

Medienpädagogik als Prävention gegen rechtspopulistische Rhetorik

Sina Marie Nietz und Ragnar Müller

Zusammenfassung des Beitrags

Digitale Medien, insbesondere Soziale Netzwerke und Plattformen, stellen heute einen wichtigen Bestandteil gesellschaftlicher und politischer Öffentlichkeit dar. Hier konkurrieren, weitestgehend ungefiltert, verschiedene Meinungen und Akteur*innen um Aufmerksamkeit sowie Deutungshoheit sozialer Wirklichkeit. In diesem Kontext fallen rechte Akteur*innen regelmäßig durch ihre intensive Nutzung Sozialer Medien und die Verbreitung konstruierter Feindbilder auf.

In diesem Beitrag sollen die Wechselwirkungen zwischen Rechtspopulismus und Medien aus verschiedenen Perspektiven thematisiert und diskutiert werden. Der Fokus liegt dabei auf den von Rechtspopulismus und Sozialen Medien geteilten Strategien der Aufmerksamkeitsökonomie und den sich daraus ergebenden Ansatzpunkten für die Medienpädagogik.

Schlüsselbegriffe: Rechtspopulismus ● Soziale Medien ● Politische Bildung ● Feindbilder ● Medienpädagogik

Einleitung

Medien spielen für die Auseinandersetzung mit unserer Umwelt sowie mit gesellschaftlichen und politischen Ereignissen eine bedeutende Rolle. Die Art und Weise, wie wir über Medien und insbesondere in Sozialen Medien kommunizieren, Informationen filtern, wahrnehmen, verarbeiten und diese verbreiten, beeinflusst unser Denken, unsere Haltungen und unsere Identitätskonstruktionen. Die Zunahme menschenfeindlicher und rassistischer Äußerungen in Sozialen Medien kann daher nicht als Internetphänomen ohne Wirkung oder Folgen für gesellschaftliche Entwicklungen und das Zusammenleben in pluralistischen Demokratien verstanden werden.

Vorurteile und verschwörungsideologische Erzählungen sowie Narrative gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit erhalten durch Soziale Medien mehr Präsenz in der Öffentlichkeit. Dies hat verschiedene Ursachen: zum einen nutzen rechte Akteur*innen die digitalen Online-Medien sehr intensiv zur Verbreitung ihrer Feindbilder. Zum anderen weisen die digitalen Online-Medien bestimmte strukturelle und technische Eigenschaften auf, welche die Verbreitung

solcher Angst und Hass schürender Meldungen unterstützen. Dazu zählt beispielsweise, dass in den Sozialen Medien die Gatekeeper weggefallen sind: „Während in der vordigitalen Zeit Institutionen, wie wissenschaftliche Einrichtungen oder Verlage und Redaktionen, Informationen selektieren, bewerten und dann veröffentlichen, fehlt im Internet eine zentrale Filterung“ (Herzig 2022, S. 274).

Jede*r kann Inhalte erstellen und diese teilen, ohne dass diese Informationen auf ihre Richtigkeit hin geprüft werden. Eine Konsequenz daraus sind veränderte und insbesondere individualisierte Praktiken des Filterns und Orientierens. Die Verantwortung, Informationen zu filtern und zu prüfen, liegt in erster Linie bei den Nutzer*innen Sozialer Medien. Um dieser Verantwortung nachkommen zu können, bedarf es bestimmter Voraussetzungen und Fähigkeiten, welche die Medienpädagogik zu vermitteln versucht. Medienkompetenzvermittlung und -förderung kann daher als eine essenzielle Herausforderung für Medienpädagogik, Politik und politische Bildung verstanden werden. Daher beschäftigt sich dieser Beitrag mit der Frage, welche Ansatzpunkte die Medienpädagogik für Gegenstrategien gegen rechte Rhetorik und Feindbilder in Sozialen Medien bietet. Zunächst werden die Wechselwirkungen zwischen rechten Mobilisierungsstrategien, den damit verbundenen Narrativen¹ und Sozialen Medien betrachtet. Der Fokus liegt dabei auf Strukturen und Regeln der Aufmerksamkeitsökonomie Sozialer Medien, die rechte Akteur*innen für ihre Botschaften effektiv nutzen. Anschließend werden daraus mögliche Ansatzpunkte für medienpädagogische Zugänge innerhalb der politischen Bildung abgeleitet und diskutiert.

Rechtspopulismus und (Soziale) Medien – eine Symbiose

Sowohl innerhalb des politik- als auch des medienwissenschaftlichen Diskurses wird die Frage nach der Beziehung von Rechtspopulismus und Medien thematisiert. Immer wieder wird darauf verwiesen, dass Rechtspopulismus und (Soziale) Medien eine Art Symbiose eingehen und manchmal gezielt, manchmal zufällig voneinander profitieren.

Logiken der Aufmerksamkeitsökonomie und Öffentlichkeit

Der Kommunikationsstil rechtspopulistischer Akteur*innen und die Selektionsregeln der Medien folgen einer ähnlichen Logik. Bei der Auswahl von News und Inhalten orientieren sich Medienproduzent*innen an bestimmten Aufmerksamkeits- und Selektionsregeln. Diese gehen mit Kriterien dafür einher, was veröffentlicht wird und was nicht. Rechtspopulistische Narrative sind dabei durch ihre Reduktion von Komplexität, Tabubrüche, Provokationen, Skandalisierung, Personalisierung und Emotionalisierung besonders geeignet für die schnelllebige und auf Verbreitung angewiesene Logik der Medien (Diehl 2012, S. 16; Misik 2012). Nach-

¹ Baldauf et al. 2017 definieren Narrative als „eine Sinnstruktur, die – wie eine Parabel – Ereignisse in einen Gesamtzusammenhang einordnet und damit bestimmte Weltansichten untermauert oder befördert. Dies gilt für Erzählungen, die philosophische, religiöse, ökonomische oder historische Zusammenhänge darstellen ebenso wie für Narrative, die sich um Annahmen über andere Menschen oder Gruppen ranken. Einzelereignisse werden durch die selektive Erzählung überhöht und verallgemeinert. Durch vielfache Wiederholung und Verbreitung in das individuelle und kollektive Gedächtnis integriert, tragen Narrative so langfristig dazu bei, individuelle und kollektive Identitäten zu konstruieren und zu stabilisieren“ (Baldauf et al. 2017, S. 10).

richtensender, Zeitungen, aber auch Soziale Medien befinden sich in Konkurrenz um Aktualität, Quoten und Wahrnehmung. Meldungen, die viel Aufmerksamkeit erfahren, weisen häufig ähnliche Eigenschaften wie rechtspopulistische Narrative auf: „Die schräge These, die bizarre Provokation, der Skandal und die Inszenierung von Politik als Duell sind wichtig für diesen Kampf um Beachtung. Politische Diskussionen müssen zum ‚Zweikampf‘ werden, Krach und Krawall haben Entertainment-Effekt. Auch wenn einem das nicht gefällt – dem kann man sich kaum entziehen“ (Misik 2012, o. S.).

Zum einen eignen sich die grenzüberschreitenden und skandalisierenden Äußerungen rechtspopulistischer Politiker*innen für Schlagzeilen der medialen Berichterstattung, zum anderen hat sich in den vergangenen Jahren gezeigt, dass rechte Akteur*innen die Sozialen Medien, die besonders stark von der sich beschleunigenden Dynamik geprägt sind, intensiv für ihre Zwecke nutzen. Durch Soziale Medien können Informationen schneller und unkontrollierter verbreitet werden, da klassische Instanzen des Journalismus, wie beispielsweise das Durchlaufen einer Redaktion durch professionelle Gatekeeper, wegfallen: „Für die Medienstruktur der Öffentlichkeit ist dieser Plattformcharakter das eigentlich Neue an den neuen Medien. Denn damit entledigen sie sich auf der einen Seite jeder produktiven Rolle der journalistischen Vermittlung und Gestaltung von Programmen, die die alten Medien wahrnehmen; insofern sind die neuen Medien keine ‚Medien‘ im bisherigen Sinne. Sie verändern auf radikale Weise das bisher in der Öffentlichkeit vorherrschende Kommunikationsmuster. Denn sie ermächtigen alle potentiellen Nutzer prinzipiell zu selbständigen und gleichberechtigten Autoren“ (Habermas 2022, S. 44).

Öffentlichkeit lässt sich heute nicht mehr nur als Raum von Massenmedien denken, sondern stellt vielmehr ein dynamisches, sich wechselseitig bedingendes Netzwerk aus Individuen, Institutionen, Organisationen und Konzernen als Produzent*innen dar (vgl. Thimm 2022, S. 704). Der partizipatorische Charakter digitaler Plattformen eröffnet neue Teilhabemöglichkeiten. Die Nutzer*innen können sich vernetzen, organisieren, Informationen austauschen und so auf vielfältige Weise in gesellschaftspolitischen Diskursen partizipieren. Dies bedeutet jedoch zugleich die Schaffung von Bedingungen, die auch negativen Phänomenen wie Hate Speech oder der Verbreitung von Feindbildern dienlich sind. Hate Speech lässt sich als eine Form der Kommunikation, welche die Degradierung bestimmter Individuen oder sozialer Gruppen anstrebt, definieren (vgl. Schwertberger/Rieger 2021, S. 55). In den Sozialen Medien können solche diskriminierenden Einstellungen und Narrative vergleichsweise einfach geteilt und präsentiert werden.

Emotionen und Feindbilder

In diesem Kontext ist auch eine affektive und soziale Anreizstruktur Sozialer Medien bedeutsam, die durch die Funktionen des Kommentierens, Teilens und Likens geschaffen wird. Schemer, Kühne und Sommer (2019, S. 1) verweisen auf den Einfluss von Emotionen auf Meinungsbildungsprozesse in Sozialen Medien. Sie werden hier stärker als über traditionelle Medien wirksam: „Die Inhalte sozialer Medien (z. B. Twitter, Facebook) weisen mehr Emotionalität und Extremität auf als die traditioneller Medien“ (Schemer/Kühne/Sommer 2019, S. 5). Emotionspsychologische Forschungsperspektiven betonen, dass der Emotionsgehalt einer

Nachricht von der emotionalen Reaktion der Rezipient*innen zu unterscheiden ist. Medienbeiträge enthalten also dieser Unterscheidung folgend keine Emotionen. „Emotionen von Kommunikator*innen können sich aber in Botschaften niederschlagen und die Verarbeitung dieser Inhalte emotionale Reaktionen auslösen“ (ebd.).

Das Thema einer Schlagzeile bzw. einer Botschaft kann beeinflussen, welche Emotionen gefördert oder ausgelöst werden. So kann die detaillierte Schilderung einer Gewalttat oder eines Anschlags beispielsweise Angst auslösen. Dies wird in den Sozialen Medien häufig durch eine visuelle und vertonte Darstellung unterstützt. Diese Nachrichten und die damit verbundenen Emotionen werden von rechtspopulistischen Akteur*innen durch rhetorische Strategien, beispielsweise durch Framing, mit einem Feindbild in Verbindung gebracht. Hierdurch wird einer bestimmten Gruppe die Schuld an dem Ereignis zugesprochen. Die Suche nach Schuldigen und die damit einhergehende Verlagerung von Verantwortung hin zu einer Out-Group, in Abgrenzung zur Eigengruppe, kann dazu führen, dass Angst und Ohnmacht in Wut auf die Feinde umgewandelt werden. Solche Emotionserlebnisse können wiederum zukünftige Haltungen und Deutungsmuster sozialer Realität prägen. In diesem Zusammenhang muss auf die grundsätzlich strukturierende Funktion von Emotionen im Kontext von Urteils- und Meinungsbildungsprozessen verwiesen werden. „Emotionen sind zwar kurzfristige psychische Reaktionen, sie können aber in Einstellungen verankert sein und deshalb regelmäßig ausgelöst werden, etwa bei häufiger Konfrontation mit dem Einstellungsobjekt“ (Schemer/Kühne/Sommer 2019, S. 9).

Dabei stehen die individuell oder kollektiv erlebten Emotionen in einem sozialen Zusammenhang, da sie sich auf die Out-Group beziehen. Soziale Emotionen können demnach als Resultat sozialer Deutungsmuster und Einschätzungen von Situationen, Individuen, Gruppen oder auch Nationen und Kulturen verstanden werden (vgl. Hareli/Parkinson 2008).

An dieser Stelle soll kurz auf die grundlegende Funktionsweise der Konstruktion von Feindbildern eingegangen werden. Die ausgrenzende Freund-Feind-Rhetorik basiert auf der Vorstellung eines homogen gedachten *wahren Volkes* und dem damit einhergehenden Ausschluss derjenigen, die angeblich nicht zu diesem Volk zählen. Durch entsprechende Äußerungen, Framing und Forderungen wird eine homogene Out-Group (Feind) aufgrund spezifischer Kriterien wie Ethnie, Nationalität, Religion oder Kultur konstruiert. Die Abgrenzung gegenüber dieser Out-Group dient der Konstruktion einer gemeinsamen Identität der In-Group (Freund) (vgl. Tajfel et al. 1971).

Beispielsweise werden alle Menschen muslimischen Glaubens der Out-Group „Anhänger des Islam“ zugerechnet und mit den gleichen Stereotypen und Vorurteilen gegenüber „*dem Islam*“ in Zusammenhang gebracht. Dabei wird nicht zwischen kulturellen, gesellschaftlichen, religiösen und nationalen oder gar individuellen Eigenschaften differenziert, sondern alles homogenisiert. Einer Menschengruppe werden aufgrund ihrer Herkunft oder ihres religiösen Hintergrunds bestimmte Merkmale zugesprochen. Werden einzelne Personen im Kategorisierungsprozess dieser Menschengruppe zugeordnet, erlangen die verallgemeinerten Gruppencharakteristika auch für das Individuum Geltung. Durch die Aberkennung von Subjektivität und Individualität (*der Islam, die Muslime*) werden Einfühlungsvermögen und Empathie unterdrückt, da das Empfinden und Leiden des einzelnen Subjekts in der Masse der Feindgruppe untergeht. Es werden also alle Individuen, die jener Gruppe zugeordnet werden, mit der gleichen

emotionalen Reaktion wahrgenommen und ihnen werden spezifische, homogenisierte Eigenschaften zugesprochen. Die Verbindung der Themen *Migration* und *Kriminalität* in rechtspopulistischen Narrativen schürt so ablehnende Emotionen wie Hass und Wut gegenüber Einwanderer*innen oder Geflüchteten. Die einzelnen Menschen werden nicht mehr als Subjekte mit einer individuellen Lebensgeschichte, sondern nur noch als Teil der Feindgruppe wahrgenommen. Dies verhindert Empathie und Mitgefühl und fördert Exklusion und Ablehnung.

In Sozialen Medien spielen Gruppenemotionen eine besondere Rolle, da die individuelle Identität durch die Anonymität im Internet stärker in den Hintergrund tritt. Dies kann dazu führen, dass Gruppenidentitäten wichtiger werden. Zudem fördern bestimmte technische Strukturen die Interaktion von Gruppen, die ähnliche Einstellungen aufweisen und somit ähnliche Nachrichten konsumieren. Emotionen können in digitalen Echokammern und Filterblasen (vgl. Pariser 2011) leicht verstärkt, reproduziert und instrumentalisiert werden. Die Bestätigung bereits bestehender Meinungen und Emotionen durch andere User*innen kann das Misstrauen gegenüber den Feinden weiter verschärfen.

Rechte Akteur*innen nutzen diese technischen Strukturen Sozialer Medien zur Verbreitung ihrer Feindbilder und der damit verbundenen Narrative. So nutzt beispielsweise die AfD insbesondere Facebook intensiv für die Kommunikation mit Anhänger*innen. Dies spiegelt sich auch in der Anzahl der Follower*innen wider. Auf Facebook folgen 513.337 Menschen der AfD². Das sind mehr, als CDU (196.895) und SPD (193.113) gemeinsam aufbringen können. Jedoch gibt es Unterschiede je nach Plattform. So weisen auf Instagram die FDP und die Grünen die meisten Follower*innen auf.

Aus dem rechtsextremen Milieu haben es beispielsweise Protagonist*innen der Identitären Bewegung (IB), die sich selbst auch gerne als ‚IBster‘ bezeichnen, durch medienwirksame Aktionen und deren Inszenierung auf Social Media zu einer beachtlichen Reichweite gebracht. Ein eindrückliches Beispiel hierfür ist Martin Sellner. Er hat vor der Sperrung seines YouTube-Kanals teilweise ganz offensichtlich, teilweise subtil extremistisches Gedankengut in Form ansprechender ‚Kochvideos‘ oder anderer Formate verbreitet. Durch die Verpackung extremistischer Narrative in Lifestyle-Videos finden die Inhalte leichter Eingang in die alltägliche Medienrezeption und sind schwieriger als extremistische Ideologien zu identifizieren (vgl. Rieger/Frischlich/Bente 2013). Ein weiteres Beispiel für die Kaschierung extremistischer Narrative und Feindbilder sind Memes, hier werden entsprechende Aussagen durch eine spezielle Form von Ironie verdeckt (vgl. Müller/Mischler 2020).

Auch Abgeordnete der AfD nutzen die Sozialen Medien zur Mobilisierung von Wähler*innen und zur Verbreitung ihrer Themen. Auffallend sind dabei eine überspitzte, emotionalisierende Darstellung, eine gewisse Affinität für Lügen, Fake News und Verschwörungsideologien sowie die Verwendung bestimmter rhetorischer Strategien. Rechtspopulistische Rhetorik zeichnet sich aus durch die Verwendung von Stilmitteln wie beispielsweise biologistischer und Tiermetaphern („Schwärme von Flüchtlingen“), durch Wiederholungen, das Aufgreifen nationalsozialistischer Begriffe („völkisch“), Doppeldeutigkeiten und Wortneuschöpfungen³.

² [zdf.de/nachrichten/politik/wahlkampf-2021-socialmedia-bundestagswahl-100.html](https://www.zdf.de/nachrichten/politik/wahlkampf-2021-socialmedia-bundestagswahl-100.html)

³ Vgl. zur Rhetorik rechtspopulistischer Akteur*innen: Feustel et al. (2018), Klemperer (u. a. 2018), Löwenthal (2017, Orig. 1948), Niehr/Reissen-Kosch (2018), Olschanski (2017), Wodak (2016).

Durch eine oftmals einfache und volkstümliche Sprache vermitteln rechtspopulistische Akteur*innen ein Gefühl der Nahbarkeit. Sie präsentieren sich als Gegenpol zur ‚abgehobenen‘ Elite, als ‚Mann aus dem Volk‘. Eine sehr bildliche Sprache und die häufige Verwendung von Metaphern lenken das Denken der Zuhörer*innen in eine bestimmte Richtung. Durch die Verbreitung von Verschwörungsideologien stellen rechte Akteur*innen jeglichen gesellschaftlichen und wissenschaftlichen Konsens in Frage. So spricht die AfD beispielsweise ganz offen von einer vermeintlichen ‚Umvolkung‘ bzw. einem ‚Bevölkerungsaustausch‘ in Deutschland, und Viktor Orbán behauptet, der aus Ungarn stammende US-Milliardär George Soros bezahle Muslime dafür, dass sie nach Ungarn kommen, um das Land zu zerstören. Damit bedient er, kaum verdeckt, verbreiteten Antisemitismus und schließt an eine der ältesten Verschwörungstheorien an.

Radikale Inhalte adressieren auch grundlegende menschliche Bedürfnisse, wie das Bedürfnis nach sozialen Beziehungen, Gruppenzugehörigkeit, Anerkennung und Orientierung (vgl. Herzig 2022, S. 286). Diese Angebote sind insbesondere dann attraktiv, wenn Unsicherheit und Widersprüchlichkeit die individuelle und gesellschaftliche Wahrnehmung prägen. Das ist in Zeiten gesellschaftlicher, politischer oder ökonomischer Krisen verstärkt der Fall. Einfache Schuldzuweisungen und dichotome Freund-Feind-Konstruktionen bieten die Möglichkeit, widersprüchliche, komplexe und verunsichernde Informationen über das Weltgeschehen in ein dichotomes, ideologisches Kategoriensystem einzuordnen und damit zumindest zu ‚wissen‘, wer Schuld an allem Übel ist.

Die Konstruktion menschenfeindlicher Narrative, die eine Gruppe von Menschen aufgrund ihrer Herkunft, Ethnie, Religion, Sexualität oder anderer Merkmale homogenisiert und dämonisiert, ist nicht neu und findet auch außerhalb Sozialer Medien statt. Neu sind jedoch die technischen Strukturen und Bedingungen wie Anonymität im Internet, Algorithmizität, Echokammern und Filterblasen sowie eine neue Form digitaler Gemeinschaftlichkeit. Papacharissi (2009) spricht in diesem Kontext von einem ‚civic narcissism‘ in Sozialen Medien. Dieser fördert die individuelle Selbstdarstellung, nicht aber die Heterogenität und Diversifizierung öffentlicher Meinungen.

Merkmale rechter Botschaften wie Emotionalität, Tabubrüche, Dramatisierung und Unterkomplexität fördern also deren Verbreitung, da sie gut zur Aufmerksamkeitsökonomie Sozialer Medien passen. So schaffen es rechte Akteur*innen, einen im Verhältnis zu den Anhänger*innen oder Wähler*innen überproportionalen Anteil der Aufmerksamkeit auf sich und die eigenen Themen zu lenken. Das wiederum beeinflusst den gesamten öffentlichen Diskurs und das politische Klima. Durch die Verbreitung alternativer Deutungsmuster wie menschenfeindlicher und verschwörungsideologischer Narrative kann es zu einer Verschiebung des politischen Diskurses kommen. In diesem Kontext bedingen sich Soziale Medien und Massenmedien wie beispielsweise große Zeitungen gegenseitig. Alarmierende Schlagzeilen und emotionalisierende Artikel werden in Sozialen Netzwerken häufiger geteilt. Werden hierarchisierende Narrative und die Ausgrenzung von Minderheiten sowie rassistische Strukturen nicht erkannt oder hinterfragt, kann mediale Berichterstattung zur Reproduktion dieser diskriminierenden Strukturen beitragen. Gleiches gilt für die individuelle Autorenrolle von Nutzer*innen Sozialer Medien. Habermas verweist in diesem Zusammenhang neben der Verschiebung des Diskurses auch auf die Gefahr einer Fragmentierung des öffentlichen Diskurses: „Die grenzenlosen

Kommunikationsnetze, die sich spontan um bestimmte Themen oder Personen bilden, können sich zentrifugal ausbreiten und gleichzeitig zu Kommunikationskreisläufen verdichten, die sich dogmatisch voneinander abschotten” (Habermas 2022, S. 46 f.). Diese Effekte der Mobilisierung, Legitimierung und Normalisierung im öffentlichen Diskurs wurden in verschiedenen Forschungsdesigns untersucht und weitgehend bestätigt (vgl. Marcks 2016; Miller-Idriss 2018; Schiebel 2019).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die neue Medienlandschaft ambivalente und einschneidende Auswirkungen auf die politische Öffentlichkeit hat. Es existieren grenzenlose Verknüpfungs- und Vernetzungsmöglichkeiten sowie Zugang zu einer unermesslichen Fülle an Informationen. Neben emanzipierenden und demokratisierenden Potenzialen birgt dies jedoch auch die Gefahr der Fragmentierung und Spaltung von Gesellschaft und Öffentlichkeit, vor allem durch menschenfeindliche und verschwörungsideologische Narrative. Um diesen Gefahren begegnen und die Potenziale nutzen zu können, bedarf es bestimmter individueller Fähigkeiten im Umgang mit Sozialen Medien. Daher soll im Folgenden die Rolle der Medienpädagogik als möglicher präventiver Ansatz gegen rechte Rhetorik und deren Feindbilder diskutiert werden.

Medienpädagogik als Prävention

Üblicherweise lassen sich drei Ansätze für Gegenstrategien gegen Hassrede, Verschwörungsideologien und die Agitation extremer Gruppierungen im Internet unterscheiden. Erstens bemühen sich Politik und Digitalkonzerne, die *Verfügbarkeit* und *Zugänglichkeit* entsprechender Inhalte im Internet (durch Richtlinien, Gesetze und Eingriffe) einzuschränken. Zweitens gibt es Versuche, mit menschenfeindlichen und verschwörungsideologischen Inhalten zu ‚konkurrieren‘, also ein breites Spektrum an (Gegen-)Perspektiven bereitzustellen (z. B. Faktencheck). Den dritten Ansatzpunkt, der in diesem Beitrag im Mittelpunkt steht⁴, bilden Bemühungen, die auf die *Förderung der Widerstands- und Kritikfähigkeit* der Nutzer*innen abzielen. In diesem Bereich lassen sich pädagogische und insbesondere medienpädagogische Ansätze verorten.

Politische Bildung verfolgt die Förderung politischer Teilhabe insbesondere in Aushandlungsprozessen, die verstärkt durch rechte Narrative beeinflusst werden. Die politische Teilhabe bezieht sich auch auf den digitalen Raum, da dieser ebenfalls Teil der politischen Öffentlichkeit ist. Daher ist es auch ein Anliegen medienpädagogischer Arbeit, das Verständnis für die Rolle der (Massen-)Medien als ‚vierte Gewalt‘ in einer modernen Demokratie (vgl. Sarcinelli 2009) zu fördern. Medienkompetenz kann als ein klassisches Ziel politischer Bildung verstanden werden. Zum einen werden Medien zum Gegenstand und Inhalt politischer Bildung, zum anderen dienen sie der Gestaltung und Vermittlung politischer Bildungsinhalte (vgl. Massing 2001).

Der Medienkompetenzbegriff ist im pädagogischen Diskurs beheimatet, aber was Medienkompetenz genau ist und welche Fähigkeiten sie umfasst, kann sehr unterschiedlich verstanden werden. Im deutschsprachigen Raum wird zumeist auf die vier Dimensionen von Medienkompetenz nach Baacke (1997) verwiesen: Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung, Mediengestaltung. Die Definition nach Schorb und Wagner (2013) versteht Medienkompetenz

⁴ Der Fokus dieses Beitrags liegt auf dem dritten Bereich. Daher werden politische und andere Ansätze nicht tiefergehend behandelt. Dadurch soll aber nicht der Eindruck erweckt werden, dass pädagogische Konzepte die alleinige oder beste Lösung seien.

vor allem als integrierten Bestandteil von kommunikativer Kompetenz und von Handlungskompetenz. „Sie bildet eine wesentliche Voraussetzung für eine souveräne Lebensführung, die zunehmend davon geprägt ist, mit und über Medien das eigene Leben zu gestalten“ (Schorb/Wagner 2013, S. 18). Im Folgenden wird immer wieder auf handlungsorientierte Ansätze verwiesen, welche die Förderung von Handlungskompetenz zum Ziel haben, daher soll dieses Verständnis von Medienkompetenz als Grundlage für die weiteren Ausführungen dienen.

Gemeinsam ist den verschiedenen Ansätzen und Definitionen, dass der Kompetenzbegriff meist Einstellungen, Wissen und Können der Individuen umfasst. „Insofern kann Medienkompetenz als Vermögen und Bereitschaft des Menschen verstanden werden, in Medienzusammenhängen zu handeln“ (Herzig 2022, S. 282).

Herzig unterscheidet verschiedene Zielbereiche von Medienkompetenz. Dazu zählen unter anderem:

- Handhabungsfertigkeiten als Basis für die Nutzung von Medien,
- Kommunikationsfähigkeit als Grundlage für das Verstehen von Medienbotschaften und für eigene mediale Mitteilungen,
- Kenntnisse und Verstehen in verschiedenen Inhaltsbereichen, um eine reflektierte und produktive Mediennutzung zu ermöglichen,
- Recherche- und Strukturierungsfähigkeiten sowie die Fähigkeit zur Analyse, Bewertung und Einordnung von Medienangeboten,
- Problemlöse-, Entscheidungs-, Gestaltungs- und Urteilsfähigkeit im Medienbereich,
- Handlungsfähigkeit und -bereitschaft in medialen Kontexten (vgl. Herzig 2022, S. 284 f.).

Die Förderung der kritischen Reflexionsfähigkeit bei dem Konsum und der Produktion von Medienbotschaften stellt im Zusammenhang mit rechten Narrativen und rhetorischen Strategien eine wichtige Aufgabe medienpädagogischer Angebote dar. Rechte Narrative und Feindbilder müssen als solche erkannt werden, um diese kritisch hinterfragen zu können. Dazu muss man inhaltliche Merkmale von Propaganda, Hate Speech, Desinformation oder Verschwörungstheorien kennen. „Hinzu kommen Kenntnisse über spezifische Gestaltungstechniken für diese Angebotsformen. Zudem sollten die Jugendlichen z. B. Propagandamaterial hinsichtlich der damit verbundenen ideologischen Positionen einschätzen können und über Kenntnisse entsprechender Narrative (rechts-, linksextrem, islamistisch) verfügen“ (Herzig 2022, S. 290).

In diesem Zusammenhang ist es auch wichtig, für Manipulationsversuche zu sensibilisieren. Medienpädagogik kann die Nutzer*innen durch die Vermittlung von Wissen über technische Funktionsweisen und Strukturen darin unterstützen, einen Zugang zu vielfältigen Informationen zu finden und diese kritisch zu reflektieren. So ist es beispielsweise wichtig, sich mit den selektiven Auswirkungen von Echokammern, Algorithmen und Filterblasen sowie deren Bedeutung für die individuelle Informationsbeschaffung und Konstruktion von sozialer Wirklichkeit auseinanderzusetzen.

Neben bestimmten Merkmalen und Zielen von Medienkompetenz können auch Inhalte bestimmt werden, deren Vermittlung mögliche Ansatzpunkte gegen rechte Rhetorik und Narrative bieten. Beispielsweise kann Wissen über die aktuelle Medienlandschaft, ihre Strukturen und Gestaltungsmerkmale einen differenzierten Umgang mit unterschiedlichen Formen von

Medien fördern. Wenn ich als Rezipient*in weiß, wer welche Medienbotschaften produziert hat, welche Institutionen oder auch welche Interessen dahinter stehen, kann ich eine bessere Einordnung der Inhalte vornehmen und eine fundiertere Entscheidung treffen, ob ich diese Inhalte ernst nehmen und teilen möchte oder nicht.

Wirksam werden die verschiedenen Fähigkeiten von Medienkompetenz im Kontext rechter Feindbilder insbesondere dann, wenn sie sich mit Wissen über die entsprechenden Phänomenbereiche wie Verschwörungsideologien, Feindbilder, Rechtspopulismus und Rechtsextremismus verbinden (vgl. Herzig 2022, S. 287). Dabei können beispielsweise die zur Konstruktion und Reproduktion bestimmter Feindbilder genutzten Narrative analysiert werden. Wie sind diese geframed, welche rhetorischen und visuellen Mittel werden eingesetzt, um die Botschaft zu unterstreichen?

Viele Projekte am Schnittpunkt von Medienpädagogik und politischer Bildung verfolgen einen handlungsorientierten Ansatz. Neben Aufklärungsarbeit steht dabei die Förderung von Ambiguitätstoleranz, kritischer Reflexionsfähigkeit, politischer und moralischer Urteilsfähigkeit, politischer Teilhabe und Wirksamkeit im Fokus. Der Begriff der moralischen Urteilsfähigkeit beinhaltet auch die Fähigkeit des Perspektivenwechsels, da sie darauf abzielt, dass über die eigene Perspektive hinaus auch der Standpunkt Anderer eingenommen wird. Außerdem wird hier auch berücksichtigt, inwieweit Verantwortung für das Zusammenleben mit Anderen zum Ausdruck kommt und welche Auffassung von richtigem bzw. gerechtem Handeln vertreten wird (vgl. Herzig 2022, S. 292). Handlungsorientierung kann zum einen als didaktisches Prinzip, zum anderen als Zielstellung der medienpädagogischen oder politischen Bildungsarbeit verstanden werden. Handlungsorientierte Ansätze basieren auf der Annahme, dass Medien neben ihrer Funktion als Mittler von Informationen auch eine wichtige Rolle spielen, um die eigene Teilhabe an öffentlichen und gesellschaftspolitischen Diskursen zu ermöglichen (vgl. Schorb 2017). Die Idee der handlungsorientierten Didaktik findet sich in dem in der Medienpädagogik weitverbreiteten Ansatz der aktiven Medienarbeit wieder (vgl. Schell 2003). Hierbei sollen die Lernenden in einem pädagogischen Setting selbst Medieninhalte erstellen und veröffentlichen. Dabei handelt es sich um lebensweltnahe Inhalte, zumeist werden die Themen daher von den Lernenden selbst gewählt (vgl. Materna/Lauber/Brüggen 2021, S. 306). Davon abzugrenzen sind Ansätze der themenzentrierten Medienarbeit, bei denen gezielt gesellschaftspolitische Themen und eine Richtung für deren Bearbeitung vorgegeben werden (vgl. Schorb et al. 2007). Auch hier liegt der Fokus darauf, eine Brücke zwischen der Lebenswelt der Teilnehmenden und den Bildungsinhalten zu finden. „Ein naheliegender Brückenschlag ist die Kombination medialer Lebenswelten Jugendlicher mit medialen Erscheinungsformen des Themas, das im jeweiligen Projekt als relevant gesetzt werden soll“ (Materna/Lauber/Brüggen 2021, S. 313). Materna, Lauber und Brüggen (2021) verweisen auf mehrere Projekte, welche sich an der Schnittstelle zwischen Medienpädagogik und politischer Bildung im Bereich der Extremismusprävention bewegen⁵. Diese kombinieren Bildungsarbeit im Bereich der Medienpädagogik mit Inhalten der politischen Bildung sowie Ansätzen aus der

⁵ Dazu zählen u. a. das Projekt „bildmachen: Politische Bildung und Medienpädagogik zur Prävention religiös-extremistischer Ansprachen in sozialen Medien“, das Projekt „RISE – jugendkulturelle Antworten auf islamistischen Extremismus“ sowie das Projekt „Aktiv gegen Vorurteile“.

Extremismusprävention, indem Medien sowohl didaktisches Mittel als auch selbst Gegenstand der Bildungsarbeit sind.

Fazit

Medienpädagogik und politische Bildung weisen zahlreiche Schnittmengen auf, die im Kontext präventiver Strategien gegen rechte Rhetorik und Feindbilder nutzbar gemacht werden können. Ein medienpädagogischer Zugang in der politischen Bildung bietet zahlreiche Ansatzpunkte für handlungsorientierte Angebote, die einen engen Bezug zur Lebenswelt der Teilnehmer*innen herstellen können. Dabei sollten verschiedene inhaltliche und didaktische Ebenen berücksichtigt werden. Zum einen ist die Vermittlung von Wissen über technische Funktionsweisen und Regeln der Aufmerksamkeitsökonomie Sozialer Medien (Filterblasen, Echokammern, Algorithmen, Social Bots usw.) von zentraler Bedeutung, um einen selbstbestimmten, kritisch-reflektierten Umgang mit Sozialen Medien zu gewährleisten. Zum anderen unterstützt die Vermittlung von Wissen über rhetorische Strategien wie Framing, Verschwörungsideologien, Metaphern und über die Konstruktion von Feindbildern die Sensibilisierung für diese Strategien und diskriminierenden Narrative. Besondere Wirksamkeit versprechen diese Zugänge bei gleichzeitiger Förderung von Fähigkeiten wie kritischer Reflexionsfähigkeit, Ambiguitätstoleranz und Perspektivenwechsel, um einen reflektierten Umgang mit der Komplexität und Vielfalt widersprüchlicher Informationen und Wirklichkeitskonstruktionen in der Öffentlichkeit zu unterstützen. Wenn Nutzer*innen über die entsprechenden Fähigkeiten und das nötige Wissen verfügen, ist die Wahrscheinlichkeit geringer, dass manipulative rhetorische Strategien wie Framing verfangen. Das bedeutet für die politische Bildung, dass sie medienpädagogische Zugänge und Methoden verstärkt in der Konzeption von Angeboten gegen Rechtspopulismus mitdenken muss. Für die Medienpädagogik bedeutet es, dass sie sich verstärkt mit politischen Inhalten und deren Bedeutung in der digitalen Öffentlichkeit auseinandersetzen muss. Hierzu müssen politische Bildung und Medienbildung verstärkt in einen gemeinsamen Austausch treten, sich vernetzen und in der Praxis eng zusammenarbeiten (vgl. Schröder 2021) sowie Räume für eine kritische Diskussion gesellschaftspolitischer Themen und gesellschaftlicher Herausforderungen schaffen.

Literatur

- Baacke, Dieter (1997): Medienpädagogik. Tübingen: Niemeyer.
- Baldauf, Johannes/Dittrich, Miro/Hermann, Melanie/Kollberg, Britta/Lüdecke, Robert/Rathje, Jan (2017): Toxische Narrative: Monitoring rechts-alternativer Akteure. Berlin: Amadeu Antonio Stiftung.
- Diehl, Paula (2012): Populismus und Massenmedien. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 62, 5–6/2012, S. 16–22. www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/75854/populismus-und-massenmedien.
- Feustel, Robert/Grochol, Nancy/Prüwer, Tobias/Reif, Franziska (Hrsg.) (2018): Wörterbuch des besorgten Bürgers. Mainz: Ventil.
- Habermas, Jürgen (2022): Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und die deliberative Politik. Berlin: Suhrkamp Verlag.
- Hareli, Shlomo/Parkinson, Brian (2008): What's social about social emotions? In: Journal for the Theory of Social Behaviour, 38, pp. 131–156.
- Herzig, Bardo (2022): Medienbildung als Radikalisierungsprävention? In: Reinke de Buitrago, Sybille (Hrsg.): Radikalisierungsnarrative online. Perspektiven und Lehren aus Wissenschaft und Prävention.

- Wiesbaden: Springer VS, S. 273–300. link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-37043-5_12
- Klemperer, Victor (u. a. 2018): LTI. Notizbuch eines Philologen. Ditzingen: Reclam Verlag.
- Löwenthal, Leo (2017, Orig. 1948): Falsche Propheten. Studien zur faschistischen Agitation. In: Schriften 3. Berlin: Suhrkamp, S. 9–159.
- Massing, Peter (2001): Bürgerleitbilder und Medienkompetenz. In: Weißeno, Georg (Hrsg.): Politikunterricht im Informationszeitalter – Medien und neue Lernumgebungen, Schwalbach/Ts., S. 39–50.
- Materna, Georg/Lauber, Achim/Brüggen, Niels (2021): Politisches Bildhandeln: Der Umgang Jugendlicher mit visuellen politischen, populistischen und extremistischen Inhalten in sozialen Medien. München: kopaed.
- Marcks, Holger (2016): “Don’t Call Me Right”. The Strategy of Normalization in German Right-Wing Extremism. In: Fielitz, Maik/ Laloire, Laura Lotte (Eds.): Trouble on the Far Right. Contemporary Right-Wing Strategies and Practices in Europe. Bielefeld: transcript, S. 65–72.
- Miller-Idriss, Cynthia (2018): The Extreme Gone Mainstream. Commercialization and Far Right Youth Culture in Germany. Princeton.
- Misik, Robert (2012): Rechtspopulismus und Medien - eine nicht immer widerwillige Symbiose. Heinrich Böll Stiftung. www.boell.de/de/demokratie/parteidemokratie-rechtspopulismus-medien-15225.html.
- Müller, Pia Angelika/Mischler, Antonia (2020): Kleine Schnipsel, große Wirkung. Die Relevanz und Verwendung von Karikaturen und Memes in Kontexten extremistischer Online-Kommunikation. In: Graff, Christian/Stempkowski, Monika/Beclin, Katharina/Haider, Isabel (Hrsg.): „Sag, wie hast du’s mit der Kriminologie?“ Die Kriminologie im Gespräch mit ihren Nachbardisziplinen. Mönchengladbach: Forum Verlag Godesberg.
- Niehr, Thomas/Reissen-Kosch, Jana (2018): Volkes Stimme? Zur Sprache des Rechtspopulismus. Berlin: Duden Verlag.
- Olschanski, Reinhard (2017): Der Wille zum Feind. Über populistische Rhetorik. Paderborn: Wilhelm Fink.
- Papacharissi, Zizi (2009): Journalism and Citizenship, New Agendas in Communication. New York: Routledge.
- Pariser, Eli (2011): The Filter Bubble: What the Internet is hiding from you, Penguin UK.
- Rieger, Diana/Frischlich, Lena/Bente, Gary (2013): Propaganda 2.0: psychological effects of right-wing and Islamic extremist internet videos. Köln: Luchterhand.
- Sarcinelli, Ulrich (2009): Politische Kommunikation in Deutschland. Zur Politikvermittlung im demokratischen System. Wiesbaden: Springer VS.
- Schell, Fred (2003): Aktive Medienarbeit mit Jugendlichen: Theorie und Praxis. München: kopaed.
- Schmer, Christian/Kühne, Rinaldo/Sommer, Katharina (2019): Zum Einfluss von Gruppenemotionen und kollektiven Emotionen in sozialen Medien. In: Schramm, Holger/ Matthes, Jörg/Schmer, Christian (Hrsg.): Emotions Meet Cognitions. Zum Zusammenspiel von emotionalen und kognitiven Prozessen in der Medienrezeptions- und Medienwirkungsforschung. Wiesbaden: Springer VS, S. 1–19. link.springer.com/content/pdf/10.1007/978-3-658-25963-1_1.pdf.
- Schiebel, Christoph (2019): Rechtsextremismus im neuen Bundestag – Routine oder Randerscheinung? Eine Inhaltsanalyse der Redebeiträge der Fraktionsmitglieder der Alternative für Deutschland (AfD) zu Zeiten der Regierungsbildung. In: Jesse, Eckhard/Mannewitz, Tom/Panreck, Isabelle-Christine (Hrsg.): Populismus und Demokratie. Interdisziplinäre Perspektiven. Baden-Baden: Nomos, S. 121–137.
- Schorb, Bernd/von Holten, Susanne/Würfel, Maren/Keilhauer, Jan (2007): Modelle & pädagogische Hinweise für themenzentrierte aktive Medienarbeit zum Thema Gentests. Universität Leipzig: Professur für Medienpädagogik und Weiterbildung.

- Schorb, Bernd/Wagner, Ulrike (2013): Medienkompetenz – Befähigung zur souveränen Lebensführung in einer mediatisierten Gesellschaft. In: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.): Medienkompetenzförderung für Kinder und Jugendliche. Eine Bestandsaufnahme. Berlin, S. 18–23.
- Schorb, Bernd (2017): Medienkompetenz. In: Schorb, Bernd/Hartung-Griemberg, Anja/Dallmann, Christine (2017): Grundbegriffe Medienpädagogik. München: kopaed, S. 254–261.
- Schröder, Michael (2021): Medienkompetenz als Schlüssel für Demokratiekompetenz. In: Hubacher, Manuel S./Waldis, Monika (Hrsg.): Politische Bildung für die digitale Öffentlichkeit. Wiesbaden: Springer VS, S. 89–106. link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-33255-6_5.
- Schwertberger, Ulrike/Rieger, Diana (2021): Hass und seine vielen Gesichter: Eine sozial- und kommunikationswissenschaftliche Einordnung von Hate Speech. In: Wachs, Sebastian/Koch-Priewe, Barbara/Zick, Andreas (Hrsg.): Hass und seine vielen Gesichter: Eine sozial- und kommunikationswissenschaftliche Einordnung von Hate Speech. Wiesbaden: Springer VS, S. 53–77. link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-31793-5
- Tajfel, Henri/Billig, Michael/Bundy, Robert P./Flament, Claude (1971): Social categorization and intergroup behavior. In: *European Journal of Social Psychology* 1, 1971, pp. 149–178.
- Thimm, Caja (2022): Diskussionsfelder der Medienpädagogik: Hate Speech, Fake News, Filter Bubbles & demokratische Öffentlichkeit. In: Sander, Uwe/ Gross, Friederike von/ Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): *Handbuch Medienpädagogik*. Wiesbaden: Springer VS, S. 703–709. link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-23578-9_84.
- Wodak, Ruth (2016): *Politik mit der Angst. Zur Wirkung rechtspopulistischer Diskurse*, Wien: Edition Konturen.

Informationen zu den Autor*innen



Sina Marie Nietz ist Dozentin beim Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben. Außerdem promoviert und lehrt sie an der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg im Bereich Politikwissenschaft mit den Arbeitsschwerpunkten Rechtspopulismus und Verschwörungsmysmen.

sina.nietz@lehrb.ph-ludwigsburg.de

Dr. Ragnar Müller lehrt Politikwissenschaft an der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg und ist Vorstand von Pharos e.V. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Europäische Union, Rechtspopulismus, Nachhaltigkeit und Netzpolitik.



ragnar.mueller@ph-ludwigsburg.de

Zitationshinweis:

Nietz, Sina Marie/Müller, Ragnar (2023): Medienpädagogik als Prävention gegen rechts-populistische Rhetorik. In: *Ludwigsburger Beiträge zur Medienpädagogik – LBzM*, 23/2023. S. 1–12. doi.org/10.21240/lbzm/23/16.