Medien, wenn es z. B. um „den“ Islam geht?“

Schritt 2

Die Jugendlichen diskutieren einen „islamistischen Post“, in dem es um ein gesellschaftliches Thema geht und in dem die Medien in ihrer Gesamtheit angegriffen werden.

Schritt 3

Die Jugendlichen werden aufgefordert, die beiden Texte zu lesen (zumindest die ersten zwei Absätze). Fragen: „Wie ist der Ton des Artikels?“, „Lügen‘ die Artikel?“, „Welcher Artikel gefällt euch besser? Warum?“

Schritt 4

Falls der Begriff „Lügenpresse“ im Post fällt, soll recherchiert werden, woher er stammt.

TIPPS UND TRICKS

Die Texte können über einen QR-Code auf die Endgeräte der Jugendliche gespielt werden.

FETTNÄPFCHEN

Es ist wichtig, den Punkt zuzulassen (bzw. selbst ins Spiel zu bringen), dass es rassistische Tendenzen in der Medienberichterstattung gibt und diese auch thematisiert werden sollten.

LITERATURHINWEISE

Das Medienbild des Islams in Deutschland
<https://bit.ly/2x3KPgo>.

handeln, auch ein Posting zu #metoo, ein Fake-Twitterpost eines Präsidenten oder ein auf Instagram veröffentlichter „Flossing Dance“ im bewegten Gif-Format lassen sich als Memes beschreiben.¹¹

Memes in der pädagogischen Arbeit

Im Projekt *bildmachen* geht es vor allem – aber nicht nur – um die Auseinandersetzung mit und die Gestaltung von Bildbotschaften. Die Art der künstlerischen Gestaltung, etwa saubere Schnitte oder die Platzierung des Fonts, spielt dabei eine untergeordnete Rolle, auch wenn sich in der Kunst des Memens durchaus ästhetische Standards durchgesetzt haben. Memes bedienen unzählige Nischen und spiegeln und verstärken über politische und kulturelle Grenzen hinweg einen nahezu universellen Humor. Zugleich setzt das Verständnis von Memes oft ein Vorwissen (etwa über den Ursprung des Mememakros) voraus. Memes sind daher niedrigschwellig und voraussetzungsfull zugleich. Es kann durchaus eine Herausforderung sein, das Phänomen Meme zu vermitteln. Es ist also für pädagogische Fachkräfte von Vorteil, wenn sie auch privat in Sozialen Medien auf Tuchfühlung mit jugend- und popkulturellen Themen gehen, um so aktuelle Meme-Vorlagen, ihre Bedeutung und andere virulente Themen kennenzulernen.

Memes sind für die aktive Medienarbeit mit Jugendlichen aus zwei Gründen besonders geeignet: Sie lassen sich sehr einfach erstellen und bieten dabei viel Raum für Kreativität und die Verarbeitung eigener Themen. In der Bildungsarbeit mit Jugendlichen ist die Erfahrung von Selbstwirksamkeit von großer Bedeutung, und tatsächlich lassen sich mit Memes schnelle Erfolgserlebnisse erzielen. Memes sind vielen (aber nicht allen!) Jugendlichen aus der eigenen Mediennutzung bekannt, auch wenn sie diese oft vor allem konsumieren und nicht selbst produzieren, und bieten daher eine hohe Anschlussfähigkeit an jugendkulturelle Themen.

¹⁰ Grammatikalisch korrekt wäre es, von Mem im Singular und Meme im Plural zu schreiben. Im allgemeinen Sprachgebrauch wird aber von einem Meme [mi:m] und mehreren Memes [mi:ms] gesprochen.

¹¹ Es liegt in der Natur der Sache, dass die aufgeführten Beispiele zum Zeitpunkt der Veröffentlichung der vorliegenden Publikation wohl schon wieder veraltet sind.



Ein Meme von Jugendlichen, das in einer Forschungswerkstatt im Rahmen der Begleitstudie entstand. Es memt die stets grammatikalisch unkorrekt artikulierten Weisheiten der Star-Wars-Figur „Meister Yoda“.

Wie Jugendliche mit dem bildbasierten politischen Diskurs in Sozialen Medien umgehen, wurde in der *bildmachen*-Begleitstudie „Politisches Bildhandeln“ herausgearbeitet. Der Begriff „politisches Bildhandeln“ verbindet zwei Beobachtungen: (a) Jugendliche nutzten Bilder in Sozialen Medien verstärkt, um sich selbst darzustellen und mit Peers zu kommunizieren. Medienhandeln wird besonders in Sozialen Medien immer mehr zu Bildhandeln. Dabei spielen Alltagsthemen eine wichtige Rolle, vereinzelt aber auch politische und religiöse Inhalte. (b) Jugendliche produzieren politische Bilder, sie liken, kommentieren und verbreiten diese. Gleichzeitig treffen Jugendliche auch auf visuelle politische, teilweise problematische Botschaften Dritter, wie Parteien und religiöser Gemeinschaften. Jugendlisches Bildhandeln wird auf diese Weise politisch, auch wenn Jugendlichen die politischen Auswirkungen ihres Handelns nicht immer bewusst sind.



Ein Bild, das auf dem *bildmachen*-Stand auf der Jugendmesse YOU 2019 entstanden ist. Die Jugendlichen haben den Hintergrund selbst ausgewählt und sich mit Hilfe der App „GreenScreen“ selbst hineingemorphet. Die Emojis wurden nachträglich eingefügt. Sie sind eine einfache Möglichkeit, um Menschen unkenntlich zu machen.

URHEBER- UND BILDRECHTE BEI BILDMACHEN-WORKSHOPS

Mememakros sind in aller Regel urheberrechtlich geschützt. Durch die kreative Bearbeitung entsteht jedoch ein eigenes Kunstwerk. Die juristische Frage, die sich damit verbindet, ist, ob dabei tatsächlich eine „künstlerische Schaffenshöhe“ erreicht wird, die eine eigene Urheberschaft

begründet. Dies ist Voraussetzung, um das Bild unter eigenen Bedingungen (zum Beispiel unter freier Lizenz) selbst nutzen bzw. verbreiten zu können. Klare gerichtliche Entscheidungen gibt es hierzu nicht, viele Jurist_innen bejahen die benötigte Schaffenshöhe jedoch. Hier ist die Gesetzgebung gefordert, juristische Klarheit zu schaffen. Die Folgen des „Artikels 13“ der EU-Richtlinie 2019/790 (oftmals auch als „EU-Uploadfilter“ bezeichnet) sind in diesem Kontext noch nicht absehbar. Eindeutiger ist der Umgang mit Bildrechten von Privatpersonen. Aus ethischen Gründen haben wir in unseren Workshops nur Mememakros verwendet, in denen bekannte Persönlichkeiten oder Modelle bzw. Personen des öffentlichen Lebens abgebildet wurden (vor allem kommerzielle „Stockfotos“ sind beliebte Vorlagen). Memes wurden nur mit den entsprechenden Einverständniserklärungen der abgebildeten Jugendlichen hochgeladen. Insgesamt wurde es vermieden, Produkte zu veröffentlichen, in denen Jugendliche erkennbar waren. In den Workshops stellten wir den Jugendlichen selbst die Frage: „Wärst du damit einverstanden, wenn dein privates Foto als Meme-Vorlage millionenfach geteilt wird?“ Mit diesem Gedankenspiel wurde schnell klar, dass auch für die Generation der Digital Natives der Schutz der Privatsphäre ein hohes Gut ist.

In der politischen Bildung sind Memes von besonderem Interesse, da sie häufig politische Statements transportieren und damit auch auf die Meinungsbildung Einfluss nehmen. Nicht immer geht es dabei um eine positive Wirkung, wie sich in jüngsten Einflussnahmen auf Wahlkämpfe und rassistischen Shitstorms zeigt.¹² Anleitungen zu einer „memetischen Kriegsführung“ finden sich auf rechtsextremen Vernetzungsportalen wie der „Reconquista Germanica“ und erklären, wie politische Gegnerschaft in Sozialen Medien mit Hilfe von „hassredenden Memes“ bekämpft werden können (vgl. Lauer 2018).

Neben sehr profanen Memeseiten im Netz gibt es eine unüberschaubare Anzahl an gesellschaftskritischen Accounts. Auffallend häufig geht es dabei um die Auseinandersetzung mit psychischen Erkrankungen, wie bei der Facebookseite „Cheerfull Nihilism“. Für viele Betroffene sozialer Phobien scheinen Memes ein Ausdrucksmittel zu sein, mit dem sie aus der Isolation treten können. Dabei werden Bezüge zu gesellschaftlichen Missständen hergestellt. Im

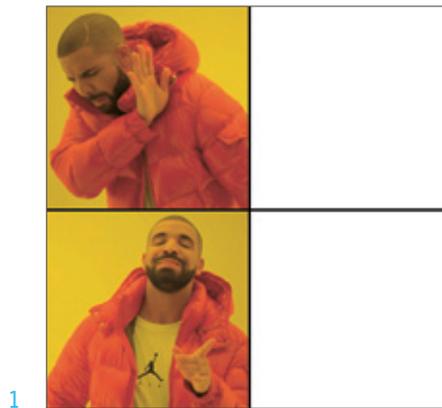
deutschen Sprachraum sind solche Webseiten seltener. Ein Beispiel für eine deutschsprachige sozialkritische Facebookseite, die mit Memes arbeitet, ist „Parallelgesellschaft“.

Die Memekultur ist über die beschriebenen Grenzen hinweg dadurch gekennzeichnet, dass die Themen meist sarkastisch behandelt werden.¹³ Das steht häufig im Konflikt zu der Idee, Themen möglichst positiv zu besetzen, wie es das Ziel vieler Counterspeech-Projekte ist. Darüber hinaus sind Memes durch ihre Kurzlebigkeit gekennzeichnet. Oftmals entstehen und verbreiten sich Memes noch während des Ereignisses, auf welches sie sich beziehen. Spätestens am nächsten Tag bieten sie dann eine Gesprächsgrundlage.¹⁴

¹² Auch der Attentäter von Christchurch hat in seinem „Manifest“ auf Memes als Sprachmittel zurückgegriffen (vgl. Petter 2019).

¹³ Eine Ausnahme sind „Wholesome Memes“, die positive Botschaften vermitteln und somit eine „nette Nische“ bilden.

¹⁴ Anders herum kann auch ein sehr gutes Meme kaum noch auf eine virale Verbreitung hoffen, wenn der Anlass ein paar Tage zurückliegt.



Ein Mememakro (1) sowie drei Memes, die auf Grundlage des Makros im Projekt entstanden sind. Das ursprüngliche Bild stammt aus einem Videoclip des kanadischen Popstars Drake. Mit diesem Mememakro werden oft Doppelstandards oder Irrationalitäten veranschaulicht oder die Diskrepanz zwischen Selbst- und Fremdzuschreibungen vermittelt. Das dritte Meme (3) kritisiert beispielsweise die rassistische Ideologie der „Identitären Bewegung“. Das letzte Meme (4) „memt“ wiederum das Mememakro selbst, indem die Bildaufteilung in Kombination mit einer positiven (bzw. indifferenten) und ablehnenden Reaktion (diesmal personifiziert durch die Comicfigur Thaddäus aus der Serie „Sponge-Bob Schwammkopf“) aufgegriffen wird. Inhaltlich kritisiert das Meme den wahrgenommenen Doppelstandard in großen Teilen der deutschen Gesellschaft, die sich über das Verhalten einzelner Fußballspieler mehr empört, als über deutsche Rüstungsexporte in autoritäre Staaten.





Jugendliche präsentieren ihre Ergebnisse am Beamer in einem Workshop in Berlin.

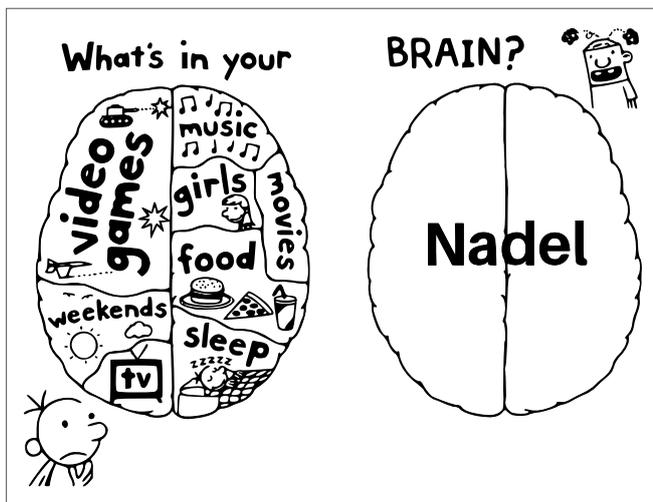
Wie in einem *bildmachen*-Workshop mit Memes gearbeitet wird

In *bildmachen*-Workshops sind die Themen nicht vorgegeben. Die Jugendlichen dürfen sich im letzten Workshopmodul „Empowerment“ selbst als Meme-Creators versuchen und dabei eigene Themen aufgreifen. Häufig geht es in den so entstehenden Memes um jugendspezifische Themen, etwa um Erfahrungen in der Lebenswelt Schule und den unterschiedlichen Erwartungen, mit denen Jugendliche dort konfrontiert sind. Dabei werden die in den vorangegangenen Modulen angesprochenen Themen vielfach direkt aufgegriffen und eigene Positionen und Perspektiven formuliert.

Doch nicht immer entstehen „gesellschaftlich erwünschte“ Memes. Manchmal werden in den Memes selbst Sexismus und Rassismus reproduziert oder Bildrechte von Privatpersonen verletzt, oft auch in „guter Absicht“. In solchen Fällen – und das ist ein zentraler Aspekt unserer Workshops – greifen die Trainer_innen die Problematik auf und

reflektieren die Inhalte und Darstellungsformen in der Gruppe. Bei problematischen Bildinhalten stellt sich oft heraus, dass vielen Jugendlichen die möglicherweise verletzte Wirkung ihrer Bilder nicht bewusst ist. In manchen Fällen werden aber auch ganz bewusst Grenzen ausgetestet. In der Diskussion geht es dann weniger darum, den „pädagogischen Zeigefinger“ zu erheben. Das Ziel sind Gruppendiskussionen, in denen die Trainer_innen vor allem moderieren, um die in aller Regel ohnehin unterschiedlichen Perspektiven auf das Meme bzw. das größere Thema dahinter sichtbar zu machen und dadurch Reflexionsprozesse in Gang zu setzen.

Erst durch die anschließende Diskussion entfaltet sich auch das Potenzial von Memes in der politischen Bildung. Die Themen müssen nicht gesetzt werden, sondern werden in der Regel von den Jugendlichen selbst auf den Tisch gebracht und können dann gemeinsam verhandelt werden. Der Prozess der Meme-Erstellung und die Auseinandersetzung mit den eigenen Produkten ist das wesentliche Ziel der Workshops (ufuq.de 2019).¹⁵



Drei Memes aus einem Workshop mit Jugendlichen aus einer muslimischen Jugendgruppe in Nordrhein-Westfalen. In der Gruppe wurden besonders oft Rassismus und Religionsfragen thematisiert. Im ersten Meme geht es einer jungen Frau darum, dass sie oft gefragt wird, ob die Stecknadeln, die ihren Hidschab fixieren, nicht stechen. Gleichzeitig fühlt sie sich häufig auf das Bekleidungsstück reduziert, obwohl ihre Identität viel mehr ausmacht. Memes sind eine Möglichkeit, relativ einfach solch komplexe Gefühle auszudrücken. Die mittleren beiden Memes beschäftigen sich mit „Religionsfragen“ – wobei es im zweiten Fall um als anstrengend empfundene, wiederkehrende Fragen zum Fasten geht, ebenso wie die Frage nach der Herkunft, die von vielen als ausschließend empfunden wird.



Ein Meme aus einem Workshop in Berlin, das eine geeignete Gesprächsgrundlage für die politische Bildung darstellt.

Im dargestellten „9/11-Meme“, das in einem Workshop in Berlin entstand, verwendete der Jugendliche eine gängige Memevorlage: Der Moment vor dem Einschlag des ersten Flugzeugs in den Turm des World Trade Centers steht für eine Zäsur. Dem Jugendlichen ging es vor allem darum, den von ihm in der Schule erlebten Notendruck zu verarbeiten – in einer sehr provokanten und zynischen Weise, wie es in Memes häufig geschieht. Dieses Meme kann Gesprächsanlass für ganz viele Themen geben: Über das historische Ereignis selbst und seine Folgen, über Satire und ihre Grenzen, über Verschwörungstheorien, aber auch über die Ambivalenz von Bildbotschaften. Die Bedeutung mancher Memes erschließt sich häufig erst in der Diskussion.

15 Der Ansatz funktioniert besonders dann gut, wenn die Übungsleitung nicht zugleich auch eine bewertende Funktion einnimmt wie etwa Lehrer_innen in der Schule. Im Schulkontext ist daher oft die Zusammenarbeit mit externen Partnern hilfreich. Es entstehen offenere Räume, in denen Themen und Perspektiven zur Sprache kommen können, die sonst nicht zum Thema werden.





Auch bei der Thematisierung von Hate Speech gibt es interessante Videos, wie etwa von der Satiregruppe „Datteltäter“. Sie greifen auf sehr humorvolle Art und Weise Hasskommentare oder abwertende Botschaften auf. Diese Anfeindungen kommen dabei von „zwei Seiten“. Die „Datteltäter“ werden sowohl von rechter Seite angegriffen, da sie „den Islam“ propagieren würden, als auch von „islamistischer Seite“, da sie „den Islam“ verraten würden. Foto: YouTube-Video „Hate-Apokalypse Now“

COUNTER & ALTERNATIVE NARRATIVE

Eine gute Möglichkeit, um mit Jugendlichen ins Gespräch zu kommen, kann ein Teaservideo sein. Im Präventionsbereich werden daher viele Projekte gefördert, die solche Videos produzieren. Ein Teil der Videos richtet sich explizit gegen extremistische Inhalte. Diese „Counter Narratives“ liefern Argumente gegen Extremismus. Dabei stellt sich allerdings die Frage nach der Zielgruppe, die mit den Videos erreicht wird – beziehungsweise erreicht werden soll. So müssen „ganz normale“ Jugendliche in der Regel nicht erst davon überzeugt werden, dass Terrorismus ein Problem ist. Andere Jugendliche, für die diese Botschaft nicht selbstverständlich ist, lassen sich allerdings mit solchen Videos kaum erreichen.

Der Ansatz der „Alternativen Narrative“ verfolgt daher nicht das Ziel, konkrete islamistische Narrative zu delegitimieren. Vielmehr geht es darum, alternative Antworten und unterschiedliche Perspektiven sichtbar zu machen, um damit der Eindeutigkeit extremistischer Ideologien entgegenzuwirken.



Ein selbsterstelltes Fake-Meme im Fake-Chat. Es gibt diverse browserbasierte Generator-Apps, mit denen sich Fake News selbst nachbauen lassen. Hier ist es eine Kombination aus einer App, die Trump-Tweets mit eigenen Messages fabriziert, und einem WhatsApp-Chat-Generator. Dieses Faken macht Jugendlichen Spaß: Es können eigene Messages kreativ verarbeitet werden, und nebenbei kann dafür sensibilisiert werden, wie einfach es ist, Informationen zu verfälschen.



Zwei Jugendliche verfassen einen Fake-News-Artikel auf paulnewsman.com – einer Seite, die zur Sensibilisierung für Falschmeldungen entwickelt wurde und sich gut in die medienpädagogische Arbeit mit Jugendlichen integrieren lässt. Hier hat sich gezeigt, dass die Arbeit mit Tablets besonders gut für Gruppenarbeiten geeignet ist und den Jugendlichen viel Spaß bereitet. Bild: Moritz van Gunsteren



Übungen zum Modul 3
„Empowerment mit
Memes“ finden Sie auf
den folgenden Seiten.



Übung: „Analog Memes“

bildmachen
.net

Modul	Gruppengröße	Setting	Equipment
<input type="checkbox"/> Modul 1	<input checked="" type="checkbox"/> 5 - 15	<input checked="" type="checkbox"/> Schule	<input type="checkbox"/> Internet
<input type="checkbox"/> Modul 2	<input checked="" type="checkbox"/> 16 - 35	<input checked="" type="checkbox"/> Offene Settings	<input type="checkbox"/> Rechner/Laptop
<input checked="" type="checkbox"/> Modul 3			<input type="checkbox"/> Tablets
Zeit	Alterstufe	Sprach-/Bildungsniveau	<input type="checkbox"/> Smartphones (BYOD)
<input checked="" type="checkbox"/> 15 - 30 Min.	<input checked="" type="checkbox"/> 14 - 17	<input checked="" type="checkbox"/> gering	<input type="checkbox"/> Beamer
<input checked="" type="checkbox"/> 31 - 45 Min.	<input checked="" type="checkbox"/> 18 - 21	<input checked="" type="checkbox"/> mittel	<input type="checkbox"/> Lautsprecher
<input type="checkbox"/> 46 - 90 Min.		<input checked="" type="checkbox"/> hoch	<input type="checkbox"/> Folien
<input type="checkbox"/> 91 - 180 Min.			<input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges (Analog Memes)

ZIEL

Einführung in das Format Memes, Entwicklung von Projektideen.

VORBEREITUNG

Es werden je nach Gruppengröße etwa 10 bis 20 gängige Memevorlagen (Mememakros) ausgedruckt. Eine Vorauswahl an Bildern findet sich unter bildmachen.net/materialien.

UMSETZUNG

Schritt 1

Die Bilder werden am besten am Anfang einer Workshopeinheit, noch bevor die Jugendlichen den Raum betreten haben, auf dem Boden verteilt. Nun werden die Jugendlichen aufgefordert, sich zu einem Bild zu stellen, das sie besonders lustig oder unlustig finden. Danach stellen die Jugendlichen der Reihe nach die Bilder vor. Dabei helfen folgende Fragen: „Kennst du das Bild bereits?“, „Warum ist das Bild witzig (unwitzig)?“, „Fehlt etwas? Was könnte da zum Beispiel stehen, damit es witzig wird?“

Schritt 2

Die Jugendlichen bekommen Stifte ausgehändigt und dürfen in 2er- bis 3er-Gruppen die Memes beschriften (10 Minuten). Im Anschluss findet ein kurzer Gallerywalk statt, in dem die Analog Memes vorgestellt werden.

TIPPS UND TRICKS

Werden die Bilder laminiert, können sie mit Whiteboardmarkern beschriftet und wiederverwendet werden. Unter Umständen müssen die Vorlagen leicht bearbeitet werden, um die spätere Lesbarkeit der Beschriftung zu gewährleisten.

FETTNÄPFCHEN

Die ausgewählten Mememakros sollten selbst nicht problematisch sein, also bereits in sich Sexismus oder Rassismus reproduzieren oder persönliche Bildrechte verletzen.

LITERATURHINWEISE

Amadeu Antonio Stiftung:
Meme - Die Kunst des Remix
<https://bit.ly/2lZw5EA>

Übung: „Counter Memes“

bildmachen
.net

Modul	Gruppengröße	Setting	Equipment
<input type="checkbox"/> Modul 1	<input checked="" type="checkbox"/> 5 - 15	<input checked="" type="checkbox"/> Schule	<input checked="" type="checkbox"/> Internet
<input type="checkbox"/> Modul 2	<input checked="" type="checkbox"/> 16 - 35	<input type="checkbox"/> Offene Settings	<input type="checkbox"/> Rechner/Laptop
<input checked="" type="checkbox"/> Modul 3			<input checked="" type="checkbox"/> Tablets
Zeit	Alterstufe	Sprach-/Bildungsniveau	
<input type="checkbox"/> 15 - 30 Min.	<input type="checkbox"/> 14 - 17	<input checked="" type="checkbox"/> gering	<input checked="" type="checkbox"/> Beamer
<input type="checkbox"/> 31 - 45 Min.	<input checked="" type="checkbox"/> 18 - 21	<input checked="" type="checkbox"/> mittel	<input checked="" type="checkbox"/> Lautsprecher
<input type="checkbox"/> 46 - 90 Min.		<input checked="" type="checkbox"/> hoch	<input checked="" type="checkbox"/> Folien
<input checked="" type="checkbox"/> 91 - 180 Min.			<input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges (z. B. App)

ZIEL

Begriffsklärung und Sensibilisierung für Hate Speech und Diskriminierung; Stärkung im Umgang mit Hate Speech; Vermittlung solidarischer Strategien gegen Hass im Netz; Medienproduktion.

VORBEREITUNG

Die Kommentare können über Padlet gesammelt werden. Vorher sollte eine Seite eingerichtet werden und sich mit der App vertraut gemacht worden sein.

UMSETZUNG

Schritt 1

Die Jugendlichen diskutieren ein passendes Datteltäter-Video. „Was wurde gezeigt?“, „Worum geht es?“, „Aus welcher Perspektive sprechen die Datteltäter?“

Schritt 2

Es wird der Begriff Hate Speech in die Runde geworfen und nach eigenen Erfahrungen dazu gefragt. Die Jugendlichen sollen sich nun selbst auf die Suche nach

abwertenden Kommentaren unter Datteltäter-Videos machen, einen Screenshot aufnehmen und in ein Padlet posten.

Schritt 3

Es werden die gesammelten Kommentare besprochen. Handelt es sich hier tatsächlich um Hate Speech (oder ist das noch eine legitime Meinung oder Kritik)? Inwiefern ist der Kommentar diskriminierend? Welche Rückschlüsse lässt den Kommentar auf die/den Verfasser_in zu? Die Übungsleiter_in stellen Bezüge zu gesellschaftlichen Diskriminierungsverhältnissen her und vermitteln (ja nach Vorwissen der Gruppe) Begriffe wie (antimuslimischer) Rassismus und religiös begründete Abwertungen.

Schritt 4

Parallel werden konkrete Umgangsstrategien mit den Kommentaren besprochen. Die Übungsleiter_innen weisen auch auf die Grenzen der Optionen an (insbesondere hinsichtlich rechtlicher Schritte) und ergänzen ggf. die Möglichkeiten.

Schritt 5

Die Jugendlichen suchen sich einen Kommentar heraus, auf den sie gerne mit einem eigenen Meme reagierten würden, machen sich an die Arbeit (Arbeitszeit 10 Minuten) und stellen diese im Anschluss vor.

TIPPS UND TRICKS

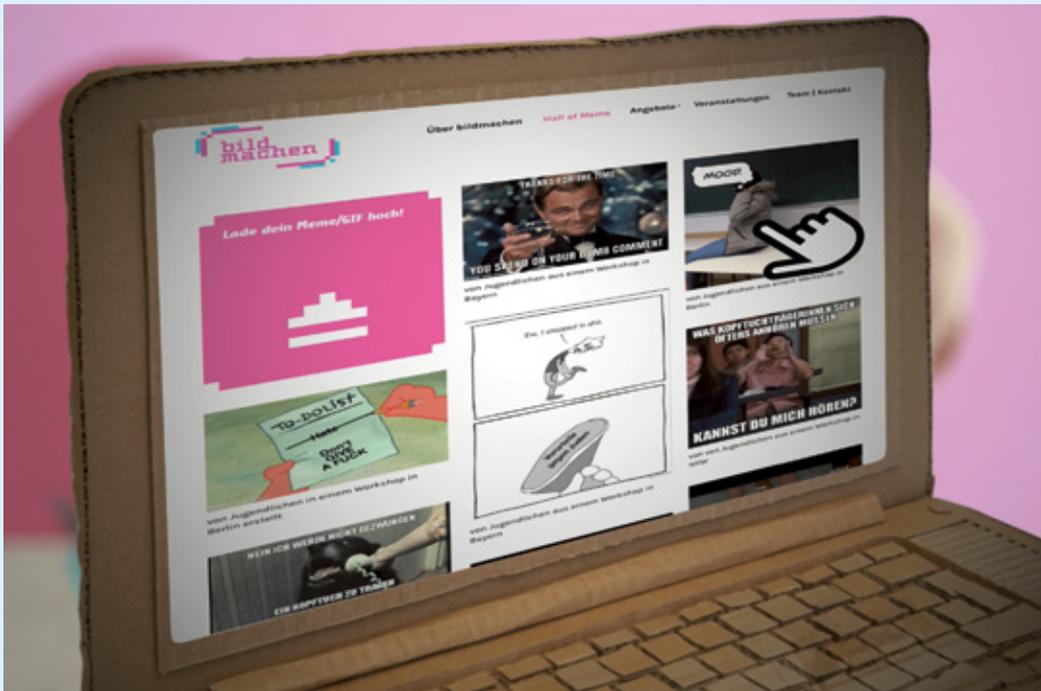
Ein besonders guter Memecreator ist die App „Memetic“. Falls stattdessen mit einem Bildbearbeitungsprogramm gearbeitet werden soll, sollte ein Pool von Mememakros zur Verfügung gestellt werden.

FETTNÄPFCHEN

Es muss ausreichend Raum geben, emotionale Reaktionen, die leicht durch Hasskommentare ausgelöst werden, aufzufangen.

LITERATURHINWEISE

Bundeszentrale für politische Bildung: „Was ist Hate Speech?“
<https://bit.ly/2q1aDpi>



Die Hall of Meme unter bildmachen.net bietet einen Einblick in die Lebenswelt von Jugendlichen – außerdem lassen sich auch selbst Memes hochladen. Die Memes wurden auch in den Social-Media-Kanälen verbreitet. Besonders viel Aufmerksamkeit bekamen Memes zum Thema Rechtsextremismus, aber auch sehr profane Memes sorgten für viel Interaktion. Bild: YouTube-Video „Was ist eine Meme?“ auf dem Kanal von ufuq.de.

bildmachen in Sozialen Medien

Viele pädagogische Projekte zielen darauf, eigene Inhalte in Sozialen Medien einzubringen. Dies sollte wohlbedacht werden, schon allein, weil der Aufbau und die Unterhaltung solcher Kanäle sehr viel Arbeit in Anspruch nehmen. Im Projekt *bildmachen* gehört die Veröffentlichung eigener Inhalte zum Ansatz des Projektes. Gleichwohl standen auch wir vor der Frage, mit welchem konkreten Ziel wir uns in Soziale Medien einbringen: Geht es allgemein um Öffentlichkeitsarbeit und darum, den Ansatz zu verbreiten, oder vor allem darum, den Content sichtbar zu machen, der in den Workshops entstanden ist? Oder möchten wir den Diskurs beeinflussen und uns mit extremistischen Einstellungen von einzelnen Nutzer_innen in Sozialen Medien direkt auseinandersetzen?

Wir haben diese Fragen für uns so beantwortet: Öffentlichkeitsarbeit und Präsentation der Projektergebnisse: Ja. Konkrete Präventionsarbeit in Sozialen Medien: Nein. Es war klar, dass eine spürbare Beeinflussung des Diskurses im Sinne eines „Counterspeech-Projektes“ mit den vorhandenen Ressourcen schlicht nicht möglich ist. Gleichwohl gaben sowohl die in den Workshops erstellten Memes, als auch die Reaktionen in Sozialen Medien wichtige Hinweise, welche Themen und Formate besonders häufig aufgegriffen werden. Die beliebtesten Memes, die auf den *bildmachen*-Kanälen geteilt wurden, waren Memes, die alltägliche Situationen aufgreifen und in denen sich Jugendliche wiederfinden. So erreichten Posts mit einzelnen Memes aus den Workshops ca. 48.000 Nutzer_innen auf Facebook, auf andere Memes folgten 10.000 Interaktionen. Die Memes spiegeln wider, was Jugendliche in ihrem Alltag beschäftigt, z.B. Notendruck in der Schule oder Alltagsrassismus. Der Ansatz der *bildmachen*-Workshops, Jugendliche dort abzuholen, wo sie sich selbst gerade sehen, zeigt sich in den Medienprodukten, die auf große Resonanz stoßen.

Lehrreich waren dabei letztlich auch die Erfahrungen mit rassistischen und rechtsextremen Kommentaren, die wir auf unseren Social Media-Kanälen erhielten. Hier wurde uns vor Augen geführt, wie herausfordernd es gerade für Jugendliche sein kann, sich zu diesen Themen, wie zum Beispiel Rechtsextremismus, zu positionieren. Für uns war dies ein Grund mehr, die Jugendlichen darin zu bestärken, für sich selbst abzuwägen, zu welchem Thema sie sich auf welche Weise in Sozialen Medien einbringen wollen. Schließlich ist auch die bewusste Entscheidung eines Jugendlichen, ein selbstgestaltetes Meme nicht zu veröffentlichen, Ausdruck eines reflektierten Umgangs mit Medien.

Unsere Öffentlichkeitsarbeit beschränkte sich allerdings nicht auf Soziale Medien. Ebenfalls wichtig ist die Webseite bildmachen.net, die sich an Pädagog_innen wendet und Anregungen für die eigene Bildungsarbeit bietet – aber auch an Jugendliche, die ihre selbsterstellten Inhalte einem breiteren Publikum vorstellen wollen. Im Mittelpunkt der Seite steht die „Hall of Meme“ mit Beispielen, die Jugendliche in Workshops erstellt oder andere Nutzer_innen hochgeladen haben.¹⁶ Die „Hall of Meme“ spielte auch in den Workshops eine wichtige Rolle, um in das Thema einzuführen und den Jugendlichen zu veranschaulichen, worum es am sprichwörtlichen Ende des Tages ging: um das Erstellen von eigenen Inhalten in Form von Memes.

Eine plattformübergreifende Herausforderung als öffentlich gefördertes Projekt ist die Wahrung des Neutralitätsgebots gegenüber allen verfassungsgemäßen politischen Parteien. Sehr früh haben Jugendliche aus den Workshops Rassismus und Hass thematisiert – und dabei auffallend häufig die AfD als Verbildlichung dafür verwendet. Zwar gilt das Neutralitätsgebot nicht für Jugendliche, trotzdem sah sich die Projektleitung in der Verantwortung und hat einige Medienprodukte von Jugendlichen, in denen die AfD explizit problematisiert wird, nicht veröffentlicht. Damit sollte der Eindruck vermieden werden, dass die Auseinandersetzung mit dieser Partei von vornherein im Zentrum des Workshopkonzepts stand. Die AfD wurde nur dann zum Thema, wenn Jugendliche sie zum Thema machten.

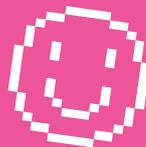


Ein Meme von Jugendlichen aus einem Workshop, in dem Positionen des AfD-Politikers Björn Höcke aufgegriffen werden.

¹⁶ „Problematische“ Medienprodukte, wie das „9/11-Meme“ (vgl. S. 43) sind zwar interessant für die pädagogische Auseinandersetzung, wir haben sie aber wegen der Gefahr, dass sie ohne Kontext weiterverbreitet werden, nicht veröffentlicht.

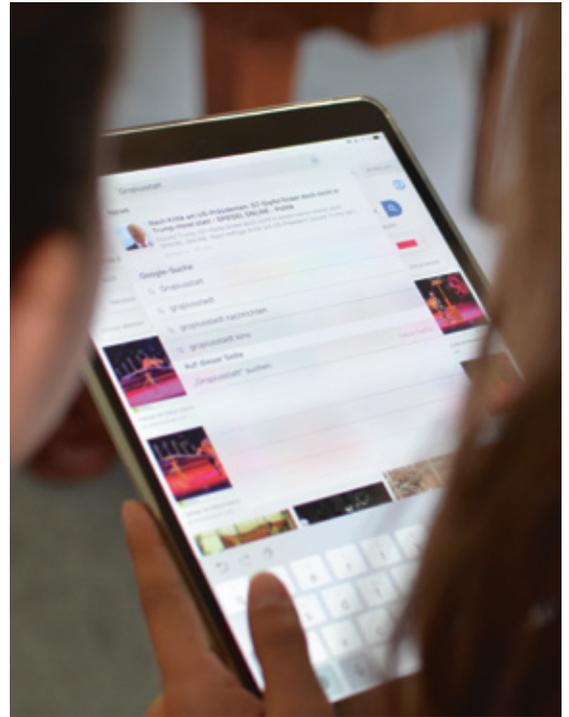


Unsere Empfeh- lungen



Politische Medienbildung: Mit Memes gegen Islamismus in den Sozialen Medien?

Der Titel dieser Publikation ist als Frage formuliert und unsere Antwort mag überraschen: Nein. Die Erfahrung aus *bildmachen* zeigt, dass es nicht erfolgsversprechend ist, in der Arbeit mit Jugendlichen in „ganz normalen“ Klassen und Jugendgruppen das Phänomen Islamismus explizit in den Mittelpunkt zu stellen – oder Jugendliche dazu anzu-leiten, sich mit Memes „gegen Islamismus“ einzusetzen. Sehr wohl sind Memes aber ein spannendes Medium für die politische Medienbildung, da sie Jugendlichen sowohl eine empowernde Selbstpositionierung als auch eine reflektierende Selbstauseinandersetzung ermöglichen. Das Medium setzt an der Lebensrealität der Jugendlichen an und ermöglicht eine relativ einfache Verarbeitung eigener Themen. Durch ihre Dynamik werden Memes wohl auch in den kommenden Jahren ein zentrales Medium in der politischen Auseinandersetzung in den Sozialen Medien bleiben – und sind somit weiterhin spannend für Projekte, die an der Lebensrealität von Jugendlichen ansetzen möchten.



Die Arbeit mit Tablets hat sich in den *bildmachen*-Workshops als sehr geeignet erwiesen. Weitere Tipps und Anregungen für die politische Medienbildung finden sich auf den folgenden Seiten. Bild: Moritz van Gunsteren

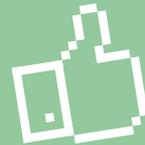


Daraus ergeben sich für uns acht Empfehlungen für die politische Medienbildung mit Memes:

1

EMPFEHLUNG I: PHÄNOMENÜBERGREIFEND

Angebote der Universalprävention sollten gegenüber den Themen der Jugendlichen offen sein und sich nicht auf ein Phänomen – etwa Rechtsextremismus oder Islamismus – fokussieren. Eine Orientierung an dem, was eigentlich „problematisch“ ist, bietet das Konzept der Gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit oder „die drei As von ufuq.de“ (vgl. Seite 24), etwa die Abwertungen gegen andere Lebensweisen – dabei ist es erst einmal gar nicht so wichtig, welche Gründe dabei vorgeschoben werden.



2

EMPFEHLUNG II: RÄUME GEBEN

Jugendliche vor extremistischen Einstellungen zu warnen, ist wenig Erfolg versprechend. Ausgangspunkt für die Bildungsarbeit ist ein Verständnis dafür, warum bestimmte Themen, die von extremistischen Akteuren angesprochen werden, für viele Jugendliche attraktiv sind, um dann gemeinsam mit Jugendlichen „extremistische Antworten“ zu dekonstruieren. Jugendliche brauchen Räume, um eigene Antworten zu entwickeln und sich für ihre Anliegen Gehör zu verschaffen – etwa über Soziale Medien.

3

EMPFEHLUNG III: MEME IT!

Memes sind gerade für die politische Medienbildung ein interessantes Medium, um mit Jugendlichen zu arbeiten. Mit Memes können eigene Themen gesetzt und Positionierungen diskutiert und reflektiert werden. Außerdem sind sie eine gute Möglichkeit, sich selbstwirksam in Soziale Medien einzubringen.

4

EMPFEHLUNG IV: PROZESSORIENTIERUNG

Aktive Medienarbeit beginnt idealerweise mit der Beschäftigung von Jugendlichen mit gesellschaftlich relevanten Themen und den dazugehörigen medialen Diskursen, um diese mit ihren eigenen Interessen und Standpunkten abzugleichen. Die Arbeit an eigenen Medienprodukten sollte dabei kooperativ und diskursiv verlaufen.

5

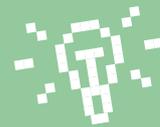
EMPFEHLUNG V: PRODUKTORIENTIERUNG

Für eine positive Lernerfahrung ist es erforderlich, dass Produkte im gegebenen Zeitrahmen tatsächlich fertiggestellt und qualitativ den ästhetischen Erwartungen der Jugendlichen gerecht werden.



EMPFEHLUNG VI: ÖFFENTLICHKEITSORIENTIERUNG

In der aktiven Medienarbeit sollten Produkte entstehen, mit denen sich Jugendliche in einem öffentlichen Diskurs artikulieren und ihre Interessen vertreten wollen. Eine positive Erfahrung im Sinne der Selbstwirksamkeit stellt sich nur dann ein, wenn Jugendliche auch die Möglichkeit erhalten, ihre Produkte öffentlich zu präsentieren und damit am gesellschaftlichen Diskurs teilzunehmen. Die Entscheidung zur Veröffentlichung und die Wahl geeigneter Plattformen und (Teil-)Öffentlichkeiten liegt dabei letztlich aber bei den Jugendlichen selbst. Auch die Entscheidung zur Nichtveröffentlichung ist Ausdruck von Medienkompetenz.



EMPFEHLUNG VII: VORBEREITUNG

Die Arbeit mit digitalen Medien kann mit technischen und rechtlichen Hürden einhergehen. Technische Anforderungen wie die Verfügbarkeit von Geräten oder einem Internetzugang sollten vor dem Workshop geklärt und getestet werden. Rechtliche Fragen beziehen sich auf Urheberrechte von Medieninhalten, die in Workshops verarbeitet oder kopiert werden (zum Beispiel Bilder, Musik), den Datenschutz und ggf. die Minderjährigkeit der teilnehmenden Jugendlichen. In der Regel sind schriftliche Einverständniserklärungen der Jugendlichen und ihrer Erziehungsberechtigten erforderlich. Lokale Medienzentren und medienpädagogische Einrichtungen können bei technischen und rechtlichen Fragen beraten.

EMPFEHLUNG VIII: WENIGER ERWARTUNGEN

Die Erwartungen an Workshops der politischen Bildung mit Methoden der aktiven Medienarbeit sollten realistisch gesetzt, im Projektverlauf überprüft und ggf. angepasst werden. Aus den Workshops allein können weder politische Aktivist_innen noch versierte Journalist_innen oder Künstler_innen hervorgehen. Es geht darum, Jugendlichen zu ersten Zugängen und Erfahrungen mit der Beteiligung an öffentlichen Diskursen zu verhelfen. Im Vordergrund stehen dabei die Erprobung und die Erfahrungen der Selbstbestimmtheit und der Selbstwirksamkeit der Jugendlichen bei der medialen Artikulation zu politischen Themen.



Diese Publikation und viele weitere Memes aus dem Projekt finden sich auf bildmachen.net. Hier können außerdem Workshops und Fortbildungen angefragt werden.



Literaturverzeichnis

BILDMACHEN.NET (2019): Islamistische Ansprachen in Sozialen Medien (zuletzt geprüft am 01.11.2019)
www.bildmachen.net/fortbildung/islamistische-ansprachen/

BRÜGGEN, NIELS; WAGNER, ULRIKE (HG.) (2013): Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web. Bayrische Landeszentrale für neue Medien. Baden-Baden: Nomos.

DROG (2018): Bad News – Informationsblatt
getbadnews.de/wp-content/uploads/2019/04/Bad-News-Game-info-sheet-for-educators-German.pdf

EUROPARAT (2016): No Hate – Youth Campaign for Human Rights Online
rm.coe.int/1680700016

FAHIM, ALEXANDER (2013): Migrationshintergrund und biografische Belastungen als Analyse Kriterien von Radikalisierungsprozessen junger Muslime in Deutschland. In: Herding, Maruta: Radikaler Islam im Jugendalter – Erscheinungsformen, Ursachen, Kontexte. Halle (Saale): Deutsches Jugendinstitut e.V.

FORSA (2017): Fake News
www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/Ergebnisbericht_Fake_News.pdf

HÖLIG, SASCHA; HASEBRINK, UWE (2018): Reuters Institute Digital News Report 2018. Ergebnisse für Deutschland. Hamburg: Hans-Bredow-Institut für Medienforschung (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts, Nr. 44, Juni 2018).

IDZ – INSTITUT FÜR DEMOKRATIE UND ZIVILGESELLSCHAFT (2019): #Hass im Netz: Der schleichende Angriff auf unsere Demokratie
www.idz-jena.de/fileadmin/user_upload/_Hass_im_Netz_-_Der_schleichende_Angriff.pdf

JFF – INSTITUT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK (2018): bildmachen – Jugendliche gegen islamistische Inhalte in Sozialen Medien stärken
www.jff.de/fileadmin/user_upload/jff/projekte/bildmachen/bildmachen_broschuere_20190401.pdf

KROTZ, FRIEDRICH (2007): Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden.

LAUER, STEFAN (2018): Infokrieg für die Grundschule – Reconquista Germanica und D Generation (zuletzt geprüft am 01.11.2019)
www.belltower.news/infokrieg-fuer-die-grundschule-reconquista-germanica-und-d-generation-46716/
Petter 2019

LFM – LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW; AJS NRW (2019): Hate Speech. Hass im Netz – Informationen für Fachkräfte und Eltern
www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe_Materialien/Eltern_Allgemein/Hate_Speech_lfm_ajs_klicksafe.pdf

MEDIENPÄDAGOGISCHER FORSCHUNGSVERBUND SÜDWEST (2018): JIM-Studie 2018 – Jugend, Information, Medien
https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM2018_Gesamt.pdf

OCCI – OPEN CIVIL COURAGE INITIATIVE (2018): „Generation Islam“ und Online-Islamismus – Im Interview mit Pierre Asisi (zuletzt geprüft am 01.11.2019)
www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2018/06/IR-Juni-OCCI_DE.pdf

PETTER, JAN (2019): PewDiePie, Memes und Menschenverachtung – die bizarre Welt, in der sich der Neuseeland-Attentäter radikalisierte (zuletzt geprüft am 01.11.2019)
www.bento.de/gadgets/christchurch-pewdiepie-memes-und-rassismus-wie-sich-der-neuseeland-attentaeter-radikalisierte-a-ecabf540-ec27-4892-8f4d-c17540387e0a

POHL, KERSTIN (2015): Kontroversität: Wie weit geht das Kontroversitätsgebot für die politische Bildung (zuletzt geprüft am 01.11.2019)
www.bpb.de/gesellschaft/bildung/politische-bildung/193225/kontroversitaet?p=all

REISSMANN, WOLFGANG (2013): Bildhandeln und Bildkommunikation in Social Network Sites. Reflexionen zum Wandel jugendkultureller Vergemeinschaftungen. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 2., erweiterte und aktualisierte Aufl. Wiesbaden: Springer VS, S. 89–103.

SCHMEHL, KARSTEN (2018): Das sind 8 der erfolgreichsten Falschmeldungen auf Facebook 2018 (zuletzt geprüft am 01.11.2019)
www.buzzfeed.com/de/karstenschmehl/falschmeldungen-facebook-2018-fakes-luegen-fake-news

SCHMID, CLAUDIA EVA; STOCK, LENNART; WALTER, SVENJA (2018): Der strategische Einsatz von Fake News zur Propaganda im Wahlkampf. In: Klaus Sachs-Hombach und Bernd Zywiets (Hg.): Fake News, Hashtags & Social Bots. Neue Methoden populistischer Propaganda. Wiesbaden: Springer VS, S. 69–95.

SHIFMAN, LIMOR (2014): Meme – Kunst, Kultur und Politik im digitalen Zeitalter. Berlin: Edition Suhrkamp

UFUQ.DE (2016): Was postest Du? – Politische Bildung mit jungen Muslim_innen online
www.ufuq.de/pdf/Was_postest_du_ufuq_Publikation_Onlineversion.pdf

UFUQ.DE (2019): Memes und politische Bildung – wie passt das zusammen? (zuletzt geprüft am 01.11.2019)
www.ufuq.de/memes-und-politische-bildung-wie-passt-das-zusammen-wir-berichten-aus-einem-berliner-bildmachen-workshop/

UHLMANN, MILENA & WEILNBÖCK, HARALD (2018): 20 Thesen zu guter Praxis in der Extremismusprävention und in der Programmgestaltung (zuletzt geprüft am 01.11.2019)
www.bpb.de/politik/extremismus/radikalisierungspraevention/264235/20-thesen-zu-guter-praeventionspraxis

VERFASSUNGSSCHUTZ HAMBURG (2018): Realität Islam immer aktiver – Islamistische Veranstaltung in Glinde geplant (zuletzt geprüft am 01.11.2019)
www.hamburg.de/innenbehoerde/schlagzeilen/11944902/realitaet-islam-hut/



Impressum

Herausgeber

ufuq.de, Boppstr. 7, 10967 Berlin

im Rahmen des gemeinsamen Projekts *bildmachen*
in Kooperation mit JFF – Institut für Medienpädagogik,
Arbeitsgemeinschaft Kinder und Jugendschutz Landes-
stelle NRW und Niedersächsisches Landesinstitut für
schulische Qualitätsentwicklung

Autor_innen

Pierre Asisi
Canan Korucu
Jawaneh Golesorkh
unter Mitarbeit des JFF

Redaktion

Pierre Asisi
Canan Korucu
Dr. Götz Nordbruch

Lektorat

Dr. Andreas Eickelkamp

Design

agnes stein berlin, www.agnes-stein.de

Druck

Pinguin Druck GmbH

Copyright 2019, CC-Lizenz: BY-NC-ND 3.0
Bildnachweis: S. 23: Marie Maerz / photocase.de,
ansonsten ufuq.de, sofern nicht anders angegeben

ISBN: 978-3-9816405-8-8

Die Veröffentlichung stellt keine Meinungsäußerung
des BMFSFJ bzw. BAFzA oder des Bayerischen Staats-
ministerium für Familie, Arbeit und Soziales dar.
Für inhaltliche Aussagen tragen die Autor_innen
die Verantwortung.

ufuq.de Jugendkulturen, Islam
& politische Bildung



Niedersächsisches Landesinstitut
für schulische Qualitätsentwicklung

Gefördert vom



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

im Rahmen des Bundesprogramms

Demokratie *leben!*



Senatsverwaltung
für Inneres und Sport





Was sind Memes? Und wie können Memes in der pädagogischen Arbeit in Schule, Jugendtreff oder Sozialen Medien zum Einsatz kommen? Antworten auf diese Fragen und weitere Ansätze und Methoden zur politischen Bildung, Medienpädagogik und Islamismusprävention bietet die vorliegende Publikation.

