

Schriften zur Medienpädagogik 60

Un|Sichtbarkeiten?

Medienpädagogik, Intersektionalität und Teilhabe

Sabine Eder
Habib Güneşli
Renate Hillen
Claudia Wegener
Rebecca Wienhold (Hrsg.)

Schriften zur Medienpädagogik 60

Dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend danken wir für die Förderung des vorliegenden Bandes.

Herausgeber

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik Deutschland (GMK) e. V.

Anschrift

GMK-Geschäftsstelle

Obernstr. 24a

33602 Bielefeld

Fon: 0521/677 88

Fax: 0521/677 29

E-Mail: gmk@medienpaed.de

Homepage: www.gmk-net.de

Für namentlich gekennzeichnete Beiträge sind die Autor*innen verantwortlich.

Redaktion: Sabine Eder, Habib Güneşli, Renate Hillen, Claudia Wegener, Rebecca Wienhold, Tanja Kalwar

Lektorat: Tanja Kalwar

Einbandgestaltung und Titelillustration: Katharina Künkel

© kopaed 2024

Arnulfstr. 205

80634 München

Fon: 089/688 900 98

Fax: 089/689 19 12

E-Mail: info@kopaed.de

Homepage: www.kopaed.de

ISBN 978-3-96848-752-6

Das Kompetenznetzwerk gegen Hass im Netz

Das *Kompetenznetzwerk gegen Hass im Netz* ist ein Zusammenschluss fünf etablierter Organisationen aus der Zivilgesellschaft, die sich gemeinsam gegen Hass im Netz und digitale Gewalt sowie für ein respektvolles Miteinander und Meinungsfreiheit im Netz einsetzen. Dazu gehören: *Das NETTZ* – die Vernetzungsstelle gegen Hate Speech, die ihre Expertise aus der Vernetzungsarbeit und wissenschaftlichem Monitoring einbringt und zugleich als Koordinierungsstelle im Kompetenznetzwerk fungiert. *HateAid* hat seinen Schwerpunkt in der Betroffenenberatung. Die *Neuen deutschen Medienmacher*innen* (NDM) sind ein Verein, der sich für mehr Vielfalt im Journalismus einsetzt. *jugendschutz.net* befasst sich vor allem mit dem Jugendmedienschutz. Die *Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur e.V.* (GMK) bringt schließlich ihr gebündeltes medienpädagogisches Fachwissen ein.

Im Kompetenznetzwerk fließen die Erfahrungen, Expertisen und Perspektiven der fünf Träger zusammen in eine gemeinsame Mission: ein digitaler Raum – frei von Hass und Gewalt, dafür mit Respekt, Vielfalt und Gestaltungsmöglichkeiten. Hierfür gibt es ein breites Spektrum an Informations-, Beratungs-, Unterstützungs- und Qualifizierungsangebote für Betroffene von Hass im Netz sowie Interessierte aus Zivilgesellschaft, Politik und Wissenschaft. 2023 veröffentlichten Das NETTZ, GMK, HateAid und Neue deutsche Medienmacher*innen als Teil des Kompetenznetzwerks Handlungsempfehlungen für politische Maßnahmen gegen Hass im Netz. 2024 folgte die repräsentative Studie „Lauter Hass – leiser Rückzug. Wie Hass im Netz den demokratischen Diskurs bedroht“ (Bernhard/Ickstadt 2024). Ziel der Erhebung ist es, einen aktuellen Stand zu Hass im Netz für Deutschland abzubilden.

Das Kompetenznetzwerk besteht seit 2021 und wird im Rahmen des Bundesprogramms *Demokratie leben!* gefördert.

GMK

Seit Anfang 2023 ist die GMK die fünfte Organisation im Kompetenznetzwerk und vertritt dort insbesondere die medienpädagogische Perspektive im Netzwerk und nach außen. Sie bringt ihre langjährige Expertise zu medienpädagogischer Arbeit im Themenfeld Hass im Netz sowie ihr um-

fassendes Netzwerk aus medienpädagogischen Expert*innen und Institutionen in das Kompetenznetzwerk ein.

Dabei liegt zum einen ein Fokus darauf, mehr pädagogische Fachkräfte im Themenfeld „Hass im Netz“ medienpädagogisch zu sensibilisieren und zu qualifizieren und zum anderen auf der Frage, wie das Thema in der medienpädagogischen Qualifizierung (besser) abgebildet und bearbeitet werden kann. Die GMK organisiert Fachveranstaltungen, die zur Weiterbildung, Vernetzung und Diskussion dieser Frage dienen und unterfüttert diese Maßnahmen mit Begleitforschung: 2023 wurden bereits zwei Bedarfsanalysen (<https://hass-im-netz.gmk-net.de/bedarfsanalyse/>) unter pädagogischen Fachkräften und von Hass im Netz Betroffenen durchgeführt. Ebenfalls wurde eine Good-Practice-Sammlung bestehend aus Methoden, Projekten und Institutionen im Rahmen des Projekts angelegt. Lücken, die im Zuge dessen sichtbar wurden, sollen u.a. durch die Entwicklung neuer handlungsorientierter medienpädagogischer Methoden und Materialien geschlossen werden.

jugendschutz.net

jugendschutz.net wurde 1997 als Stelle aller Bundesländer durch die Jugendminister*innen gegründet und handelt mit gesetzlichem Auftrag. Inzwischen fungiert die Organisation als gemeinsames Kompetenzzentrum von Bund und Ländern für den Schutz von Kindern und Jugendlichen im Internet. jugendschutz.net wird finanziert von den Obersten Landesjugendbehörden, den Landesmedienanstalten und wird vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) gefördert.

Seit seiner Gründung 2021 im Rahmen des Bundesprogramms *Demokratie leben!* des BMFSFJ ist jugendschutz.net Teil des *Kompetenznetzwerks gegen Hass im Netz* und bringt dort die Perspektive des Jugendschutzes ein. Die Stelle recherchiert auf jugendaffinen Angeboten u.a. im Themenbereich Politischer Extremismus nach Verstößen gegen den Jugendschutz, überprüft Vorsorgemaßnahmen und informiert über Entwicklungen und Trends, etwa was demokratiegefährdende Phänomene betrifft. Im Rahmen des Kompetenznetzwerks befasst sich jugendschutz.net mit einzelnen Inhalten u.a. hinsichtlich Gestaltung, Bedeutungsgehalten und Anspielungen, über die demokratie- und menschenfeindliches Gedankengut anschlussfähig und attraktiv gemacht werden sollen.

„Lauter Hass – leiser Rückzug“ – Zur Aktualität des Themas

Hass im Netz hat zugenommen: „Das Ausmaß an Diskriminierungen und Gewaltandrohungen ist so gewaltig wie nie und entflammt oft entlang poli-

tischer Ereignisse." (Bernhard/Ickstadt 2024: 11) So formulieren es die Autoren in der Studie zu Hass im Netz „Lauter Hass, leiser Rückzug“, die von Das NETZ, der GMK, HateAid und den Neuen deutschen Medienmacher*innen als Teil des *Kompetenznetzwerks gegen Hass im Netz* im Februar 2024 herausgegeben wurde. Die Studie untermauert mit ihren Ergebnissen eine Entwicklung, die längst nicht mehr ungesehen bleibt und für viele bereits zum Alltag gehört: Das Ausmaß an Hass, Hetze und Gewalt im digitalen Raum wächst. Dabei zeigen die neusten Daten: Hass im Netz kann alle treffen, nur eben nicht alle gleich. Mit mehr als 3.000 befragten Internetnutzer*innen in Deutschland ab 16 Jahren ist die Studie die umfangreichste und detailreichste Untersuchung zu Wahrnehmung, Betroffenheit und Folgen von Hass im Netz, seit der Studie des IDZ (Geschke et al. 2019). Angepasst an die dynamischen Entwicklungen des Phänomenbereichs nutzt die neueste Erhebung den erweiterten Begriff „Hass im Netz“ und geht damit auch über eine rein sprachliche Dimension hinaus. Die Definition, die der Studie und der Arbeit des Kompetenznetzwerks zugrunde liegt, lautet wie folgt:

„Hass im Netz bezeichnet eine Vielzahl unterschiedlicher, u.a. abwertender, entwürdigender, auf Einschüchterung zielender oder verhetzender Online-Phänomene gegenüber Personen oder bestimmten Personengruppen. Gemeint sind damit sowohl entsprechende Inhalte als auch Handlungen.“
(Kompetenznetzwerk gegen Hass im Netz 2023)

Neben strafrechtlich relevanten Formen von Hass, wie Beleidigungen, Volksverhetzung oder Bedrohung, werden auch Handlungen wie das Teilen rassistischer Bilder (Memes), Stalking oder die ungewollte Veröffentlichung privater Daten dem zu untersuchenden Phänomenkomplex zugeordnet und abgefragt (vgl. Bernhard/Ickstadt 2024: 17-18). Die Befragten in der Studie verstehen unter Hass im Netz vor allem Beleidigungen unterschiedlichster Art. Gefragt nach ihrer Wahrnehmung, hat Hass im Netz in den letzten Jahren zugenommen. Besonders häufig wahrgenommen wird er von der Altersgruppe der 16- bis 24-Jährigen.

Von Hass im Netz **direkt betroffen** waren laut der Erhebung bereits 15 Prozent der Befragten. Dabei zeigen sich starke Unterschiede in der Soziodemografie. Besonders betroffen sind junge Frauen im Alter von 16 bis 24 Jahren (30 %), Menschen mit sichtbarem Migrationshintergrund (30 %) und Personen mit homo- oder bisexueller Orientierung (28 % bzw. 36 %) (vgl. ebd. 2024: 38). Der Hass, den sie erfahren, bezieht sich dabei vor allem auf ihre politischen Ansichten (41 %) oder ihr Aussehen (37 %).

Indirekt nach der Betroffenheit von Hass im Netz gefragt, zeigen die Antworten der Befragten, wie alltäglich und normalisiert das Erleben von Hass im Netz bereits geworden ist: Bei der Frage, wie häufig den Befragten eine bestimmte Form von Hass im Netz bereits widerfahren ist, gibt annähernd die Hälfte an, schon einmal online beleidigt worden zu sein. Diese Zahl steht in deutlicher Diskrepanz zu den 15 Prozent, die auf direkte Nachfrage angaben, schon einmal Hass im Netz erfahren zu haben. Scheinbar wird nicht jede Beleidigung von den Befragten als Hass im Netz kategorisiert (vgl. ebd.: 42).

Eine weitere zentrale Erkenntnis lautet, dass bestimmte Formen von Hass im Netz eine eindeutig geschlechtsspezifische Dimension aufweisen: Fast jede zweite junge Frau erhielt bereits ungefragt ein Nacktfoto und jede Fünfte gibt an, online schon sexuell belästigt worden zu sein. Junge Männer hingegen geben häufiger an, Hass im Netz in Form von Gewaltandrohungen erfahren zu haben.

Der Umgang mit und die Folgen von Hass im Netz sind auf persönlicher wie gesellschaftlicher Ebene fatal: Betroffene von Hass im Netz reagieren nach eigenen Angaben zuvorderst mit sozialem Rückzug, leiden an psychischen Beschwerden, entwickeln Probleme mit dem eigenen Selbstbild oder reduzieren ihre Online-Aktivitäten. Der Hass ist laut, der Rückzug leise. Internetnutzer*innen schalten sich nicht mehr in Online-Debatten ein oder verlassen die Plattform, wodurch wichtige Stimmen verloren gehen – dies gilt umso mehr für überdurchschnittlich häufig betroffene Personengruppen (vgl. ebd.: 44).

In einer Zeit, in der das Netz zum zentralen Ort politischer und gesellschaftlicher Debatten geworden ist, wiegt es schwer, wenn gerade die Stimmen marginalisierter und diskriminierter Gruppen sowie junger Frauen eher verstummen, und damit maßgeblich solche, die vielfältige Perspektiven in den demokratischen Diskurs einbringen.

Die Interessen und Anliegen dieser Personengruppen, die sowieso schon mit mangelnder Sichtbarkeit kämpfen, können folglich noch schneller aus dem Blick und der Wahrnehmung der Öffentlichkeit geraten. Wird denjenigen, die den Hass verbreiten, das Feld überlassen, kann der Eindruck entstehen, sie seien in der Mehrheit, was den Meinungsbildungsprozess nachhaltig beeinflussen und den gesellschaftlichen Diskurs nach rechts verschieben kann (vgl. Geschke et al. 2019: 29; Rieger 2019).

Perspektiven von Betroffenen und Herausforderungen für Fachkräfte der (Medien)Pädagogik

Aus dem Rückzug der Betroffenen lassen sich konkrete Erfordernisse für die (Medien)Pädagogik ableiten: Sie muss diesen Gruppen zu mehr Sichtbarkeit verhelfen und sie in den Fokus nehmen. Es ist Aufgabe von Fachkräften im Bereich der politischen und kulturellen Bildung sowie der Medienbildung, allen Menschen eine demokratische Teilhabe an der Gesellschaft zu ermöglichen. (Medien)Pädagog*innen sind mitverantwortlich für die Förderung und Pflege einer aktiven Debattenkultur und haben die Aufgabe, Kinder und Jugendliche sowie Erwachsene zu stärken, zu empowern und ihnen Partizipationschancen zu eröffnen. In diesem Sinne müssen sie es als Teil ihres Auftrages begreifen, insbesondere die Belange benachteiligter und diskriminierter Gruppen in den Blick zu nehmen, zu verstehen und in der eigenen Arbeit auf allen Ebenen zu berücksichtigen. Besonders intersektionale Dimensionen der Betroffenheit müssen dabei in den Blick genommen werden. Dies betrifft die Gestaltung von Angeboten, die Sensibilisierung aller Zielgruppen (Betroffener und Unbetroffener) sowie die Sichtbarkeit der Interessen und Belange von Betroffenen, z.B. in Angeboten, Methoden, Materialien, Zugängen (sprachlich wie technisch).

Aus den Ergebnissen einer Bedarfserhebung der GMK in betroffenen Communitys (vgl. Bretschneider 2024) lassen sich u.a. aus intersektionaler Betroffenheit besondere Bedarfe und konkrete Aufgaben für die Medienpädagogik ableiten.

Als große Herausforderung für den Bildungsbereich ergaben sich drei wesentliche Punkte: Junge Menschen sind von Hass im Netz betroffen. Sie erfahren ihn sowohl von Gleichaltrigen als auch von Erwachsenen (vgl. ebd.: 19). Gleichzeitig beteiligen sie sich an Hass im Netz, oftmals ohne sich dessen bewusst zu sein. Beide Ergebnisse müssen in pädagogischem Handeln aufgegriffen werden – zum einen, indem Betroffenheitserfahrungen adressiert und in geeignetem Rahmen bearbeitet werden können; zum anderen mithilfe von Angeboten, in denen junge Menschen für die Folgen ihres eigenen Medienhandelns sensibilisiert und über Folgen juristisch und sozial aufgeklärt werden.

Ein weiterer Punkt in einigen pädagogischen Angeboten ist der fehlende adäquate Einbezug von Betroffenenperspektiven. Zudem besteht das Risiko, beispielsweise durch Positionierungs- und Rollenspiele oder durch die Verwendung und das Zeigen von Abbildungen mit rassistischen Inhalten oder Aussagen menschenverachtende Einstellungen zu reproduzieren und damit Betroffene (erneut) zu verletzen (vgl. ebd.: 15).

Für den Bildungsbereich ergibt sich der Anspruch eines intensiveren Austausches mit Personen und Gruppen, die von Hass im Netz betroffen sind, sowie der Einbezug ihrer Perspektiven bei der Entwicklung, Planung und Umsetzung von Bildungsformaten und -materialien – auch in der Arbeit mit Unbetroffenen. Es kommt darauf an, die Sichtweisen und Erfahrungen authentisch und zudem nicht als Einzel- oder Extremfall abzubilden sowie eine stimmige Balance zwischen Schutz- und Empowermentansätzen herzustellen. Medien können genutzt werden, um sich kreativ mit dem Erlebten sowie kritisch mit Machtverhältnissen, Lebensrealitäten und sozialen Ungleichheiten auseinanderzusetzen. Die pädagogische Praxis muss dazu beitragen, Lebens- und Lernorte für junge Menschen stärker als bisher zu demokratiefördernden und damit zu diskriminierungssensiblen Räumen werden zu lassen (vgl. ebd.: 41-43).

Weitere Herausforderungen für politische Medienbildung mit Kindern und Jugendlichen rund um Hass im Netz sind eine heterogene Fachkräftelandschaft mit unterschiedlichen Voraussetzungen und Vorwissen sowie institutionellen Gegebenheiten. Daraus ergeben sich zahlreiche Unterstützungsbedarfe unter pädagogischen Fachkräften. Diese ermittelte die GMK in Kooperation mit dem JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis im Rahmen einer qualitativen Untersuchung im Zeitraum von Juli bis Dezember 2023 (Rössler/Schmidt 2024). Pädagogische Fachkräfte aus der außerschulischen Jugendarbeit stellten dabei die Hauptzielgruppe dar. Wie die Ergebnisse u.a. zeigen, ist es für viele Fachkräfte eine Herausforderung, die enorme Breite des Themas zu überblicken und sich selbst aufgrund der sich immer wieder verändernden Ausprägungen von Hassinhalten in digitalen Medien und allgemeinen Trends in der digitalen Kommunikation auf dem Laufenden zu halten. Es herrschen teilweise Unwissenheit zur Rechtslage, Unkenntnis bezüglich der Funktionsweisen und Unsicherheit bezüglich der technischen Möglichkeiten der Netzwerke vor. Das gilt insbesondere für Fachkräfte, deren eigenes Mediennutzungsverhalten sich von dem ihrer Zielgruppen unterscheidet – es fehlt an Wissen, Erfahrung und Anknüpfungspunkten. Gleichzeitig äußern viele Fachkräfte das Problem der mangelnden zeitlichen Kapazitäten, um sich vertiefend mit dem Themenfeld auseinanderzusetzen (vgl. Rössler/Schmidt 2024: 4 ff.)

Zudem sind ihnen einschlägige, etwa extremistische Accounts oder Portale, oftmals nicht bekannt oder sie möchten diesen durch die Recherche keine zusätzliche Reichweite verschaffen. Darüber hinaus sind den pädagogischen Fachkräften verwendete Codes oder enthaltene Botschaften nicht immer geläufig und sie benötigen ergänzende Hinweise zum Kontext bzw. zur strafrechtlichen Relevanz eines Inhaltes.

Dies führt bei einigen Fachkräften dazu, dass sie Mediennutzungsthemen aus ihrer Arbeit teilweise oder gänzlich ausklammern. In der Folge können sie nur unzureichend als Ansprechpersonen für Kinder und Jugendliche dienen oder sie haben Schwierigkeiten, mit geäußerten Betroffenheitserfahrungen umzugehen bzw. sie aufzugreifen.

Dort, wo Wissen über aktuelle Phänomene, Codes oder Darstellungsformen von Hassinhalten in sozialen Medien fehlt, bietet das *Modulare Aufklärungs- und Informationsangebot* (MAIA), das jugendschutz.net im Rahmen der *Demokratie leben!*-Förderung erstellt, eine Unterstützung für pädagogische Fachkräfte an. MAIA besteht aus einer Sammlung von Kurzanalysen (Content Snippets), die ein Verständnis dafür vermitteln, wie sich Hassinhalte im Netz darstellen, und helfen, das Gefährdungspotenzial einzuschätzen, welches sich aus ihrer Verbreitung ergibt. Sie bieten außerdem die Möglichkeit, ausgewählte Beispiele von Online-Hass in der medienpädagogischen Projektarbeit mit Kindern und Jugendlichen zur Veranschaulichung zu nutzen.

Im Rahmen des Forum Kommunikationskultur 2024 (www.gmk-net.de/veranstaltungen/40-forum-kommunikationskultur-2023/) diskutierten wir deshalb in einem Workshop mit dem Titel „Gegen Hass im Netz: Ansätze für die politische Medienbildung“ die Verwendung von Content Snippets für die politische Medienarbeit mit pädagogischen Fachkräften.

Content Snippets als Ansatz für die politische Medienbildung

Die von jugendschutz.net erarbeitete Sammlung von Content Snippets zu propagandistischen, verhetzenden und sonstigen jugendschutzrelevanten antidemokratischen Online-Inhalten legt das Augenmerk, neben der inhaltlichen Einordnung und den medienkulturellen wie themenspezifischen Kontexten, auf die formal-ästhetischen und format- oder gattungsbezogenen Aspekte der Ansprache.

Mit diesen Content Snippets soll über die verschiedenen Mittel und Methoden der Manipulation aufgeklärt und dafür sensibilisiert werden. Ausgewählt werden konkrete Inhalte, die im Rahmen täglicher Recherche- und Monitoring-Tätigkeiten erfasst wurden. Content Snippets richten sich an Fachkräfte u.a. der politischen, der schulischen und außerschulischen Bildung, der Jugendarbeit sowie der Demokratieförderung und Extremismusprävention. Das Angebot an aufbereiteten Beispiel- bzw. Anschauungsmaterialien und deren Einordnung dient der Vorbereitung und Ausgestaltung von Unterrichtseinheiten und Workshops, kann jedoch auch für die Weiterbildung in behördlichen Stellen genutzt werden.

Die Beschäftigung mit subtilen, gestalterischen Mitteln und Techniken oder etwa popkulturellen Referenzen solcher Inhalte ist nicht zuletzt deshalb wichtig, weil gerade auf großen, jugendaffinen Social-Media-Diensten extremistische und andere, antidemokratische Akteur*innen oft vorsichtig agieren, um nicht gesperrt oder gelöscht zu werden und damit ihre Reichweite einzubüßen. Daher werden Anspracheformen subtiler und Aussagen mit menschenfeindlicher Bedeutung uneindeutiger. Die Gestaltung als vermeintlich witziges Sharepic oder der Einsatz von Ironie dienen beispielsweise oftmals dazu, Antisemitismus zu bemängeln (vgl. jugendschutz.net 2014). Die Übernahme oder Nachahmung von Kennzeichen journalistischer Formate verleiht Desinformation und Verschwörungsmythen Glaubwürdigkeit. Vorhandene Medienmaterialien wie Nachrichten- und Werbeinhalte, aber auch Logos sowie Bilder und Aussagen von Personen des öffentlichen Lebens werden adaptiert, dekontextualisiert und für die eigenen Anliegen umgedeutet (vgl. Eder/Hartmann/Tedjasukmana 2020).

Besonders in der Online-Kommunikation haben wir es zudem mit einer Schnelllebigkeit und raschen Weiterentwicklung von genutzten Szene-Codes und popkulturellen Anspielungen zu tun. Fachkräfte, die nicht täglich im Internet unterwegs sind, verlieren hier schnell den Überblick und Anschluss an Entwicklungen. Eine tiefgehende Auseinandersetzung mit den Inhalten selbst ist aber erforderlich, um die Wirkungspotenziale abschätzen zu können und einen Eindruck zu haben, womit Heranwachsende konfrontiert werden können. Dabei ist es ratsam, sich nicht nur mit den Aussagegehalten, sondern auch mit ihren Darstellungsweisen zu befassen.

Diese Darstellungsweisen, z.B. von Hassbildern oder -videos (vgl. Hornuff 2020), können wiederum auf ihre formale Gestaltung hin betrachtet werden: Welche Farben werden genutzt? Welche bild- und schriftgestalterischen Elemente werden verwendet? Wie verhalten sich die verschiedenen Elemente zueinander? Durch professionelle Anmutung (z.B. im Stil von Markenwerbung), aber auch bewusst amateurhafter Gestaltung einer Aufnahme, die Authentizität vermittelt, kann Attraktivität erzeugt oder gesteigert werden. Gestalterische Elemente können für das Zuschneiden auf eine bestimmte Zielgruppe genutzt werden: Der Rekurs auf Designelemente bekannter und bei Heranwachsenden beliebter Videospiele weckt Interesse und holt Jugendliche in ihrer digital-medialen Unterhaltungswelt ab. Dabei können problematische Zusatzbedeutungen transportiert oder Assoziationen hervorgerufen werden.

Jedes Medien- und Gattungsformat bringt seine eigenen Standards hinsichtlich der Gestaltung, Themen und Tonalität mit sich (vgl. Zywiets 2020: 82-85): Ein Selfie-Video kann eine gewisse Nahbarkeit vermitteln (vgl.



Quelle: Instagram (bearbeitet durch d. Verf. am 03.05.2024)

Korte/Zywietz 2020: 224 f.), Memes spielen häufig mit humoristischen Elementen (vgl. Nowotny/Reidy 2022: 51-82) und Let's-Plays (Videos und Streams, in denen Videospiele gespielt werden) docken nicht nur an die „Gaming Experience“ junger Menschen an, sondern auch an ihre soziale Lebenswelt und das Gemeinschaftserleben in sozialen Medien. Wie der Wolf im Schafspelz können extremistische Akteur*innen als vermeintlich harmlose Influencer*innen auftreten, zu Bezugspersonen werden und so, mit oberflächlich apolitisch wirkenden Inhalten in digital- und jugendkulturellem Gewand, ein großes Publikum erreichen.

Wie Content Snippets als Mittel etwa der politischen Medienbildung genutzt werden können und welchen Input sie liefern, soll ein Beispiel veranschaulichen, das im Workshop „Gegen Hass im Netz: Ansätze für die politische Medienbildung“ behandelt wurde.

Das Bild wurde auf Instagram von einem Account veröffentlicht, der der Tradwife-Bewegung zuzuordnen ist. Tradwife (kurz für Traditional Wife) ist eine Selbstbezeichnung von Frauen, die einen traditionalistisch-konservativen Lebensstil führen und diesen oftmals in den sozialen Medien teilen. Dabei werden klischeehafte Rollen- und Geschlechterbilder reproduziert und zugleich eine binäre Geschlechterordnung verfestigt, die keinen Platz für z.B. queere Identitäten und Lebensentwürfe bietet. Konkret bedeutet

das, dass Frauen selbstverständlich die häuslich zu leistende Sorge-Arbeit übernehmen und Männer der Erwerbsarbeit nachgehen. Auf TikTok, Instagram, YouTube und weiteren Plattformen werden die Arbeit und Aufgaben, die eine Tradwife übernimmt, ästhetisiert und romantisiert. Dazu zählen kochen, putzen, backen, sich um den eventuellen Nachwuchs kümmern, Handwerkliches wie stricken und häkeln und die Pflege des eigenen Körpers. Somit werden Schönheit, Ästhetik, Sorge-Arbeit und das Schaffen von Geborgenheit als primär weibliche Aufgaben und Eigenschaften stilisiert. Besonders Instagram ist hierfür geeignet, da die Inszenierung und Ästhetisierung des eigenen Lebens eine zentrale Rolle spielen und somit die Posts der Tradwives stilistisch zur Plattform passen.

Das Bild zeigt eine „typische“ Hausfrau gemäß der Werbevorbildungswelt Mitte des 20. Jahrhunderts. Die Wasserzeichen der Bildagentur Alamy lassen vermuten, dass es sich um eine echte Reklameanzeige handelt. Tatsächlich findet man in der Archivkollektion von Alamy auch das Original: eine US-amerikanische Werbeanzeige für Waschmaschinen aus den 1950er-Jahren. Für den Instagram-Beitrag wurde es nachträglich zurechtgeschnitten und um ein Textelement ergänzt. Das Bild kann als typisch für die Tradwife-Bewegung bezeichnet werden: Durch die gedeckten und hellen Farben wird eine gewisse Ruhe ausstrahlt und ein positiver Bezug zu den 1950er-Jahren und dem hier vertretenen Geschlechter- und Rollenbild vermittelt: Die abgebildete Frau lächelt zufrieden hinsichtlich ihrer häuslichen Aufgabe, wobei das Kleid – keine Schürze oder derlei – das Bild einer rund um die Uhr adrett hergerichteten Frau entspricht, ein Stereotyp der Reklame. Als Beitrag eines Tradwife-Accounts kann man es als positive Bezugnahme auf die 1950er-Jahre verstanden wissen, dem auch eine nostalgische Komponente innewohnt.

Der Text im Bild wirkt auf den ersten Blick harmlos: „Don't mix whites with colors“. Die naheliegende Bedeutung des Textes angesichts des werblichen Kontexts bezieht sich auf das Wäschewaschen und fordert die Rezipient*innen auf, Weiß- nicht mit Buntwäsche zu mischen. Interpretiert man jedoch die Ausdrücke „whites“ und „colors“ als Referenzen für Personengruppen, schwingt in der Aussage die Konnotation mit, dass weiße Personen sich nicht mit People of Color „vermischen“ sollen – ein gängiger Topos in rechtsextremen und rassistischen Kreisen, der auf Un(gleich)wertigkeitsideologeme wie die Reinheit des Blutes rekurriert. Der Schriftzug ist in der Originalanzeige nicht vorhanden und wurde nachträglich eingefügt. Dabei wurden Font (Schrift) und Farbgebung an die des ursprünglichen Bildes angepasst, verwaschen und unscharf, wie der Rest des Bildes. Insofern die Buchstaben Schwarz und Weiß gehalten sind, geben sie einen Hinweis darauf, dass hier mit „colors“ eben nicht Kleidungseinfärbungen gemeint sind.

Dass diese Konnotation von den Rezipient*innen auch in der Form wahr- und angenommen wird, zeigen die Kommentare. Zwei Nutzer*innen äußern sich mit dem einfachen Wort „based“. „Based“ (im Deutschen auch mit „basiert“ übersetzt, Anm. d. Verf.) ist ein in der Internet-Kultur genutzter Szene-Begriff, der seinen Ursprung in der hier vorliegenden Bedeutung in der US-amerikanischen Alt-Right hat und Zustimmung für anti-liberale oder reaktionäre Äußerungen signalisiert. Der Verweis eines weiteren Kommentars auf das Reinigungsmittel „Oxi“-[Clean] wird damit beantwortet, dass die Pointe des Beitrags nicht verstanden wurde („I think you've missed the point“).

Auch wenn die Tradwife-Bewegung größtenteils im Konservatismus und Traditionalismus zu verorten ist, bietet sie – wie das Beispiel zeigt – Anschlussmöglichkeiten für rassistisches und diskriminierendes Gedankengut, wenn nicht sogar eigene Vertreter*innen diese selbst pflegen und verbreiten. Als US-Phänomen verweist der Rückgriff etwa auf eine „gute alte Zeit“, in der in Teilen der USA noch Segregation herrschte. Die im vorliegenden Beispiel verwiesene Beziehungsart gilt dagegen in entsprechenden Kreisen als ablehnenswert, weil die als überlegen empfundene „weiße Rasse“ dadurch quasi verunreinigt würde.

Versteht man Tradwives als mögliches Brückenelement zwischen Konservatismus und Rechtsextremismus, so bieten sie Anknüpfungspunkte, mit denen Kinder und Jugendliche in Berührung mit extremistischem und menschengruppenfeindlichem Gedankengut kommen können (vgl. Meiering et al. 2018). Über seine versteckten Botschaften, die erst decodiert werden müssen, entwickelt das Bild einen besonderen Reiz, schafft das Gefühl von Geheimwissen und Eingeweiht sein. Dies kann, wie vermeintlicher Humor, bei jungen Nutzer*innen verfangen, die mit eigenem Vorwissen oder gezielt eingeführt in diese Gedankenwelten mit solchen und ähnlichen Inhalten in Kontakt kommen.

Das Beispiel zeigt, wie dem Anschein nach Harmloses implizite rassistische Botschaften enthalten, jedoch auch, wie man diese gezielte Doppeldeutigkeit offenlegen kann und verdeutlicht die Relevanz der Auseinandersetzung mit gestalterischen Aspekten. Aufbereitete, voranalysierte Beispielmateriale helfen Praktiker*innen, diese weitestgehend zu durchdringen, ohne selbst tiefer in die Recherche einsteigen zu müssen, und ermöglichen es, weitere Aspekte wie beispielsweise Geschlechter- und Rollenbilder im Allgemeinen in Lernsettings zu thematisieren. Der Vorteil einer bestehenden Beispielmaterialsammlung, wie sie Content Snippets darstellen, ist zudem, dass Fachkräfte nicht eigens Inhalte im Netz suchen und selbst das Risiko eingehen müssen, unvorbereitet und ohne Einordnung mit belastenden Darstellungen oder Aussagen konfrontiert zu werden. Auch

wird dadurch vermieden, den Traffic auf problematische Accounts und damit ihre Algorithmen gesteuerte Reichweite und schließlich ihre Popularität zu steigern. Die Content Snippets werden Fachkräften ab Sommer 2024 über den Internetauftritt von jugendschutz.net zur Verfügung gestellt.

Verwendung der Content Snippets für die politische Medienbildung: Wissensressource und Werkzeug für Fachkräfte

Die Analyse des o.g. Content Snippets zeigt, wie subtil die Darstellung von Online-Botschaften extremistischer oder antidemokratischer Akteur*innen sein können und welches komplexe Verständnis für die Dechiffrierung mitunter benötigt wird. Die Content Snippets füllen hier eine Lücke: Sie unterstützen pädagogische Fachkräfte darin, sich ein besseres Verständnis der Hassinhalte im Netz, deren Codes und Darstellungsweisen zu verschaffen und reichern sie mit Kontextinformationen und Erläuterungen an. Damit erhalten Fachkräfte ein besseres Verständnis für die Inhalte, mit denen ihre Zielgruppen im Internet konfrontiert sein könnten.

Darüber hinaus können die Beispiele als Lerninhalt für den pädagogischen Einsatz innerhalb von Sensibilisierungsangeboten für Kinder und Jugendliche dienen: als Gesprächsstarter, um Erfahrungen aufgreifen oder Teilbereiche von Hass im Netz fassbar und erklärbar zu machen. Vor dem Einsatz in einem pädagogischen Setting sollten jedoch verschiedene Aspekte berücksichtigt werden. Dies beginnt bei der Auswahl des Beispiels, mithilfe dessen Inhalte thematisiert und Gegenstand der pädagogischen Arbeit werden können. Realer Hass Content birgt das Risiko, dass beispielsweise extremistische, rassistische oder sexistische Aussagen reproduziert werden oder dass Teilnehmende durch das Beispiel an sich oder die daran aufflammende Diskussion retraumatisiert werden. Orientierung zu dieser Problematik und dem Umgang damit bietet der von GMK und mediale pfade herausgegebene Kompass für gelingende politische Medienbildung, der Fachkräften zum Thema „Starke Methoden“ auch Leitfragen zur Einschätzung eigener Methodik aufzeigt (Kolbe et al 2023: 12).

Für die Verwendung im Bildungssetting bedarf es eines geeigneten didaktischen Settings und einer inhaltlichen und kontextuellen Einordnung durch die Fachkraft. Beispiele mit realem Kontext sollten nur dann eingesetzt werden, wenn sie eine pädagogische Funktion erfüllen. Durch Analyse des Materials kann nicht nur das Verständnis für die Darstellungsformen von Hass Content erleichtert, sondern es können subtile Codes, Behauptungen oder Desinformation enttarnt oder entschärft werden. Dabei ist es innerhalb eines Lernsettings von Bedeutung, die Perspektive von mögli-

chen Betroffenen zu berücksichtigen. Dies sollte bereits in der Vorbereitung des Settings mitgedacht werden: Könnten Betroffenheitserfahrungen vorliegen und welche? Je nach Zusammensetzung, Erfahrungen oder auch Vorwissen der Adressat*innen sollten die Wahl von Beispielen, Inhalten und Methodik angepasst werden. Auch die eigene Haltung der Fachkraft hinsichtlich Demokratieverständnis oder gesellschaftlichen Wertvorstellungen kann eine Rolle spielen und sollte zuvor reflektiert werden (vgl. ebd.: 8). Dies geht einher mit einer Vorbereitung auf mögliche Reaktionen der Adressat*innen auf das Gezeigte und den Umgang mit etwaigen Äußerungen der Teilnehmenden.

Um diesen Kriterien gerecht zu werden und die Arbeit mit den Content Snippets in der politischen Medienbildung zu erleichtern, entwickelt die GMK gemeinsam mit jugendschutz.net pädagogische Methoden und Begleitmaterialien. Sie geben Fachkräften Hintergrundinformationen zu den gezeigten Beispielen und relevanten Themenfeldern. Außerdem liefern sie Vorschläge für pädagogisch-didaktische Settings, in denen mit den Content Snippets gearbeitet werden kann, sowie für eine mögliche weitere thematische Bearbeitung mit der Lerngruppe. Diese Materialien werden zum Ende des Jahres 2024 veröffentlicht.

Literatur

Bernhard, Lukas/Ickstadt, Lutz (2024): *Lauter Hass – leiser Rückzug. Wie Hass im Netz den demokratischen Diskurs bedroht. Ergebnisse einer repräsentativen Befragung. Das NETZ, Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur, HateAid und Neue deutsche Medienmacher*innen als Teil des Kompetenznetzwerks gegen Hass im Netz* (Hrsg.). Abrufbar unter: https://kompetenznetzwerk-hass-im-netz.de/download_lauterhass.php [Stand: 07.06.2024].

Bretschneider, Antje (2024): *Qualitative Bedarfsanalyse unter von Hass im Netz betroffenen Communities*. Bielefeld & Berlin: Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur. Abrufbar unter: <https://hass-im-netz.gmk-net.de/bedarfsanalyse-unter-betroffenen-communities-zu-hass-im-netz/> [Stand: 22.05.2024].

Eder, Jens/Hartmann, Britta/Tedjasukmana, Chris (2020): *Bewegungsbilder. Politische Videos in Sozialen Medien*. Berlin: Bertz und Fischer.

Geschke, Daniel/Klaßen, Anja/Quent, Matthias/Richter, Christoph. (2019): *#Hass im Netz – Der schleichende Angriff auf unsere Demokratie, eine bundesweite repräsentative Studie*. Abrufbar unter: https://www.idz-jena.de/fileadmin/user_upload/_Hass_im_Netz_-_Der_schleichende_Angriff.pdf [Stand: 30.05.2024].

Hornuff, Daniel (2020): *Hassbilder. Digitale Bildkulturen*. Berlin: Klaus Wagenbach.

- jugendschutz.net (2014): Humor als Deckmantel für Rassismus und Diskriminierung. o.O. Abrufbar unter: www.vielfalt-mediathek.de/material/rechtsextremismus/humor-als-deckmantel-fuer-rassismus-und-diskriminierung [Stand: 03.05.2024].
- Korte, Lydia/Zywietz, Bernd (2020): Selfie-Video als Format propagandistischer Bekennerbotschaft. Bildstrategien im Fall Anis Amris. In: Zywietz, Bernd (Hrsg.): Propaganda des „Islamischen Staats“. Aktivismus- und Propagandaforschung. Wiesbaden: Springer VS, 217-241.
- Kolbe, Christine/Dander, Valentin/Hünemörder, Katrin/Wolf, Heiko/Strnad, Timon/Ünsal, Serkan/Rössler, Carolin (2023): GEGEN HASS IM NETZ – Kompass für gelingende politische Medienbildung. Eine Orientierungshilfe für pädagogische Fachkräfte. Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur e.V. (GMK) und medialepfade.org – Verein für Medienbildung e.V. (Hrsg.). Bielefeld & Berlin. Abrufbar unter: https://hass-im-netz.gmk-net.de/wp-content/uploads/2023/12/KRITERIEN_TEXT-Gegen_Hass_im_Netz_FINAL_2023-12-20_V2.pdf [Stand: 03.06.2024].
- Meiering, David/Dziri, Aziz/Foroutan, Naika/Lehnert, Esther/Abou-Taam, Marwan (2018): Brückennarrative – Verbindende Elemente in der Radikalisierung von Gruppen. Frankfurt a. M.: Leibnitz-Institut für Friedens- und Konfliktforschung. Abrufbar unter: www.hsfk.de/fileadmin/HSFK/hsfk_publicationen/prif0718.pdf [Stand: 03.05.2024].
- Nowotny, Joanna/Reidy, Julian (2022): Memes – Formen und Folgen eines Internetphänomens. Bielefeld: transcript.
- Rieger, Diana. (2019): Diskussionsräume und Radikalisierungsprozesse in sozialen Medien. Bundeszentrale für politische Bildung. Abrufbar unter: <https://www.bpb.de/themen/parteien/rechtspopulismus/290851/diskussionsraeume-und-radikalisierungsprozesse-in-sozialen-medien/#:~:text=,zur%20Polarisierung%20der%20Gesellschaft%20beitr%C3%A4gt> [Stand: 30.05.2024].
- Rössler, Carolin/Schmidt, Lena (2024): Bedarfserhebung unter pädagogischen Fachkräften zu ihrer Arbeit gegen Hass im Netz. Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur e.V. (GMK) & JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. Bielefeld & München. Abrufbar unter: <https://hass-im-netz.gmk-net.de/bedarfserhebung-unter-paedagogischen-fachkraeften/> [Stand: 22.05.2024].
- Zywietz, Bernd (2020): Mediale Formen und Formate der IS-Propaganda. Ein Analyseansatz und Überblick. In: Zywietz, Bernd (Hrsg.): Propaganda des „Islamischen Staats“. Formen und Formate. Wiesbaden: Springer VS, 75-137.

Lizenz

Der Artikel steht unter der Creative Commons Lizenz **CC BY-SA 4.0**. Die Namen der Urheber*innen sollen bei einer Weiterverwendung genannt werden. Wird das Material mit anderen Materialien zu etwas Neuem verbunden oder verschmolzen, sodass das ursprüngliche Material nicht mehr als solches erkennbar ist und die unterschiedlichen Materialien nicht mehr voneinander zu trennen sind, muss die bearbeitete Fassung bzw. das neue Werk unter derselben Lizenz wie das Original stehen. Details zur Lizenz: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode>.

Einzelbeiträge werden unter www.gmk-net.de/publikationen/artikel veröffentlicht.