



universität
wien

MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

Das journalistische Potenzial von politischen Internet-Memes

verfasst von /submitted by

Helene Neuwirth, Bakk.phil.

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2019 / Vienna 2019

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
Degree programme code as it appears on
The student record sheet:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt:
Degree programme as it appears on
The student record sheet:

Magisterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof. Folker Hanusch, PhD

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe.

Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, 12.03.2019

Helene Neuwirth, Bakk. phil.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	7
2	Journalismus – Ein Definitionsversuch	9
3	Journalismus im Spannungsfeld von Medienfragmentierung und Aufmerksamkeitswettbewerb	13
3.1	Ich seh, ich seh, nur was ICH will – Selektionsprozesse und der Uses- and Gratifications Approach	15
3.2	„Ich kann auch anders“ – Neue Strategien im Journalismus	19
3.2.1	Vereinfachung durch visuellen Journalismus	20
3.2.2	Vereinfachung durch Infotainment	23
4	(A)soziale Medien für den Journalismus?	27
5	Neue Formen, neue Chancen – Das journalistische Potenzial von Internetmemes	31
5.1	What is a Meme? – Ein Definitionsversuch	31
5.2	Exkurs: Haha, Meme! – Die Entwicklung aus dem Internethumor	34
5.3	Memegenres – Ein Phänomen, viele Formen	35
5.4	Der wissenschaftliche Forschungsstand	38
5.4.1	Allgemeine Studien zur Meme-Forschung	38
5.4.2	Memes aus einem kulturellen Blickwinkel	39
5.4.3	Die Erfolgs- und Verbreitungsfaktoren von Memes	40
5.4.4	Internetmemes unter der Lupe: Inhaltliche Forschung und formale Aspekte	44
5.4.5	Memes sind Macht: Untersuchungen zu politischen Internetmemes	46
5.4.6	Forschungslücken: Alles schön und gut, aber was fehlt?	52
6	Methodendesign	53
6.1	Erkenntnisinteresse und Forschungsfragen	53
6.2	Beschreibung der Fokus-Gruppendiskussion	54
6.2.1	Die Vor- und Nachteile der Methode	56

6.3	Das Sampling.....	58
6.4	Beschreibung des Untersuchungsmaterials	61
6.5	Studienaufbau und -durchführung	65
6.5.1	Der PreTest.....	65
6.5.2	Die Rahmenbedingungen der Studie	66
6.5.3	Das Design der Fokusgruppen-Diskussion	67
6.6	Beschreibung der Vorgehensweise.....	70
6.6.1	Vorgehensweise bei der Transkription.....	70
6.6.2	Vorgehensweise bei der Auswertung	71
7	Auswertung und Interpretation der Gruppendiskussionen.....	74
7.1	Auswertung Gruppe 1.....	75
7.1.1	Transkription: Der allgemeine Meme-Stimulus.....	75
7.1.1.1	Formulierende Interpretation: Der allgemeine Meme-Stimulus.....	79
7.1.1.2	Reflektierende Interpretation: Der allgemeine Meme-Stimulus.....	84
7.1.2	Transkription: Die politischen Memes	95
7.1.2.1	Formulierende Interpretation: Die politischen Memes	99
7.1.2.2	Reflektierende Interpretation: Die politischen Memes	104
7.1.3	Transkription: Assoziationsaufgabe „Journalismus“	116
7.1.3.1	Formulierende Interpretation: Assoziationsaufgabe „Journalismus“	118
7.1.3.2	Reflektierende Interpretation: Assoziationsaufgabe „Journalismus“	120
7.1.4	DISKURSBESCHREIBUNG Gruppe 1	124
7.2	Auswertung Gruppe 2.....	135
7.2.1	Transkription: Der allgemeine Meme-Stimulus.....	135
7.2.1.1	Formulierende Interpretation: Der allgemeine Meme-Stimulus.....	138
7.2.1.2	Reflektierende Interpretation: Der allgemeine Meme-Stimulus.....	140
7.2.2	Transkription: Die politischen Memes	146

7.2.2.1	Formulierende Interpretation: Die politischen Memes	148
7.2.2.2	Reflektierende Interpretation: Die politischen Memes	151
7.2.3	Transkription: Assoziationsaufgabe „Journalismus“	157
7.2.3.1	Formulierende Interpretation: Assoziationsaufgabe „Journalismus“	160
7.2.3.2	Reflektierende Interpretation: Assoziationsaufgabe „Journalismus“	162
7.2.4	DISKURSBESCHREIBUNG Gruppe 2	169
7.3	Auswertung Gruppe 3.....	180
7.3.1	Transkription: Der allgemeine Meme-Stimulus.....	181
7.3.1.1	Formulierende Interpretation: Der allgemeine Meme-Stimulus.....	183
7.3.1.2	Reflektierende Interpretation: Der allgemeine Meme-Stimulus.....	185
7.3.2	Transkription: Die politischen Memes	192
7.3.2.1	Formulierende Interpretation: Die politischen Memes	194
7.3.2.2	Reflektierende Interpretation: Die politischen Memes	197
7.3.3	Transkription: Assoziationsaufgabe „Journalismus“	206
7.3.3.1	Formulierende Interpretation: Assoziationsaufgabe „Journalismus“	208
7.3.3.2	Reflektierende Interpretation: Assoziationsaufgabe „Journalismus“	209
7.3.4	DISKURSBESCHREIBUNG Gruppe 3	214
8	Typenbildung und Ergebnispräsentation.....	224
8.1	Von Wahrnehmung bis Ablehnung – Unterschiedliche Typisierungen im Kontext Memes und Journalismus	224
8.1.1	Die „aktiv Wahrnehmenden“ von Memes als Journalismus	224
8.1.2	Die „sich differenzierenden Kritiker“ von Memes als Journalismus	226
8.1.2	Die „indirekt Wahrnehmenden“ von Memes als Journalismus.....	227
8.2	„Die unterhaltungssuchenden Meme-Kommunikatoren“	229
8.3	„Die überwiegend verständnislosen Humorresistenten“	231
8.4	„Die kritisierenden und sich abgrenzenden Adoleszenten“	234

8.4.1 Die Kritisierenden	234
8.4.2 Die sich abgrenzenden Adoleszenten.....	235
8.5 „Die interessensabhängig grundsätzlichen Rechercheverweigerer“	236
9 Fazit und Ausblick	238
Literaturverzeichnis.....	250
Monografien	250
Sammelbände	254
Fachzeitschriften	256
Internetquellen.....	262
Abbildungsverzeichnis	264
 Anhang A – Überblick der Nachrichtenereignisse der Woche vom 11.02.19-16.02.19.....	265
Anhang B - Übersicht der ausgewählten Memes pro Gruppe.....	269
Anhang C – Begriffsinventar zur Diskursorganisation nach Przyborski (2004).....	274
Abstract	277

1 Einleitung

Seit Jahren fürchtet die Wissenschaft das Ende des klassischen Journalismus durch das Internet (Altmeppen, 2000). Zukunftsvisionen reichen vom Niedergang, bis zur Renaissance (Quittner, 1996). Vor allem die Mediennutzung hat seit dem Aufkommen des Internets einen fundamentalen Wandel erfahren. Der klassische, einseitige Konsum von vorstrukturierten Medieninhalten wird immer mehr durch Formen der interaktiven, partizipativen und selbst bestimmten Mediennutzung ersetzt. Und das mit weitreichenden Herausforderungen für die Medienbranche (Picot & Freyberg, 2010).

Besonders für Jugendliche verliert der Konsum von klassischen Medien – selbst dem Fernsehen - immer mehr an Bedeutung (Feierabend, Plankenhorn & Rathgeb, 2017; Calmbach, Borgstedt, Borchard, Thomas & Flaig, 2016). Das Fernsehen wird von 45% der Jugendlichen täglich genutzt, 55% hören jeden Tag Radio und nur 11% lesen die gedruckten Tageszeitungen (Feierabend, Plankenhorn & Rathgeb, 2017, S. 13). PC und Smartphone werden unterdessen für sie im Alltag unverzichtbar und entsprechend vielseitig genutzt (Calmbach, Borgstedt, Borchard, Thomas & Flaig, 2016, S. 172ff.).

Demnach muss auch der Journalismus neue Wege finden, um Jugendliche zu erreichen. Das Internet, mit den Sozialen Medien, bietet dem Journalismus dabei eine gute Chance sich neu zu definieren (Meckel, Fieseler & Grubenmann, 2012). Konkret soll in der vorliegenden Arbeit das neue und für Jugendliche äußerst beliebte Phänomen der Internet-Memes als potenzielle Form von Journalismus betrachtet werden. Memes dienen zwar in erster Linie der Unterhaltung, es zeigen sich aber auch immer häufiger Formen von politisch motivierten Memes. Ob diese das Potenzial zur Informationsvermittlung haben, bzw. ob Jugendliche diese überhaupt als Form von Journalismus wahrnehmen soll in dieser Studie untersucht werden.

Aufbau der Arbeit

Der erste Teil der wissenschaftlichen Arbeit widmet sich der Erarbeitung des Begriffs Journalismus in seinem aktuellen Bedeutungskontext. Dazu wird in einem ersten Schritt ein Definitionsversuch unternommen. Anschließend werden die Herausforderungen thematisiert, denen Journalismus in der heutigen Zeit gegenübersteht, bzw. auch mit welchen Strategien er diesen entgegnet.

Im nächsten Schritt wird die Bedeutung Sozialer Medien als neue Erscheinungsform, bzw. als Gegenspieler von Journalismus diskutiert. Dieses Kapitel bildet gleichzeitig die Überleitung zum Gegenstand der Untersuchung: von Internetmemes.

In den folgenden Kapiteln wird dabei einerseits ein Definitionsversuch des sehr breitgefächerten Begriffs „Meme“ unternommen, andererseits werden auch die Ursprünge bzw. geläufige Genrebezeichnungen von Internetmemes skizziert. Das Kernstück des theoretischen Teils bildet der wissenschaftliche Forschungsstand. Davon abgeleitet werden bisherige Forschungstraditionen aufgezeigt und vorhandene Forschungslücken eruiert.

Im empirischen Teil der Arbeit werden zunächst das Erkenntnisinteresse und die daraus abgeleiteten Forschungsfragen aufgezeigt. Im Anschluss wird die Methode der Fokus-Gruppendiskussion, sowie deren Umsetzung im Rahmen der Studie beschrieben. Den Abschluss dieses Kapitels bildet die Beschreibung der Vorgehensweise bei der Transkription und der Auswertung der durchgeführten Diskussionen.

Das Kernstück der empirischen Studie bildet die Auswertung und Interpretation der Gruppendiskussionen nach Ralf Bohnsack. Als Ergebnis dieser Analyse erfolgt anschließend in Bezug auf die durchgeführten Diskussionen eine Typenbildung. Den Abschluss der Arbeit bilden die Zusammenfassung der gewonnenen Erkenntnisse und das Fazit.

2 Journalismus – Ein Definitionsversuch

"Um auch nur ansatzweise zu erkennen, wie schnell sich die Welt um uns herum entwickelt und verändert, sollte man ein Gespräch mit 12 bis 14-jährigen Schülern suchen [...] Diese heranwachsende Generation versteht nicht, warum man um 20.15 Uhr einen Film im Fernsehen schauen sollte, wenn man den Film doch auch um 19.17 Uhr im Internet abrufen kann, sie versteht nicht, warum das Tauschen von Musik illegal sein sollte und sie versteht nicht den Mehrwert von gedrucktem Papier mit den Nachrichten von gestern."

Heiko Hebig, Head of Digital Media bei Hubert Burda Media

Um den Wandel verstehen zu können, dem Journalismus ausgesetzt ist und die damit zusammenhängenden Probleme, vor denen er steht, ist es zunächst notwendig zu begreifen, wodurch sich Journalismus auszeichnet. Daher soll an dieser Stelle zunächst der Begriff „Journalismus“ definiert, beziehungsweise seine Erkennungsmerkmale hervorgehoben werden.

Der Begriff Journalismus leitet sich vom französischen Wort „jour“ für Tag ab und wurde erstmals im Zuge der Französischen Revolution als Zeichen des Rechts der freien Meinungsäußerung verwendet. Doch eine richtige, „wahre“ Definition von Journalismus gestaltet sich als schwierig, da jede wissenschaftliche Beschäftigung diesen aus einem anderen Blickwinkel betrachtet und dementsprechend beschreibt (Neuberger & Kapern, 2013, S. 26). Dennoch sollen an dieser Stelle einige Definitionen zusammengetragen werden, um wesentliche Merkmale von Journalismus herauszuarbeiten. Dabei fällt auf, dass die meisten AutorInnen Journalismus über dessen Funktionen zu beschreiben versuchen:

Blöbaum (1994) beschreibt Journalismus einerseits als Berufs- und Tätigkeitsfeld und andererseits als „ein System der modernen Gesellschaft mit der Funktion, aktuell Informationen zur öffentlichen Kommunikation zu selektieren und zu vermitteln“. Dadurch trägt Journalismus zur Synchronisation der Weltgesellschaft bei und ermöglicht damit Systemen in ihrer Umwelt

(z. B. Politik, Wirtschaft, Sport, Kunst), sich selbst im Spiegel journalistischer Leistungen zu beobachten und auf Umweltveränderungen zu reagieren (Blöbaum, 1994, S.141).

Neuberger und Kapern (2013, S. 29) verstehen Journalismus als ein „gesellschaftliches Teilsystem mit der Funktion der Selbstbeobachtung der Gesellschaft“, welches Öffentlichkeit herstellt, indem Themen aktuell und universell ausgewählt werden und über diese objektiv berichtet wird. Dabei sei Autonomie eine notwendige Voraussetzung für die Erfüllung dieser Funktion.

Für Löffelholz & Rothenberger (2016, S. 17) besteht die Rolle des Journalismus nicht nur in der Aufklärung, sondern auch darin, die Gesellschaft im Rahmen spezieller Organisationen (Medien, Redaktionen), bestimmter Handlungsprogramme (Recherche, Selektion, Darstellungsformen) und journalistischer Rollendifferenzierung zu beobachten. Dabei werden auf der Basis von Realitäts- bzw. Faktizitätstests Themen ausgewählt, bearbeitet und publiziert, die als informativ und relevant gelten.

Laut Meier (2013) „recherchiert, selektiert und präsentiert“ Journalismus neue und relevante Themen. Er dient als Beobachter der Gesellschaft und stellt Öffentlichkeit her, indem er seine Beobachtungen über periodische Medien an ein Massenpublikum zur Verfügung stellt. Dadurch konstruiert er eine gemeinsame Wirklichkeit, die wiederum Orientierung für die RezipientInnen in einer komplexen Welt schafft (Meier, 2013, S.14).

Auch Rühl (1980) unterstreicht die gesellschaftliche Funktion von Journalismus. Um diese Funktion erfüllen zu können, benötigt Journalismus die Verrichtung von Aufgaben und das Erbringen von Leistungen durch Journalistinnen und Journalisten. Die elementare Funktion des Journalismus ist es „Themen zur öffentlichen Kommunikation herzustellen und bereitzustellen“ (Rühl, 1980, S. 329). Diese Themen folgen den Prinzipien der Aktualisierung und Selektion, um in den Blickpunkt des öffentlichen Interesses zu gelangen (Disselhoff, 2009, S. 75).

Zusammengefasst finden sich bestimmte Merkmale von Journalismus immer wieder in den unterschiedlichen Definitionen. Diese sollen hier nochmals aufgezeigt werden: Journalismus...

- ...**recherchiert, selektiert und präsentiert**
- ...**aktuelle, informative, relevante** und...
- ...**universell** ausgewählte Informationen...
- ...über die er **objektiv** berichtet.
- Dadurch stellt er **Öffentlichkeit** her...
- ...und ermöglicht die **Selbstbeobachtung** der Gesellschaft...
- ...und eine **Orientierung** in einer komplexen Welt.
- Dabei ist **Autonomie** eine notwendige Voraussetzung.

Doch neben der Autonomie sind auch andere Qualitätskriterien notwendig, damit Journalismus seine Funktion erfüllen kann (Neuberger & Kapern, 2013, S. 28). Eine Art „Katalog“ von Kriterien für Qualität im Journalismus verfasste u.a. Arnold (2008). Seine Ausführungen sollen im Folgenden in verkürzter Form dargestellt werden, da Qualitätskriterien auch einen Teil der Definition von Journalismus darstellen.

In seinen Ausführungen unterscheidet Arnold bei den Qualitätsanforderungen an Journalismus die funktional-systemorientierte Ebene, die normativ-demokratieorientierte Ebene sowie die publikumsbezogene-handlungsorientierte Ebene (Arnold, 2008, S. 488).

Die funktional-systemorientierte Ebene orientiert sich an den Funktionen und Leitcodes des Journalismus. Auf ihr liegt für diese Arbeit das Hauptaugenmerk. Ihr erstes Qualitätskriterium ist die **Vielfalt**. Also die „vielfältige“ Darstellung von Meinungen, indem auch nicht-elitäre Personen in den Darstellungen zu Wort kommen. Dadurch kann Journalismus einen hohen Inklusionsgrad der Bevölkerung aufweisen (Arnold, 2008, S. 494).

Wichtig für die Beurteilung der Medienqualität ist nach Arnold die **Aktualität** der Information und der Neuigkeitswert derselben. Weiters sieht er in der **Relevanz** der Information ein wichtiges Qualitätskriterium. Diese setzt vernünftige Selektionsentscheidungen der JournalistInnen voraus (ebd.).

Die **Glaubwürdigkeit** der gebotenen Information entsteht nach Arnold durch die plausible Verknüpfung von Fakten und Meinungen bzw. durch die Wiedergabe tatsächlich geäußerter Meinungen. Diese Glaubwürdigkeit entsteht nur dadurch, dass das Medium **unabhängig** ist, also sich vor allem an den Bedürfnissen des Publikums und nicht an politischen oder ökonomischen Handlungslogiken orientiert. Damit Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit ermöglicht werden, ist ein weiteres wichtiges Kriterium erforderlich: die **Recherche**. Arnold weist darauf hin, dass durch die Recherche eine Selbstbeobachtung erreicht würde, die über die Interessen der Leistungsakteure hinausgehen würde und auf die Interessen der Konsumenten bezogen wäre (Arnold, 2008, S. 495).

Um die Medien auch für alle zugänglich zu machen, benötigt es **verständlich**, übersichtlich und anschaulich präsentierte Informationen. Das gelingt durch den entsprechenden Einsatz von Sprache, Optik und Ton (Arnold, 2008, S. 495).

Wie bereits erwähnt, führt Arnold auch noch die normativ-demokratieorientierte Ebene, sowie die publikumsbezogene-handlungsorientierte Ebene an.¹ Erstere orientiert sich an den fundamentalen Werten einer demokratisch pluralistischen Gesellschaft. Dazu muss Journalismus den Anspruch der „**Objektivität**“ erfüllen, die sich aus den Funktionen Wahrheit, Relevanz und Unparteilichkeit (d.h. Ausgewogenheit und Neutralität, also die Trennung von Nachricht und Meinung) zusammensetzt. Außerdem soll er zur **öffentlichen Meinungs- und Willensbildung beitragen**. Zu guter Letzt nennt Arnold auch noch die „**Achtung der**

¹ Eine kurze Zusammenfassung ihrer wichtigsten Eckpunkte soll der Vollständigkeit halber hier angeführt werden, nähere Ausführungen finden sich bei Arnold (2008).

Persönlichkeit“ als wesentliches Merkmal (Arnold, 2008, S. 496ff.). Die publikumsbezogene-handlungsorientierte Ebene nimmt den Publikumsnutzen ins Visier. Ein moderner Begriff für die hier gesuchten Qualitätskriterien wäre „Public Value“. Hier nennt Arnold zum einen die **Anwendbarkeit** in der Lebenswelt. Journalismus muss einerseits die Probleme aufzeigen und andererseits als Lösungsfinder fungieren. Zum anderen führt er das Kriterium der **Unterhaltsamkeit** an (Arnold, 2008, S. 499ff.).

Ob und welche der oben genannten Funktionen von „klassischem“ Journalismus sich auch bei Internetmemes finden lassen, ist Gegenstand dieser Untersuchung, die im empirischen Teil abgehandelt wird. Zunächst ist aber zu klären, wieso es überhaupt notwendig ist Memes als potenzielle Form von Journalismus zu untersuchen. Das nächste Kapitel soll einen solchen Erklärungsversuch darstellen, indem es den Wandel von Journalismus skizziert und schließlich zu den damit verbundenen Problemen hinleitet, denen sich Journalismus heutzutage stellen muss.

3 Journalismus im Spannungsfeld von Medienfragmentierung und Aufmerksamkeitswettbewerb

Das Problem mit dem sich moderner Journalismus heutzutage auseinandersetzen muss, ist das *Über-Angebot*. Millionenfach und in Sekundenschnelle werden heute Nachrichten verbreitet. Auch die „Halbwertszeit“ von Informationen ist so kurz, wie nie zuvor. Von einem Augenblick auf den anderen ist eine Nachricht nicht mehr neu (Prase, 2016, S. 153). Während Journalismus und die Medien, die diesen verbreiten, früher eine Art Monopolstellung innehatten, steht der Journalismus heute mit dem steigenden Angebot und neuen Konkurrenten vor einem riesen Problem: Dem Kampf um die Aufmerksamkeit der RezipientInnen.

Allein die Auswahl an klassischen Medienträgern von Journalismus ist heutzutage für die RezipientInnen unüberschaubar. Es gibt in Österreich um die 130 Tages- und Wochenzeitungen, sowie Magazine (VÖZ, 2016). Außerdem 4 öffentlich-rechtliche Radiosender, sowie 65 Privatradiosender bzw. freie Radios („RTR Hörfunkveranstalter“, 2018). Und schließlich 6 Vollprogramm-Fernsehsender und rund 130 private Fernsehveranstalter (RTR, 2011).

Mit jeder neuen technischen Entwicklung und jeder Entstehung eines neuen Massenmediums nahm auch die Fülle an Wahlmöglichkeiten für die RezipientInnen zu. Diese stieg schließlich mit der Erfindung des Internets quasi ins Unendliche.

Sawetz (2016) spricht in diesem Zusammenhang auch von einer „Medienfragmentierung“ in zwei Dimensionen. Einerseits fragmentieren sich die Mediengattungen: Neben den klassischen Massenmedien, wie Zeitung, Radio und Fernsehen, gibt es -vor allem durch das Internet- neue Formen der Informationsvermittlung, etwa per Mail, online oder auch über Social Media (Sawetz, 2016, S. 14). Ob diese als direkte Konkurrenten zum „klassischen“ Journalismus auftreten oder diesen wieder bestärken können wird im Kapitel „(A)soziale Medien für den Journalismus?“ näher behandelt. Andererseits findet eine Fragmentierung innerhalb der Gattungen statt: Es gibt immer mehr TV-Sender, Zeitungen und Zeitschriften, Radiosender, aber auch Internetseiten (Sawetz, 2016, S. 14).

Die zur Verfügung stehende Zeit an Aufmerksamkeit der RezipientInnen bleibt unterdessen immer gleich. Außerdem sind Menschen auch biologisch gesehen nicht dazu in der Lage diese Datenmengen zu verarbeiten, da das Gehirn in seiner Grobstruktur dasselbe geblieben ist, wie bereits vor 30.000 Jahren. Daher mussten die RezipientInnen neue Reaktionsweisen entwickeln, um mit diesen Veränderungen umzugehen: Das ist zum einen eine starke Vereinfachung der Inhalte durch Stereotypisierung und Kategorisierung für eine schnellere Wahrnehmung und andererseits ein Relevanz-Check (ebd.).

Diese Verhaltensweisen bringen allerdings auch den Journalismus in eine Bredouille, denn er muss sich nicht nur im Aufmerksamkeitswettbewerb mit den anderen medialen Angeboten beweisen, sondern auch Informationen so einfach darstellen, dass die RezipientInnen in der Lage sind diese auch zu verarbeiten. Gleichzeitig legen RezipientInnen immer stärkere Selektionsprozesse an den Tag, um sich vor dem „Information-Overload“ (Sawetz, 2016, S. 14) zu schützen. Dieses Spannungsverhältnis soll in den nächsten zwei Kapiteln („Ich seh, ich seh, nur was ICH will – Selektionsprozesse und der Uses- and Gratifications Approach“ und „Ich kann auch anders“ – Neue Strategien im Journalismus“) näher ausgeführt werden.

3.1 Ich seh, ich seh, nur was ICH will – Selektionsprozesse und der Uses- and Gratifications Approach

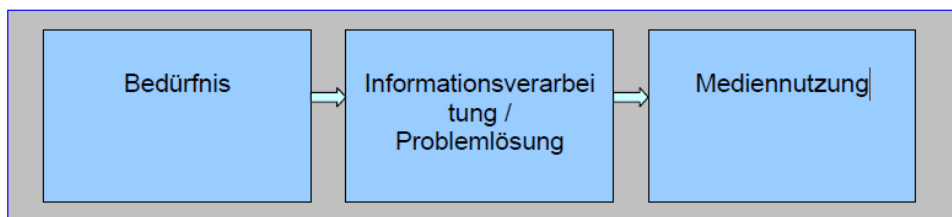
Wie bereits ausgeführt nutzen RezipientInnen gelernte Reaktionsweisen, um mit dem Überangebot an Informationen umgehen zu können. Eine dieser Reaktionsweisen ist ein Relevanz-Check, der eine Art Selektionsprozess darstellt. In den Kommunikationswissenschaften beschreibt das Modell des „Uses- and Gratifikation Approachs“ (UGA) die Verhaltensweise eines aktiven Rezipienten, der sich bewusst, aus bestimmten erhofften Gratifikationen heraus, an ein bestimmtes Medienangebot wendet. Er entscheidet also selbst, welchen Inhalten und *Medien* er seine Aufmerksamkeit schenkt und bringt den Journalismus dadurch unter Konkurrenzdruck. Die Auswahl der RezipientInnen und ihre Motivationen für diese Wahl spielen also auch für den modernen Journalismus eine wichtige Rolle. Daher soll das Modell des UGA näher ausgeführt werden.

Der ***Uses- and Gratifications Approach*** geht von der Annahme aus, dass die MedienkonsumentInnen aktiv und selektiv die Medien, bzw. deren Inhalte nutzen (Bonfadelli, 2004; Burkart, 2002; Katz, Blumler & Gurevitch, 1974). Sie tun dies bewusst, um ihre Bedürfnisse zu befriedigen. Sie erwarten sich dadurch eine Art „Belohnung“ (Gratifikation).

Dabei sind diese Gratifikationen inhaltsunabhängig, das heißt, dass zwei Rezipierende unterschiedliche Gratifikationen aus dem Konsum desselben Medieninhalts ziehen können (Burkart, 2002, S. 222). Beispielsweise das Stillen von Informationsbedürfnissen oder humorvolle Unterhaltung.

Unterschiedliche Bedürfnisse rufen also auch unterschiedliche Mediennutzungsmotive hervor und damit kommt es auch zu unterschiedlichen Mustern der Mediennutzung (Huber & Meyen, 2006, S. 18). Ebenfalls wichtig festzuhalten ist, dass den RezipientInnen bei ihrer Entscheidung auch nicht-mediale Angebote zur Verfügung stehen. Das heißt, dass die Medien in unmittelbarer Konkurrenz zu anderen Möglichkeiten der Gratifikation stehen. Den NutzerInnen stehen also auch andere Wege zur Befriedigung ihrer Bedürfnisse und Vorstellungen offen (Schenk, 2007).

Abbildung 1: Grundgedanke des „Nutzen- und Belohnungsansatzes“ (Schenk, 2007, S. 62)



Zusammengefasst lassen sich nach Katz, Blumler & Gurevitch (1974) die untenstehenden Grundannahmen des Uses- und Gratifications Approach benennen:

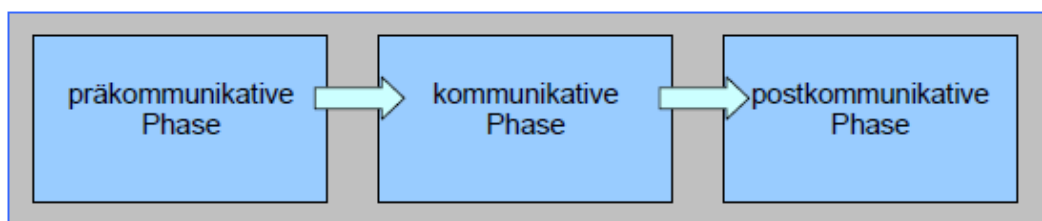
1. Das **Publikum** wendet sich **aktiv und zielstrebig** an die Massenmedien. Es besitzt also Eigeninitiative und tritt in unterschiedlichen Situationen mit bestimmten Erwartungen an die Massenmedien heran.
2. Damit wird der/die RezipientIn zur Schlüsselfigur bei der Frage, ob ein **Kommunikationsprozess stattfindet oder nicht**.
3. Die Bedürfnisbefriedigung kann auch durch **andere (nichtmediale) Quellen** erfolgen. Mit diesen treten die Massenmedien in einen **Konkurrenzkampf**.

4. Die RezipientInnen sind dazu fähig, ihre **Interessen und Motive**, mit denen sie sich an die Massenmedien wenden, zu **kommunizieren**.

Besonders dem **aktiven Publikum**, kommt im Uses- and Gratifications Approach eine große Bedeutung zu. Denn wie schon erwähnt, kann ein und derselbe Inhalt für verschiedene Menschen zu unterschiedlichen Gratifikationen führen. Es hängt also davon ab, welchen Inhalt das aktive Publikum aus dem Medienkonsum zieht. Im Folgenden soll daher kurz das Modell vom **aktiven Publikum** erläutert werden:

Bonfadelli (2004) differenziert den Kommunikationsprozess in drei kommunikative Phasen. Diese sind in Abbildung 2 dargestellt:

Abbildung 2: Phasen der Publikumsaktivität (Bonfadelli, 2004, S. 173)



In der „präkommunikativen Phase“ findet ein Selektionsprozess durch die Rezipierenden statt. Sie wählen eine Informationsquelle aus und wenden sich dem Kommunikator zu. Dadurch erreicht ein Thema, dass für die Rezipierenden von Interesse ist, diese von vornherein bereits stärker, als ein Thema, das nicht so sehr der persönlichen Relevanz entspricht.

Phase zwei, die „kommunikative Phase“, beschreibt die Interpretation der gewonnenen Information. Kennzeichnend für diese Phase ist, wie stark die Information auf die Rezipierenden einwirkt, wie verständlich sie für diese ist und wie sie interpretiert wird (Dekodierungsphase).

In der letzten Phase, der „postkommunikativen Phase“, geht es um die längerfristige Wirkung der Information auf die Rezipierenden. Zum Beispiel welcher persönliche Nutzen aus dem vermittelten Medieninhalt gezogen werden kann (Bonfadelli, 2004, S. 173).

Das Modell des aktiven Publikums verdeutlicht noch einmal, dass sich die Rezipierenden aufgrund bestimmter Erwartungen an die Massenmedien wenden. Sie befriedigen (unter anderem) durch die Mediennutzung ihre Bedürfnisse. In der Forschung hat sich ein Kanon von Bedürfnissen² herauskristallisiert, die mit der Medienrezeption befriedigt werden können Bonfadelli, Friemel & Wirth (2010, S. 622f.) fassen diese unter den folgenden Begriffen zusammen (siehe dazu auch: Blumler, 1979; Katz, Blumler & Gurevitch, 1974; McQuail, 2010):

1. **Kognitive Bedürfnisse:** Sie beschreiben den Wunsch der Individuen etwas Neues zu lernen. Nach außen hin geht es darum, sich mit Information, Wissen, Lernen und Verstehen in der Umwelt zu orientieren. Nach innen geht es um Identitätsstiftung und Selbsterfahrung
2. **Affektive Bedürfnisse:** Medienunterhaltung dient dem primären Ziel Langeweile zu vertreiben. Mediennutzung wird zur Ablenkung und Entspannung benutzt.
3. **Sozial-integrative Bedürfnisse:** Die Mediennutzung liefert Gesprächsthemen und ermöglicht so die Anschlusskommunikation mit Gleichaltrigen.
4. **Integrativ-habituelle Bedürfnisse:** Handlungen die zur Gewohnheit gehören und Stabilität, Vertrauen und Glaubwürdigkeit stiften.

McQuail (2010) geht weiters genauer auf die Ebene „sozial-integrative Bedürfnisse“ ein, indem er konkreter auf die persönliche Identität eingeht. So spielen beispielsweise die Bestärkung der persönlichen Werte, die Suche nach Verhaltensmodellen, oder die Identifikation mit anderen eine zentrale Rolle als Bedürfnisdimension.

RezipientInnen suchen also *aktiv*, aufgrund von erwarteten Gratifikationen, aus, welche Inhalte und auch welche Medien sie konsumieren wollen. Damit entscheiden sie gleichzeitig, welchen

² Die Bedürfnisse werden zwar von den angeführten Autoren immer unterschiedlich bezeichnet, ihre Beschreibungen lassen sich aber immer in die untenstehenden Bedürfniskategorien implizieren.

Medien(-Inhalten) sie ihre Aufmerksamkeit zur Verfügung stellen und welchen nicht. Bevor im nächsten Kapitel beschrieben wird, wie die Medien auf den Selektionsdruck seitens der RezipientInnen reagiert haben, wird daher zunächst das Dilemma um die Aufmerksamkeit aus Sicht der Medien dargestellt.

3.2 „Ich kann auch anders“ – Neue Strategien im Journalismus

In seiner Theorie „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ beschreibt Georg Franck das Problem, das in einer Informationsgesellschaft mit der überwältigenden Flut an Informationen bei gleichbleibender Kapazität zur Verarbeitung entsteht: Ein Aufmerksamkeitswettbewerb (Franck, 2014).

Um Informationen *verstehen* zu können, ist eine Aufwendung von Ressourcen, nämlich Zeit und Energie, notwendig. Diese Zeit und Energie sind nicht vermehrbar. Sie können lediglich mehr oder weniger effektiv verwendet werden. Sie werden aber zwangsläufig umso knapper, je höher die Flut der Information, die uns reizt oder zugemutet wird, steigt (Franck, 2014, S. 194). Der Konsum von Informationen ist also einem Rationalisierungsprozess unterworfen: RezipientInnen selektieren bewusst, welchen Medienangeboten sie die zur Verfügung stehende Aufmerksamkeit zukommen lassen (Franck, 2014, S. 199).

Dadurch entsteht ein Wettbewerb zwischen unterschiedlichen Medien- (und anderen) Angeboten um die Aufmerksamkeit des Publikums. Dabei kommt es in einem ersten Schritt seitens der Medien vor allem zu einer „*Attraktionsökonomie*“. Die Medien bieten Information, um an die Aufmerksamkeit des Publikums zu kommen. Als „Zahlungsmittel“ erwarten sie sich deren Beachtung. Aufmerksamkeit wird zur neuen „Währung“ mit der das Publikum die Ware „Information“ bezahlt und Medien ihre Attraktivität messen können (Franck, 2014, S. 198). Damit Medien dieses Einkommen erhalten, müssen sie sich im Umkehrschluss aber auch attraktiv machen. Sie müssen also herausbekommen, was das Publikum lesen, hören, sehen will

(Franck, 2014, S. 198f.). Und nicht nur das: Das Angebot darf nicht nur interessant sein, es muss auch leicht zu verarbeiten, zu *verstehen* sein, um die Aufnahmekapazitäten der RezipientInnen nicht zu übersteigen.

Mit dem im vorigen Kapitel beschriebenen Modell der Publikumsaktivität von Bonfadelli (2004) wird ein wichtiger Punkt der Entscheidungsfindung des Publikums thematisiert: Die Notwendigkeit von *verständlicher* Information. Zusammenfassend sei noch einmal auf die angelernten Verhaltensmuster der RezipientInnen hingewiesen. Einem davon, nämlich dem der Vereinfachung der Inhalte durch Stereotypisierung und Kategorisierung haben die Medien eine Strategie entgegengesetzt: Die der *Visualisierung und Infotainment*.

3.2.1 Vereinfachung durch visuellen Journalismus

Visualisierung meint die visuelle Darstellung von Information. Dies ist in der heutigen Zeit besonders wichtig, da der Großteil unseres Lebens mittlerweile auf Bildschirmen stattfindet, wie auch der Mirzoeff feststellt: „*Modern life takes place onscreen*“ (Mirzoeff, 2009, S. 1). Dieses Zitat verdeutlicht die aktuell stattfindende Durchdringung des Visuellen unserer Lebensräume (Fahmy, Bock & Wanta, 2014; Mirzoeff, 2009). Von den Monitoren in Bahnhöfen und Überwachungskameras in Einkaufszentren, bis hin zu den Bildschirmen in der Arbeit oder dem Handydisplay eines jeden einzelnen, nimmt das Visuelle eine immer stärkere Rolle in unserem Alltag ein. Mirzoeff (2009) spricht bei dieser Entwicklung hin zu einer Gesellschaft, die Informationen, Meinungen oder Vergnügen mithilfe von visuellen Technologien aufsucht, von einer sogenannten „Visual Culture“ (Mirzoeff, 2009, S. 3).

Menschen haben zwar schon seit jeher ihre Augen benutzt, um sich zurechtzufinden und daher – so gesehen – schon immer in einer visuellen Welt gelebt (Fahmy, Bock & Wanta, 2014), aber jetzt, im Zeitalter der Technologisierung, werden diese visuellen Informationen (vor allem beim Fernsehen und Online) noch häufiger verwendet, um zu überzeugen, unterhalten, oder auch um

uns etwas beizubringen (Fahmy, Bock & Wanta, 2014; Fiedler, 2008; Haller, 2008). Denn Bilder unterstützen den verbalen Vermittlungsprozess, u.a. weil sie eine Bedeutung transportieren, die ein Text nur mithilfe vieler Worte interpretativ beschreiben könnte. Dadurch können sie eine große Informationsmenge leichter erfassbar machen.

Daher gibt es auch von Seiten hauptsächlich textbasierter Medien, wie der Zeitung, immer häufiger Bestrebungen zu visualisieren und Inhalte so leichter verständlich zu machen. Mittlerweile ist es etwa Usus, Nachrichtenthemen auch mit Bildern zu versehen, wofür es sogar den eigenen Beruf des Fotojournalisten gibt. Aber auch davon abgesehen bilden sich im Zeitungsjournalismus neue Formen der visuellen Informationsvermittlung heraus:

Besonders im englischsprachigen Raum lässt sich in einigen „klassischen“ Nachrichtenmedien eine neue Form des Journalismus erkennen: der „Comics Journalism“, der auch neue, eigene Plattformen und Websites, entstehen lässt (Alverson, 2013; Archer, 2011; Archer, 2013a; Archer, 2013b). Aber auch im deutschsprachigen Raum finden sich Beispiele für die Praxis und mediale Beschäftigung mit „Comic Journalismus“ (Bandel, 2010).

Dabei handelt es sich um eine Unterkategorie des Comics, den Scott McCloud (1994) mit folgenden Eigenschaften beschreibt:

“plural in form, used with a singular verb, juxtaposed pictorial and other images in deliberate sequence, intended to convey information and / or to produce an aesthetic response in the viewer” (McCloud, 1994, S. 9)

Comic Journalismus ist demzufolge im Stil von Comics gezeichneter und geschriebener Journalismus, der den Anspruch erhebt seinen LeserInnen einen wahrheitsgemäßen Bericht über ein unbekanntes Ereignis aus der Vergangenheit oder eine Neuigkeit aus der sozialen oder politischen Welt zu präsentieren, sobald diese auftauchen. Es ist also textbasierter Journalismus im Medium des Comics (Koçak, 2017, S. 195).

Auch in wissenschaftlichen Untersuchungen hält der Comic Journalismus allmählich Einzug: So schreibt etwa Wibke Weber im EJO (Europäisches Journalismus-Observatorium)³ über die neue journalistische Praxis des „Comic Journalismus“ (Weber, 2014). Grünewald (2013) und Mickwitz (2016) veröffentlichen jeweils Bücher zum Thema „Dokumentarischer Comic“. Und auch aktuelle Journal-Artikel behandeln das Thema „comics journalism“, etwa den Versuch einer Definition (Koçak, 2017) oder in Bezug auf das Verhältnis von Objektivität und Subjektivität (Weber & Rall, 2017).

Journalismus unternimmt also Bemühungen, sich an der wandelnden Gesellschaft zu orientieren und an ihr anzupassen. Im Fall von Zeitungen bedeutet das, auf die immer visueller werdende Gesellschaft einzugehen und auch die Informationspräsentation vom vorrangig schriftlichen Medium Zeitung verstärkt durch Fotos oder durch ganz neue Formen, wie dem Comics Journalism, zu visualisieren. In diesem Kontext erscheint auch die Annahme, dass sich in Internetmemes das Potenzial als Träger von Journalismus verbirgt, nicht völlig unberechtigt. Zum einen folgt ihre Erscheinungsform vor allem der Logik der Visualisierung von Informationen. Dabei bedienen sich UserInnen bei der Produktion von Internetmemes meist der Fotografie (Shifman, 2014c): Drei der beliebtesten Meme-Genres basieren auf Fotografien: Photoshop-Reaktionen, Stock Character Macros und Fototrends (genauere Definition siehe Kapitel 5.3 „Memegenres – Ein Phänomen, viele Formen“). Zum anderen erscheint die Idee, Memes als Journalismus zu betrachten, durchaus schlüssig, wenn man sich den Wandel des Comics vor Augen führt. Er diene ursprünglich ebenfalls als reine Unterhaltungsform und ist mittlerweile in bestimmten Fällen auch zu einem Nachrichtenmedium avanciert.

Weiters besitzen sowohl Comics, als auch Memes, eine weitere Eigenschaft, die sich der Journalismus heutzutage zu Nutze machen *muss*, um im Kampf um die Aufmerksamkeit der

³ Das EJO beobachtet Trends im Journalismus und in der Medienbranche und vergleicht Journalismus-Kulturen in Europa und den USA. Es will so einen Beitrag zur Qualitätssicherung im Journalismus leisten und dazu beitragen, die Kluft zwischen der Medien-, Kommunikations- und Journalismusforschung und der Medienpraxis zu verringern.

RezipientInnen überleben zu können: Das Element der **Unterhaltung**. Denn auch für das beliebteste (klassische) Massenmedium, das Fernsehen, reichte es nicht lange aus einfach nur ein Träger visueller Informationsvermittlung zu sein. Seine Inhalte mussten auch leichter verständlich, leichter konsumierbar, sein. Einen Weg in diese Richtung wurde mit der Entwicklung des „*Infotainments*“ gefunden.

3.2.2 Vereinfachung durch Infotainment

Infotainment bezeichnet einen Teil des Medienangebotes, bei dem Inhalt und Form der Medienproduktion die RezipientInnen gezielt sowohl informieren, als auch unterhalten sollen. Die strenge Dichotomie der traditionellen Funktionen von Journalismus – nämlich Information und Unterhaltung - wurde damit gebrochen (Merten, Schmidt & Weischenberg, 1994, S. 585). Der Begriff für dieses Medienangebot setzt sich aus den englischen Worten „information“ (Information) und „entertainment“ (Unterhaltung) zusammen (Bentele, Brosius & Jarren, 2013, S. 125). Die Kombination von Merkmalen aus Informations- und Unterhaltungsformaten in Form von Infotainment zeichnen sich dadurch aus, dass eine Personalisierung, Dramatisierung und Visualisierung stattfindet und dabei die Inhalte schnell wechseln (ebd.).

Diese Form der Informationsaufbereitung kommt bereits sehr früh zum Einsatz. Damit wappnet sich das klassische Fernsehen vor allem, um die sogenannte „me“-Generation der MediennutzerInnen anzusprechen, die gewohnt ist, sich durch die Kanäle zu zappen und Nachrichten überwiegend online oder mobil zu konsumieren (Thussu, 2007).

Bereits Ende der 90er-Jahre erkennen die Autoren Scholl & Weischenberg (1998), dass der Journalismus nicht nur in den USA, sondern auch in Europa vermehrt einen großen Aufwand betreiben muss, um beim Kampf um Geld und Zeit der RezipientInnen mit anderen Einrichtungen konkurrieren zu können. Dies führt insbesondere beim Fernsehen dazu, dass die traditionellen Leistungen des Systems, wie Information, Bildung und Unterhaltung, immer

mehr vermischt werden. Mit dem neuen Angebot „Infotainment“ möchte der Journalismus zeigen, dass er es schafft Wissen ohne Anstrengung zu vermitteln (Scholl & Weischenberg, 1998, S. 261f.). Die Autoren nehmen dabei zu dieser Entwicklung eine kritische Position ein.

Auch Schöbi & Mosimann (1996) fürchten, dass die unterhaltenden Elemente auf Kosten der Information gehen. Sie betrachten in ihrer Studie Infotainment aus zwei Blickwinkeln: (1) als journalistische Absicht, Informationen in unterhaltsamer Form zu präsentieren oder (2) Unterhaltung mit informativen Elementen zu verbinden (Schöbi & Mosimann, 1996, S.2). Es gibt also fließende Übergänge zwischen unterhaltender Information und informativer Unterhaltung. Diese sind von der individuellen Perzeption der Medieninhalte abhängig (Mast, 1991, S. 185.). Schöbi & Mosimann (1996) stellen in ihrer Untersuchung dieser fließenden Übergänge fest, dass Unterhaltungssendungen durchaus vom informativen Charakter profitieren, da diese informativen Elemente der Unterhaltungssendung oft erst die Auszeichnung ‚gehaltvoll‘ verleihen. Anders herum ist die Sache hingegen problematisch (Schöbi & Mosimann, 1996, S.4).

Die Tatsache, dass Information offenbar in Form von Infotainment in Unterhaltung eingebettet werden **muss**, um überhaupt noch wahrgenommen zu werden und öffentliche Diskurse anzuregen, ist ein Indiz dafür, dass Informationsangebote nicht mehr selbstverständlich gesucht werden; zumindest nicht solche Informationsangebote, die notwendig für die Herstellung von Öffentlichkeit sind (Scholl & Weischenberg, 1998, S. 271).

Daher ist es nicht verwunderlich, dass selbst „Hard News“⁴, wie Politik, mittlerweile mit Unterhaltung kombiniert werden, um die Verständlichkeit, aber auch das Interesse der RezipientInnen, zu sichern. Politische Satireformate boomen, vor allem in Amerika, und auch die Wissenschaft unternimmt vermehrt Versuche, das Verhältnis zwischen Politik und Humor

⁴ Hölzig & Hasebrink (2016, S. 544) verstehen unter „Hard News“ politische und wirtschaftliche Nachrichtenthemen.

in zahlreichen Studien zu erforschen (Baumgartner, 2013; Becker, 2014; Holbert, Hmielowski, Jain, Lather & Morey, 2011; LaMarre, Landreville, Young & Gilkerson, 2014; Young, 2013).

Die Studien decken dabei ein großes Spektrum an Ansatzpunkten ab: Von der Wirkung des Konsums, der Zuwendungsmotivation, dem Verarbeitungsprozess von Informationen bis hin zu eigenschaftsspezifischen Rezeptionen. Im Fokus der Untersuchungen stehen dabei die Jugendlichen, bzw. junge Erwachsene, weshalb die Studien hier kurz ausgeführt werden sollen:

Baumgartner (2013) beschäftigte sich etwa mit der Frage nach dem so genannten „Spillower-Effect“ bei Jugendlichen. Sie untersuchte also den Effekt, den das Schauen von Kandidaten-zentrierter politischer Comedy auf junge Erwachsene zwischen 18 und 24 Jahren hat. Dabei stellte sie fest, dass das Schauen solcher Online-Cartoons sowohl zur negativen Bewertung der Politiker selbst, als auch zur negativen Bewertung der Nachrichtenmedien, führt. Die Wirkung ging also weit über den eigentlichen Untersuchungsgegenstand hinaus.

Young (2013) widmete sie sich hingegen der Frage, welche Motivationen die Jugendlichen haben, um sich politischen Satireshows, wie „The Daily Show“ und „The Colbert Report“, zuzuwenden, bzw. sie zu vermeiden. Sie stellte fest, dass ein Hauptanreiz für den Konsum solcher Satireformate vor allem der darin enthaltene Humor war. Außerdem wurden Informationen in solchen Formaten als „unvoreingenommene“ Nachrichten betrachtet, die die Möglichkeit bieten sich über Geschehnisse zu informieren und sie zu kontextualisieren. Der häufigste Grund für die Vermeidung solcher Sendungen war hingegen das Desinteresse.

Holbert et al. (2011) und LaMarre et al (2014) untersuchten den Unterschied zwischen juvenialem (bissigem) und horatischem (flachem) Humor. Letztere hatten dabei die unterschiedlichen Verarbeitungsmechanismen bei der Informationsaufnahme zum Thema Gesundheitsreform im Fokus. Die ForscherInnen konnten feststellen, dass horatischer Humor die RezipientInnen eher zur Hinterfragung der präsentierten Argumente anregt, während

juvenialer Humor die kritische Auseinandersetzung des Publikums mit dem Inhalt hemmte. Holbert et al. (2011) widmeten sich hingegen dem Humorverständnis in Abhängigkeit zum politischen Vorwissen. Entsprechend ihrer Hypothese stellten sie fest, dass Personen mit einem höheren politischen Vorwissen den juvenilen (bissigen) Humor - in Abgrenzung zum horatischen (flachen) Humor - bevorzugen. Der umgekehrte Fall ließ sich jedoch in ihrer Untersuchung nicht bestätigen.

Dieser kurze Abriss durch unterschiedliche Humorstudien zeigt, welchen Einfluss Humor beim Konsum von politischen Inhalten –vor allem für Jugendliche – spielt. Offenbar schaffen politische Satireformate das, wonach der Journalismus strebt: Komplizierte Themen durch Unterhaltung zu vereinfachen und damit ein größeres Interesse zu schaffen. Denn, wie die Studie von Young (2013) zeigt, ist der Hauptanreiz für Jugendliche Satireformate zu konsumieren vor allem der darin enthaltene Humor. Gleichzeitig spielt die Art des Humors, sowie das politische Vorwissen auch eine Rolle bei der kritischen Auseinandersetzung des Publikums mit dem Inhalt. Und schließlich wird deutlich, dass solche Formate als „unvoreingenommene“ Nachrichten erachtet werden, ihnen wird also mehr Authentizität zugesprochen.

Diese Erkenntnisse spielen auch im Zusammenhang mit Memes eine beträchtliche Rolle, denn auch sie haben aufgrund ihrer Entstehungsart das Potenzial als authentische Nachrichtenträger zu fungieren (mehr dazu in Kapitel 5). Die vorangegangenen zwei Kapitel haben zwar gezeigt, dass es dem Journalismus durch gewisse Vereinfachungsstrategien, wie Visualisierung oder Unterhaltung, zum Teil gelingt im heutigen „information overload“ zu überleben, doch diese Strategien beherzigen bisher nur die „klassischen Medien“. Dabei wird allerdings außer Acht gelassen, dass Journalismus heutzutage noch einem weiteren Konkurrenten ins Auge sehen muss: Dem Internet und seinen Sozialen Medien. Internetmemes könnten hier dazu beitragen die vorhandene Lücke zu schließen, denn sie folgen nicht nur der Logik der Visualisierung und

der Unterhaltung als Formen der Vereinfachung von Information, auch ihre vorrangige Verbreitung findet – im Gegensatz zu den klassischen Medien – da statt, wo Jugendliche vermehrt ihre Zeit verbringen: Den Sozialen Medien!

4 (A)soziale Medien für den Journalismus?

Die oben genannten Strategien zeigen die Bemühungen des Journalismus sich an den gesellschaftlichen Wandel anzupassen und den Erwartungen des Publikums Folge zu leisten. Allerdings wendet sich der Konsum von Jugendlichen immer mehr von klassischen Medien in Richtung eines neuen Players ab: dem Internet! Sowohl persönlicher Kontakt, als auch immer vermehrter die Informationssuche finden über Soziale Medien und das Internet im Allgemeinen statt. Aus diesem Grund soll an dieser Stelle die Nutzung von Informationsmedien bei Jugendlichen genauer betrachtet werden.

Die Bedeutung des Fernsehens rückt für Jugendliche immer weiter in den Hintergrund (Feierabend, Plankenhorn & Rathgeb, 2017; Calmbach, Borgstedt, Borchard, Thomas & Flaig, 2016). PC und Smartphone werden unterdessen für sie im Alltag unverzichtbar und entsprechend vielseitig genutzt (Calmbach, Borgstedt, Borchard, Thomas & Flaig, 2016, S. 172ff.). Das Internet wird laut der Studie „Jugend, Information, (Multi-)Media (JIM-Studie)“ täglich von 89% der zwölf bis 19-Jährigen genutzt, das Smartphone von 93% (Feierabend, Plankenhorn & Rathgeb, 2017, S. 13). Die Nutzungsmotive sind dabei Information, Spaß und Nützlichkeit für den Alltag (Calmbach, Borgstedt, Borchard, Thomas & Flaig, 2016; Feierabend, Klingler & Turecek, 2016).

Bei den klassischen Massenmedien fällt die Zahl der täglichen Nutzung wesentlich geringer aus: Ferngesehen wird von 45% der Jugendlichen täglich, 55% hören jeden Tag Radio und nur 11% lesen die gedruckten Tageszeitungen (Feierabend, Plankenhorn & Rathgeb, 2017, S. 13).

Auch im Vergleich zur JIM-Studie des Vorjahres zeigt sich eine leichte Rückläufigkeit bei den regelmäßigen NutzerInnen von Tageszeitung und Radios (ebd., S. 14).

Gleichzeitig baut sich das Informationsmanagement als beliebtes Nutzungsmotiv von Sozialen Medien immer weiter auf. Sie werden vermehrt nicht mehr nur in ihrer Hauptfunktion als Socialiser beim Aufrechterhalten von Kontakten genutzt (Calmbach, 2016), sondern auch vermehrt, um „up to date“ zu bleiben, und zwar nicht nur im persönlichen Umfeld, sondern auch hinsichtlich gesellschaftlicher und politischer Ereignisse (Busemann, Fisch & Frees, 2012, S. 261).

Allgemein ist es für mehr als jeden zweiten Jugendlichen sehr wichtig schnell über das aktuelle Weltgeschehen (56 %) informiert zu sein. Mit zunehmendem Alter nimmt das Interesse beim aktuellen Weltgeschehen und bei politischen Themen außerdem noch weiter zu (Feierabend, Plankenhorn & Rathgeb, 2017, S. 16). Im Vergleich zur letzten Abfrage der Themeninteressen innerhalb der JIM-Studie 2015 hat das Interesse an Bundes- und Weltpolitik und am aktuellen Weltgeschehen deutlich zugenommen, ebenso ist das Informationsbedürfnis für Lokalpolitik gestiegen (ebd., S. 17).

Diese Ergebnisse zeigen zusammengefasst einerseits ein steigendes Interesse Jugendlicher am politischen Weltgeschehen und andererseits einen sich langsam vollziehenden Wandel in der Informationsbeschaffung, der von den klassischen Medien vermehrt ins Internet abwandert.

Zwar verdeutlicht die JIM-Studie 2017, dass mehr als die Hälfte der zwölf bis 19-jährigen (53%) das aktuelle Weltgeschehen immer noch über die Fernsehnachrichten verfolgen, allerdings nutzen mittlerweile immerhin auch zwei Fünftel der Jugendlichen (41%) dafür das Internet und 18% Facebook (Feierabend, Plankenhorn & Rathgeb, 2017, S. 18). Die „ARD/ZDF-Online Studie 2014“ kommt zu ähnlichen Ergebnissen: Vor allem bei NutzerInnen zwischen 14 und 29 Jahren ist die Nachrichtenkonsumation über Suchmaschinen und Soziale Netzwerke sehr wichtig. 53% von ihnen benutzen dafür mindestens einmal wöchentlich

Suchmaschinen. Fast ebenso bedeutend für aktuelle Informationen sind Soziale Netzwerke. Inzwischen verlassen sich zwei Drittel (67%) der unter 30-Jährigen NachrichtennutzerInnen zumindest gelegentlich auf Soziale Netzwerke als Nachrichtenquelle (van Eimeren, 2015, S. 3).

Dies lässt einen Trend erkennen, der das Internet auf dem Vormarsch zeigt. Besonders mit zunehmendem Alter gewinnt das Internet (und auch Facebook) als Informationsquelle an Bedeutung (Feierabend, Plankenhorn & Rathgeb, 2017, S. 18).

Aus diesem Grund gibt es in den letzten Jahren auch in der Wissenschaft vermehrt Bemühungen, die Informationssuche von Jugendlichen über Soziale Medien zu untersuchen (Beheshti-Kashi & Makki, 2013; Hölig & Hasebrink, 2016; van Eimeren, 2015). Ein Großteil der Befragten gibt in den Studien an, Soziale Netzwerke nur als zusätzliche Nachrichtenquelle zu nutzen.

Vor allem Facebook spielt dabei eine tragende Rolle. Aber auch Video-Sharing-Plattformen, wie YouTube, werden in der Studie von Beheshti-Kashi & Makki (2013) von 55% der Befragten als Nachrichtenquelle genutzt. Bei Microblogging-Angeboten, wie Twitter, sind es 31% der Befragten; Photoshare-Plattformen (etwa Instagram) werden nur in geringem Maße, von etwa 11%, als Nachrichten-Tool genutzt.

Eine in 26 Ländern durchgeführte Studie belegt außerdem, dass im Durchschnitt 24% der befragten Online-Nutzer nachrichtenbezogenen Angeboten auf Social Media-Plattformen folgen; knapp 16% sind es bei politikbezogenen Angeboten. In der jüngsten Untersuchungsgruppe (18-24 Jahren) ist die Zahl derjenigen, die nachrichten- (39%) oder politikbezogenen (21%) Angeboten folgen am höchsten (Hölig & Hasebrink, 2016, S. 545f.).

Eine Befragung von 1600 KanadierInnen ab 18 Jahren zeigt außerdem, dass die Nachrichtenangebote überwiegend durch persönliche Kontakte vermittelt werden und weniger durch die Medienunternehmen oder Journalisten selbst (Hermida, Fletcher, Korell, & Logan, 2012). Generell spielen Soziale Medien als Nachrichtenquelle für junge Leute (18-24 Jahren) die größte Rolle; sowohl in Deutschland (48.4%), als auch im internationalen Vergleich (68.3%).

2016 schauen in Deutschland 57% der 12-19-Jährigen mehrmals in der Woche Videos bei YouTube, um sich über Themen zu informieren. Neben Musikvideos, die der Hauptverwendungszweck von Jugendlichen bei YouTube sind, konsumiert auch gut ein Fünftel der NutzerInnen YouTube-Videos mit ernstem Inhalt. Dazu zählen unter anderem Nachrichten und das tagesaktuelle Geschehen. 36 % der Jugendlichen erhalten Nachrichten und aktuelle Infos aus aller Welt über Facebook und Twitter. Nachrichtenportale von Zeitungen oder Zeitschriften werden wesentlich weniger genutzt (20%, bzw. 15%) (Feierabend et al., 2016, S. 595f.).

In Österreich nutzen 48% der Befragten Soziale Medien als Nachrichtenquelle; nur 10 % nutzen sie als Hauptquelle (Hölig & Hasebrink, 2016, S. 534ff.). Diese Studien zeigen, dass eine Beschäftigung mit Online-Angeboten als alternative Nachrichtenquellen einen validen Untersuchungsgegenstand darstellt.

Von diesen Untersuchungen abgeleitet soll in der vorliegenden Arbeit eine bestimmte Form von Online-Angebot zur Informationsvermittlung von Nachrichten an Jugendliche untersucht werden: Internetmemes. Im folgenden Kapitel wird zunächst das Phänomen „Internetmemes“ genauer erklärt, um einen Überblick über den Untersuchungsgegenstand zu vermitteln.

5 Neue Formen, neue Chancen – Das journalistische Potenzial von Internetmemes

Internetmemes werden in dieser Arbeit als Potenzial für eine neue Form von Journalismus betrachtet. Eine Reihe von Indikatoren sprechen dafür, dass eine solche Betrachtung zulässig ist: So verbinden Internetmemes einerseits die Vereinfachungsmerkmale, die klassische Medien auf ihre Angebote anzuwenden suchen, um sie attraktiver zu machen: Visualität von Informationen und Unterhaltung. Andererseits ist ihre Verbreitungsform über das Web 2.0 auch adäquater für die Informationsvermittlung an Jugendliche. Bevor im Empirischen Teil das Potenzial von Internetmemes als journalistisches Medium untersucht wird, soll dieses Phänomen hier zunächst genauer beschrieben werden.

5.1 What is a Meme? – Ein Definitionsversuch

Um ein Phänomen leichter einordnen zu können erscheint es angebracht, im Vorfeld eine Definition zu finden, die den Begriff möglichst adäquat beschreibt und ihn so in seinem Umfeld einordnet. Ein solcher Definitionsversuch soll an dieser Stelle unternommen werden.

Der Begriff „Meme“ wurde 1976 vom britischen Biologen Richard Dawkins in seinem Buch „The Selfish Gene“ erstmals verwendet. Sein Ziel war es die Evolutionstheorie von Darwin auf den kulturellen Wandel anzuwenden. Dafür erschuf er den Begriff „Meme“ (dt. Mem), der sich auf das Wort „gene“ (also Gen) reimt. „Meme“ leitet sich aus dem griechischen „mimema“ (=etwas Nachgeahmtes) ab und beschreibt eine kleine Einheit der kulturellen Vererbung, analog zu den Genen, die durch Kopie oder Imitation von Mensch zu Mensch weitergegeben werden. Dawkins meinte damit z.B. Kulturartefakte wie Melodien, Schlagworte, Kleidermode oder auch abstrakte Überzeugungen (wie den Glauben an Gott) (Dawkins, 1996).

Eine Forscherin die sich bereits eingehend mit dem Phänomen „Meme“ beschäftigt hat, ist Limor Shifman (2014). In ihrem Buch „Meme - Kunst, Kultur und Politik im digitalen Zeitalter“⁵ versucht sie den Meme-Begriff von Dawkins auf das heutige Zeitalter und den aktuellen Begriff des „Internetmemes“ umzulegen. Sie arbeitet heraus, dass die Grundeigenschaften, die Dawkins den Memen in seinem Werk zuschreibt – Langlebigkeit, Fruchtbarkeit und Wiedergabetreue – sich auch im modernen Meme-Begriff wiederfinden und noch zusätzlich durch das „Medium“ Internet verstärkt werden (Shifman, 2014a).

Langlebigkeit meint dabei, dass Informationen auf unbestimmte Zeit im Internet gespeichert werden. Fruchtbarkeit äußert sich dadurch, dass Kopien innerhalb eines bestimmten Zeitraums entstehen und das Internet zusätzlich deren rasche Verbreitung erleichtert. Wiedergabetreue schließlich ist gleichzusetzen mit „Genauigkeit“, also mit der verlustfreien Informationsübertragung, die bei anderen Medien weniger gegeben ist (Shifman, 2014a, S. 22).

Shifman nennt weiters 3 Hauptattribute von Memes, die nicht nur geeignet sind sie selbst zu beschreiben, sondern auch grundlegende Aspekte des Internets und der digitalen Kultur an sich (Shifman, 2014a, S. 22ff.):

1. Eine Verbreitung weg vom Individuum, hin zu einer ganzen Gesellschaft: Meme sind kulturelle Informationen, die von Person zu Person weitergegeben werden, aber allmählich auch zu einem gemeinsamen, gesellschaftlichen Phänomen werden. Sie prägen die Einstellungen, Verhaltensweisen und Handlungen von gesellschaftlichen Gruppen.
2. Die Reproduktion durch Kopie und Imitation: Im Netz herrschen zwei Mechanismen zur Neuverpackung von Memen vor: „Nachahmung“ und „Remix“. Nachahmung meint, dass der Inhalt nachgestellt wird, allerdings mit anderen Menschen und/oder

⁵ Im englischsprachigen Original: „Memes in Digital Culture“

anderen Mitteln. Remix hingegen ist eine durch Technologie gestützte Manipulation des Originals, wie beispielsweise die Bearbeitung eines Bildes mit Photoshop

3. Die Diffusion durch Wettbewerb und Selektion

Mithilfe der oben angeführten Attribute formuliert Shifman eine Definition von Internetmemes, welche sie folgendermaßen beschreibt:

- (a) Eine Gruppe digitaler Einheiten, die gemeinsame Eigenschaften im Inhalt, in der Form (sicht- und hörbare Dimensionen, sowie genrebezogene Muster, wie Lipsinc oder Animation) und/oder in der „Haltung“ (Die Positionierung des Senders in Bezug zum Text, seinen sprachlichen Codes, die Adressaten und andere mögliche Sprecher) (Shifman, 2014a, S. 42.) aufweisen,
- (b) in bewusster Auseinandersetzung mit anderen Memen erzeugt wurden und
- (c) von vielen Usern im Internet verbreitet, imitiert und/oder transformiert wurden (ebd., S. 44.).

Knobel & Lankshear (2007) gehen in ihrer Definition näher auf die Form von Memes ein: Sie werden von Internetnutzern verwendet, um die rasche Aufnahme und Verbreitung von bestimmten Ideen in Form von schriftlichen Texten, Bildern, einer sprachlichen „Bewegung“ oder irgendeiner anderen Einheit kulturellen „Krams“ zu beschreiben (Knobel & Lankshear, 2007, S. 202).

Und Mc Neill betrachtet Internetmemes als (post-)moderne Folklore, die gemeinsame Normen und Werte in Form von Kulturartefakten, wie bearbeitete Bilder oder urbane Mythen, widerspiegeln (Mc Neill, 2009, S. 84f.).

Zwischen allen Definitionen lassen sich einige Kernpunkte herauskristallisieren, die scheinbar allen Beschreibungen gemein sind und die auch in der vorliegenden Arbeit als Orientierungsrahmen für das Verständnis eines Internetmemes dienen:

Internetmemes sind digitale Einheiten, die in Form von bearbeiteten visuellen Inhalten ein Abbild der derzeitigen gesellschaftlichen Situation darstellen und diese gleichzeitig prägen. Ihre Form besteht aus einem Bild mit einer Textunterschrift, das durch „Nachahmung“ und/oder „Remix“ erstellt wurde und im Internet zwischen zwei oder mehr Personen verbreitet wird.

Dieser Definitionversuch als Synthese der bisherigen Definitionen, berücksichtigt jedoch eine wichtige Eigenschaft von Internetmemes *nicht*, obwohl diese essenziell ist: Die **humorvolle, unterhaltende** Komponente. Schließlich haben sich Internetmemes als besondere Form von Internethumor entwickelt.

5.2 Exkurs: Haha, Meme! – Die Entwicklung aus dem Internethumor

Bereits einige Jahre vor der Entstehung von Internetmemes beschäftigten sich Studien mit einem Phänomen, das als wesentliches Merkmal von diesen gilt: dem (Internet)-Humor (Kuipers, 2002; Shifman, 2007). Im Folgenden sollen diese Studien kurz vorgestellt werden, um darzustellen an welcher wissenschaftlichen Tradition die aktuelle Meme-Forschung anschließt.

Kuipers (2002) untersuchte etwa den Pionier in Sachen Internet-Katastrophenwitze: Humor über Bin Laden und den Angriff auf das World Trade Center. Er beschreibt dabei Internetwitze als visuelle Collagen, zusammengesetzt aus Phrasen und Bildern populärer Medien. Sie erhalten ihre humoristische Wirkung durch eine Kombination von Elementen harmloser Genres aus den Medien, sowie kommerzieller oder populärer Kultur mit Bezug auf Katastrophen. Damit nennt Kuipers bereits Eigenschaften, die auch später als Merkmale von Memes gelten. Außerdem stellt Kuipers fest, dass Internetwitze hauptsächlich als Reaktionen auf ambivalente Gefühle entstehen, die durch die Medienberichterstattung über bestimmte Ereignisse

hervorgerufen werden. Ähnliche Beobachtungen werden bereits in anderen Werken diskutiert. Demnach enthalten humorvolle Texte häufig Informationen über soziale Probleme und machen sich über Abweichungen vom korrekten Verhalten lustig (Billig, 2005; Boskin, 1997).

Die die weitaus bedeutendere Studie zum Thema Internethumor – nicht nur für die vorliegende Arbeit, sondern auch für die Entwicklung der Meme-Forschung – liefert Shifman (2007)⁶. Sie untersucht in ihrer Studie sowohl den Inhalt, als auch die verschiedenen Formen von 400 humoristischen Comic-Texten in sogenannten "humor hubs" - großen, dynamischen Websites mit verbalem und visuellem Humor. Die durchgeführte Inhaltsanalyse zeigt, dass das Internet sowohl als "Träger" alter Humorarten, wie Witze und Cartoons, als auch als "Generator" neuer Humor-Typen fungiert. Ihre Ergebnisse weisen außerdem auf eine Prominenz der visuellen humorvollen Formen gegenüber verbaler Formen hin, sowie auf eine globale Vorherrschaft über das Lokale.

Während Shifman in dieser Studie noch von humoristischen „Comic-Texten“ spricht, erkennt sie wenige Jahre später eine neue visuelle Form von Internet-Humor: Das Meme. Dieses kann jedoch nicht als einheitliche Form begriffen werden, sondern besteht aus verschiedenen Genres.

5.3 Memegenres⁷ – Ein Phänomen, viele Formen

Die im Kapitel „What is a Meme? – Ein Definitionsversuch“ angeführte Definition von Internetmemes beschreibt grundlegende Merkmale eines Memes. Allerdings ist die Variation an Erscheinungsmöglichkeiten recht breit. Shifman versucht daher die unterschiedlichen Erscheinungsformen zu kategorisieren indem sie diese zu Genres zusammenfasst. Sie sollen im

⁶ Ihre Internethumor-Studie veröffentlicht Shifman einige Jahre in ihrem Buch zum Thema Memes. „*Meme. Kunst, Kultur und Politik im digitalen Zeitalter.*“ Zählt zu den bedeutendsten wissenschaftlichen Werken auf dem Gebiet der Meme-Forschung.

⁷ Im Folgenden werden die einzelnen Genres nur kurz angeführt. Eine umfassende Beschreibung aller Memegenres findet sich bei: Shifman, L. (2014a). *Meme. Kunst, Kultur und Politik im digitalen Zeitalter*. Berlin: Suhrkamp Verlag.

Folgenden näher ausgeführt werden (Shifman, 2014a, S. 96ff.). Dabei ist wichtig festzuhalten, dass nicht alle Genres strikt voneinander zu unterscheiden sind. So haben beispielsweise „Photoshop-Reaktionen“ und „Image Macros“ durchaus einiges gemeinsam.

1. **Photoshop-Reaktionen** beschreiben kreativ bearbeitete Fotos, die als Reaktion auf memetische Fotos entstehen. Ihr Inhalt sind meist Politiker, berühmte Persönlichkeiten, oder aber gewöhnliche Personen.
2. **Fototrends:** Gemeint sind gestellte Fotos mit bestimmten Körperhaltungen von Menschen, die beabsichtigen diese Fotos im Internet zu verbreiten. Bekannte Beispiele sind etwa das Planking oder „Head in Freezers“ – Fotos.
3. **Flashmob:** Der Flashmob ist ein Phänomen, bei dem sich eine Gruppe von fremden Menschen an einem öffentlichen Ort versammelt und plötzlich simultan eine bestimmte Handlung, wie tanzen, „erstarren“, singen, o.ä., ausführt und den Schauplatz danach blitzschnell wieder verlässt. Die Versammlungen werden dabei über Handys organisiert und über das Internet verbreitet.
4. **Lipsync:** Lipsync-Videos sind Clips bei denen eine Person oder Gruppe dabei gezeigt wird, wie sie ihre Lippen synchron zu einem Song bewegt.
5. **Verhörer:** „Videos mit phonetischen Übersetzungen oder Verhörern basierend auf lustigen Fehlübersetzungen von gesprochenen Lauten in geschriebene Worte“. Ein klassisches Beispiel aus dem deutschsprachigen Raum ist der phonetische Verhörer des Liedes „I’ve got the power“, der dadurch zu „Agathe Bauer“ wurde.
6. **Neu zusammengeschnittene Trailer:** Durch Neubearbeitungen entstehen neue Filmtrailer, die den eigentlichen Film aus seinem Kontext heben. Entstanden ist das Genre 2005 mit dem Erscheinen eines Trailers zu „The Shining“, welcher den berühmten Horrorfilm als charmante Familienkomödie darstellt, in der es um die Vater-Sohn-Bindung geht.

7. **LOLCats:** Bilder von Katzen die auch eine grammatikalisch absichtlich falsche Beschriftung beinhalten, z.B.: „I can has Cheezburger?“.
8. **Stock Character Macros:** Memes, die zu diesem Genre gehören, haben zwei Merkmale gemeinsam: Sie verwenden Image Macros und sie basieren auf einer Reihe von etablierten Charakteren, die ein stereotypes Verhalten repräsentieren – ähnlich den Stock Bildern. Unter „Image Macros“ versteht man Bilder oder Kunstwerke, die mit einem Text versehen sind. Sie sind die häufigste Form von Internetmemes. Sowohl im Tierreich⁸, als auch bei den Menschen⁹ gibt es bekannte Vertreter sogenannter „Stock Charakter Macros“.
9. **Rage Comics:** Sie sind amateurhaft aussehende Comics mit „Rage Faces“, also „Wutgesichtern“. Protagonisten sind stets ausdrucksstarke Figuren¹⁰, die jeweils mit einem typischen Verhalten assoziiert werden.

Sowohl Stock Character Macros, als auch Rage Comics haben trotz ihrer unterschiedlichen Erscheinungsformen ähnliche Inhalte. Sie beschäftigen sich nämlich mit sozialen Interaktionen, beziehungsweise sozialem Handeln innerhalb gesellschaftlicher Konventionen. Allgemein lassen sich die neun erwähnten Meme-Genres in drei Großgruppen eingliedern: (1) Genres, die auf der Dokumentation *realer Augenblicke* beruhen (Fototrends, Flashmobs). (2) Genres, die auf der *expliziten Bearbeitung* visueller oder audiovisueller massenmedialer Inhalte basieren (Photoshop Reaktionen, Lipdubs, Verhörser, neu zusammengeschnittene Trailer). Dieses Genre lässt sich als „Remix“-Meme zusammenfassen und eignet sich oft Eigenschaften aus den Nachrichten und der Popkultur neu an. (3) Genres, die sich um *ein neues Universum digitaler und memorientierter Inhalte* herum entwickelt haben (LOLCats, Rage Comics und Stock

⁸ „Advice Dog“, „Socially Awkward Penguin“, der aggressive „Courage Wolf“ oder der „Bachelor Frog“ (Shifman, 2014, S. 107f.).

⁹ Scumbag Steve, Good Guy Greg, Naive College Freshman, Annoying Facebook Girl, Female College Liberal, Bad Argument Hippie, Success Kid, Successful Black Man (ebd.)

¹⁰ Neben dem Rage Face gibt es noch folgende bekannte Charaktere: Forever Alone, „Me Gusta“, Troll Face, Poker Face (Shifman, 2014, S. 108ff.)

Character Macros). Um sie erzeugen und verstehen zu können ist ein Insiderwissen der verwendeten Zeichen und sprachlichen Spezifika notwendig (Shifman, 2014a, S. 112f.).

Für diese Arbeit sind vor allem Memes relevant, die auf massenmedialen Inhalten beruhen und diese visuell und humoristisch überarbeiten. Konkreter werden insbesondere Photoshop-Reaktionen und Image Macros zur Untersuchung herangezogen, bzw. eine spezielle Unterkategorie dieser Genres, die vor allem politische Inhalte berücksichtigt. Tay (2014) nennt diese **LOLitics**. (siehe dazu genaueres in Kapitel 6.4 - „Beschreibung des Untersuchungsgegenstandes“)

Wie die vorangegangenen Kapitel gezeigt haben, gibt es bereits einige Versuche Memes zu klassifizieren bzw. zu definieren. Doch auch über diese ersten Definitionsversuche hinaus, gibt es bereits einige wissenschaftliche Untersuchungen zu Internetmemes. Sie sollen im nächsten Kapitel zusammengefasst werden.

5.4 Der wissenschaftliche Forschungsstand

Dieses Kapitel soll nicht nur den derzeitigen Forschungsstand auf dem Gebiet der Meme-Forschung skizzieren, sondern in weiterer Folge auch die Lücken aufweisen, die hier noch bestehen und die es zu schließen gilt.

5.4.1 Allgemeine Studien zur Meme-Forschung

Seit einigen Jahren entstehen unterschiedliche Forschungsansätze zu der „neuen Form“ von internetbasiertem Humor - von Internetmemes. Die Forschungstraditionen bieten dabei ein weitläufiges Spektrum. Wie zu Beginn jeder neuen Forschungstradition werden auch hier zunächst unter anderem Arbeiten zu Definitions- und Typologisierungsversuchen verfasst (Cannizzaro, 2016; Shifman, 2013). Canizzaro (2016) plädiert für einen klareren Rahmen zur

Definition von Internetmemen, der über Dawkins Beschreibung als „Einheiten von Informationsübertragung“ hinausgeht und schlägt eine Definition von Memes als „Gewohnheiten-induzierendes Zeichensystem“ vor. Shifman (2013) konzentriert sich unterdessen auf eine Definition anhand einer kommunikationsorientierten Typologie von 3 memetischen Dimensionen: Inhalt, Form und Haltung. Um den Nutzen der Typologie zu verdeutlichen, analysiert sie das Video Meme „Leave Britney Alone“ mithilfe der Typologie. Auf dieser Arbeit baut auch ihr späteres Buch „Memes in Digital Culture“ (Shifman, 2014b) und vor allem ihr Verständnis für den Begriff „Meme“ auf.

5.4.2 Memes aus einem kulturellen Blickwinkel

Weiters haben sich einige Studien aus einem kulturellen Blickwinkel mit Memes auseinandergesetzt (Atran, 2001; Burgess, 2014; Knobel, 2006; Laineste & Voolaid, 2017; Nissenbaum & Shifman, 2017; Shifman, 2014; Varis & Blommaert, 2015). Frühere Studien folgen dabei noch dem Meme-Verständnis von Dawkins. Sie nehmen seine Definition von Memes als „kulturelle Einheiten“ wörtlich und untersuchen die Eigenschaften die Memes zu einem Kulturgut machen (Atran, 2001; Knobel, 2006). Spätere Studien widmen sich hingegen vor allem der kulturellen Bedeutung des zeitgenössischen Memes (Shifman, 2014c; Szerszunowicz, 2018) und seinem Potenzial als Träger kultureller Partizipation (Burgess, 2014; Laineste & Voolaid, 2017; Nissenbaum & Shifman, 2017; Varis & Blommaert, 2015; Wiggins & Bowers, 2014). Andere Studien verstehen Internetmemes als wichtig, um in der heutigen digitalen Kultur *gemeinsame Werte* zu erzeugen. Sie betrachten Memes als kulturelle Bausteine und versuchen die Bedeutungen zu verstehen, die Menschen den Memes zuschreiben (Burgess, 2014; Davidson, 2012; Knobel & Lankshear, 2007; Laineste & Voolaid, 2017; Milner, 2012).

Dem Verständnis von Memes als rituelle Kommunikationsform, wie es aus kulturwissenschaftlicher Perspektive der Fall ist, steht das Verständnis von Memes als Übertragungskanal gegenüber. Diese gegensätzliche Betrachtung geht auf das Modell von James Carey (1989) zurück, der in seinem Buch „Communication as Culture“ Kommunikation in zweierlei Formen definiert: als Übertragung und als Ritual (Carey, 1989).

Die Betrachtung von Memes als Übertragungskanal kommt fast ausschließlich aus dem Bereich der Informatik. Sie konzentriert sich auf Erfolgsfaktoren und Verbreitungsmuster von Internetmemes und richtet ihren Forschungsschwerpunkt meist auf sprachliche Memes, wie Zitate, Hashtags oder Redensarten. Dort werden die Veränderungen untersucht, die diese durchmachen, sowie Faktoren, die diesen Prozess beeinflussen, wie etwa die Länge der Äußerungen oder die Quelle des Zitats (Simmons, Adamic & Adar, 2011; Adamic, Lento & Fiore, 2012).

5.4.3 Die Erfolgs- und Verbreitungsfaktoren von Memes

Der Untersuchung von Erfolgs- und Verbreitungsfaktoren von Memes gilt in der Forschung ein hohes Interesse (Adamic, Lento & Fiore, 2012; Berger & Milkman, 2012; Pech, 2003; Simmons, Adamic & Adar, 2011; Shifman & Thelwall, 2009; Shifman, 2011; Shifman, Levy & Thelwall, 2014; Weng, Flammini, Vespignani, & Menczer, 2012).

Einige AutorInnen erklären dabei den Erfolg von bestimmten Memes durch das Wechselspiel von ihrer eigenen Beschaffenheit mit äußeren Faktoren (Pech, 2003; Weng, Flammini, Vespignani & Menczer, 2012). Sie gehen davon aus, dass äußere Faktoren, wie etwa die begrenzte Aufmerksamkeit von UserInnen, oder die gegebene Struktur Sozialer Netzwerke - man bekommt nur eine gefilterte Auswahl an Inhalten, die aufgrund von Algorithmen zustande kommt - die Popularität verschiedener Memes beeinflussen. In Bezug auf die begrenzte Aufmerksamkeit müssen Meme-Inhalte daher gut genug mit den entwickelten kognitiven

Strukturen unseres Gehirns zusammenpassen, um in der Informationsflut nicht unterzugehen; sie müssen also interessant und einfach zu verarbeiten sein (Pech, 2003; Weng, Flammini, Vespignani & Menczer, 2012).

Den **Inhalt** von Memes als Indikator für ihren Erfolg zu untersuchen, ist der zweite Ansatz den einige ForscherInnen verfolgen (Adamic, Lento & Fiore, 2012; Shifman & Thelwall, 2009; Shifman, Levy & Thelwall, 2014). Alle drei Studien betrachteten ein bestimmtes, weit verbreitetes Meme und versuchten dessen Ursprung, sowie dessen Verbreitung innerhalb Sozialer Netzwerke nachzuvollziehen. Adamic, Lento & Fiore (2012) zogen als Untersuchungsgegenstand das populärste „Copy and paste“-Internetmeme aus dem Jahr 2009/10 heran. Es handelte sich dabei um einen Status-Text auf Facebook, der Freunde eines Users dazu aufforderte zu kommentieren, wie sie den User kennengelernt haben und anschließend denselben Text in ihren eigenen Status zu posten. Die ForscherInnen stellten dabei vier Eigenschaften fest, die offenbar die Verbreitung des Memes erleichtert haben: (1) Die explizite „Copy&Paste“-Aufforderung, (2) der Challenge-Charakter der Aufgabe, (3) die Möglichkeit, den ursprünglichen User wiederum SEINE Version der Geschichte erzählen zu lassen, wenn man den Status kopiert und (4) das Versprechen überraschende Ergebnisse zu erhalten (Adamic, Lento & Fiore, 2012).

Während es diesen AutorInnen rein um die Verbreitungsmechanismen des Ursprungs-Memes ging, berücksichtigten die anderen Studien auch das Phänomen der Übersetzung von beliebten Internetmemes (Shifman & Thelwall, 2009; Shifman, Levy & Thelwall, 2014). Shifman & Thelwall (2009) fanden heraus, dass beliebte Internetmemes nicht nur häufig und in viele Sprachen übersetzt werden, sondern auch, dass mit den unterschiedlichen Übersetzungen auch unterschiedliche, lokale Adaptionen der Witze hinzukamen. Allerdings, und das betonen auch Shifman, Levy & Thelwall (2014) sind diese Adaptionen vergleichsweise nur sehr gering. Im

Allgemeinen lassen sich solche populären Internetwitze – und das gilt auch für Memes – machtvolle Instrumente der Globalisation und Amerikanisierung verstehen.

Berger & Milkman (2012) versuchten hingegen konkrete Eigenschaften zu formulieren, die ein Inhalt haben muss, um viral zu werden. Dabei extrahierten sie 6 Erfolgsfaktoren:

1. Positivität und Humor
2. Provokation hoherregender Emotionen: Entweder positiv (meist sogenannten „Wow“-Geschichten, wie etwa Naturwunder, bahnbrechende wissenschaftliche Erkenntnisse, Menschen die Unglücke überstehen...) oder emotional negativ (Gefühle wie Wut oder Angst)
3. Packaging: Gemeint ist die „Verpackung“ der Botschaft, die klar und einfach verständlich sein sollte
4. Prestige, bzw. Prominenz im Inhalt oder der Person, die den Inhalt teilt
5. Positionierung: Innerhalb der Sozialen Netzwerke
6. Partizipation: Diese Kategorie bezieht sich insbesondere auf viral basierte politische oder kommerzielle Kampagnen. Partizipation meint dabei nicht nur die virale Verbreitung des Inhalts, sondern auch die Aufforderung an die Menschen bestimmte, damit verbundene Aktivitäten (wie Wählen oder Kaufen) auszuüben.

Shifman (2011) beschreibt in Anlehnung an die Erfolgsfaktoren von Berger & Milkman (2012) eigene Erfolgsfaktoren für memetische Videos, die sie anhand der 30 beliebtesten YouTube-Videos identifiziert hat (Shifman, 2011, S. 194ff.):

1. Gewöhnliche Menschen im Mittelpunkt: Die Studie zeigte einen signifikanten Trend dahingehend, dass beliebte nutzergenerierte Videos eher Nachahmungen erzeugen, als gleichermaßen beliebte Videos von konventionellen Medien.

2. Brüchige Männlichkeit: 24 der 30 untersuchten Videos zeigen männliche Protagonisten, die eindeutig nicht den allgemeinen Konventionen von „Männlichkeit“ entsprechen, entweder in ihrem Auftreten oder in ihrem Verhalten.
3. Humor
4. Einfachheit: Gemeint ist sowohl die Einfachheit der vorgestellten Themen und Ideen, als auch der Aufbau des Videos (die Anzahl der Protagonisten, die benötigten Requisiten, die Aufnahmeeinstellungen).
5. Wiederholung
6. Scurrile Inhalte

Memetisch besonders erfolgreiche Videos kombinieren meist zwischen drei und vier der oben genannten Erfolgsfaktoren (Shifman, 2014a, S. 82). Weitere Faktoren, die für ein memetisch erfolgreiches Video sprechen sind etwa Unvollständigkeit, Fehlerhaftigkeit und damit eindeutige Abgrenzung von kommerziellen Hochglanzinhalten, sowie wenig visuell aufwendige, ernsthafte oder komplexe Videos (ebd.).

Allerdings beziehen sich die oben nageführten Erfolgsfaktoren vor allem auf bewegte Bilder, wie Videos. Für unbewegte Bilder, wie memetische Fotos, gelten andere Erfolgsfaktoren. Shifman (2014a) hat auch diese erforscht. Dazu teilt sie memetische Fotos in zwei Gruppen ein: Fotos von Politikern (siehe dazu **Kapitel 5.4.5** „Memes sind Macht: Untersuchungen zu politischen Internetmemes“) und Fotos mit anderem Inhalt. Die Fotos mit anderem Inhalt beziehen sich meist auf Fotos von gewöhnlichen Menschen oder Unterhaltungsstars. Erfolgreich sind unter ihnen dabei diejenigen Fotos, die entweder das Prinzip der Nebeneinanderstellung von Bildern erfüllen, oder eine eingefrorene Bewegung darstellen (Shifman, 2014a, S. 86ff.):

1. Nebeneinanderstellung: Das Meme arbeitet hier mit einer vorhandenen Inkongruenz im Originalbild, in dem die Personen bereits aus dem Kontext gerissen wirken. UserInnen verarbeiten diese Inkongruenz auf zwei Arten: Entweder wird sie verstärkt, indem eine noch extremere Nebeneinanderstellung geschaffen wird, oder die Inkongruenz wird verringert, indem die gezeigte Person in einen „passenden“ Kontext gesetzt wird, in welchem ihre Reaktion absolut logisch erscheint.
2. Eingefrorene Bewegung: Aus einer Bewegung, wie Laufen, Tanzen oder z.B. Seifenblasenerzeugen wird ein Foto gemacht. Daraus entsteht meist eine Person in einer sehr lustigen Haltung, die dazu anregt ein Meme daraus zu machen.

Aus den gesamten Untersuchungen zu Erfolgsfaktoren lässt sich vor allem ableiten, dass Memes einfach verständlich sein müssen, indem sie inhaltlich mit unseren kognitiven Strukturen harmonieren. Andererseits ist das Element „Humor“ ein ausschlaggebender Faktor für die wahrscheinlichere Verbreitung eines Memes. Diese Ergebnisse verdeutlichen wiederum das Potenzial von Internetmemes als Form von Journalismus zu fungieren, da auch der „klassische“ Journalismus, wie bereits oben erwähnt, versucht mit Vereinfachung und Unterhaltung den Aufmerksamkeitskampf zu gewinnen.

5.4.4 Internetmemes unter der Lupe: Inhaltliche Forschung und formale Aspekte

Inhaltliche Aspekte von Memes wurden jedoch nicht nur in der Messung ihres potenziellen Erfolgs berücksichtigt, sondern auch als eigenes Forschungsobjekt betrachtet. Konkret wurden rassistische (Williams, Oliver, Aumer, & Meyers, 2016) und genderorientierte (Gal, Shifman & Kampf, 2016) Inhalte von Memes, sowie ihre formalen Aspekte (Dancygier & Vandelanotte, 2017; Segev, Nissenbaum, Stolero & Shifman, 2015) untersucht.

Gal et al. (2016) untersuchen in ihrer Studie das Video-Meme "It Gets Better", in dem auf Selbstmorde homosexueller Teenager, die unter homophobem Mobbing gelitten hatten, reagiert wurde. Und Williams et al. (2016) untersuchten auf inhaltlicher Ebene rassistisch motivierte Memes und deren Wirkung auf farbige und nicht farbige Menschen. Die Ergebnisse zeigten, dass Personen, die im Alltag stärker mit Rassismus konfrontiert waren, rassistische Memes auch als beleidigender empfanden und schneller von Diskriminierung im Netz ausgingen als andere.

Auch wurden Untersuchungen zu den Plattformen, die derartige Memes verbreiten, wie etwa 4chan und reddit, durchgeführt. Milner (2013) untersuchte die Plattformen dabei in Bezug auf rassistische, bzw. genderorientierte Memes und stellte fest, dass sowohl die Rassen- als auch die Geschlechterrepräsentation von bekannten Stereotypen und Teilrepräsentationen dominiert wurden. Während gegensätzliche Darstellungen in Bezug auf die Rasse unterdrückt oder ausgenommen wurden, zeigten sich für ihn differenzierte Sichtweisen in den Repräsentationen des Geschlechts.

Auf formaler Ebene operieren hingegen die Studien von Segev et al. (2015) und Dancygier & Vandelanotte (2017). Segev et al. (2015) untersuchen in ihrer Studie 1013 verschiedenen Memes (Videos, Bilder und Text) in Bezug auf deren vorherrschende Typen und gattungstypische Eigenschaften, sowie die Art und Weise, in der sie sich auf andere Memes beziehen. Dancygier & Vandelanotte (2017) nehmen hingegen das konkrete Memegenre „Image-Macro“ unter die Lupe. Diese sind formal strukturiert durch das Teilen von oberem Text und unteren Text. Mit diesen begrenzten formalen Mitteln werden allerdings auch sehr umfangreiche Rahmen verbunden und verstanden. „Image-Macros“ sind ein Kommunikationsmedium, um Ansichten auszudrücken und zu rekonstruieren, die von bestimmten Ideen, Affekten oder Stereotypen ausgehen. Diese werden intersubjektiv mit dem Zuschauer geteilt, um dessen Antworten auf die eigene Meinung zu erhalten (Dancygier & Vandelanotte, 2017).

Der Wunsch nach Bestätigung der eigenen Meinung kommt vor allem bei ambivalenten Themen mit gesellschaftlicher Relevanz zum Tragen. Diese Eigenschaften sind etwa bei politischen Internetmemes gegeben!

5.4.5 Memes sind Macht: Untersuchungen zu politischen Internetmemes

Besonders politische Internetmemes stellen eine relativ moderne Form der partizipativen Kultur dar, weil sie eine Möglichkeit für politischen Ausdruck, Engagement und Teilnahme bieten können, die sonst vielleicht nicht da gewesen wären (Ross & Rivers, 2017; Shifman, 2014a). Allein aus diesem Grund haben sich auch schon einige Studien mit politischer Memeforschung beschäftigt (Bennett & Segerberg, 2012; Brockmann, Diehl & Dobusch, 2018; Milner, 2012; Piata, 2016; Ridout, Fowler & Branstetter, 2010; Ross & Rivers, 2017; Shifman, Coleman & Ward, 2007; Shifman, 2014a; Tay, 2012; Tay, 2014; Wallsten, 2010).

Brockmann, Diehl & Dobusch (2018) beschreiben etwa den Evolutionszyklus eines Internetmemes anhand des Beispiels des „Obama Hope Posters“ und leisten dadurch auch einen Beitrag zur Einordnung von politischen Memes. Sie konstatieren, dass zur Geburtsstunde eines politischen Memes einzig die spielerische Interaktion im Vordergrund steht. Das Meme wird ausschließlich produziert, um zu produzieren; höchstens noch, um individuelle politische Präferenzen auszudrücken. Im Laufe der Zeit wird das Ursprungsmeme so verändert, dass es gegenwertige Nachrichten und Popkultur widerspiegelt, bis es schließlich nicht mehr dem Geist der Zeit entspricht und lediglich als irrelevanter und bedeutungsloser Humor zurückbleibt (S. 2863). Allerdings erfüllt das Meme während der zweiten Phase durchaus die Funktion der politischen Partizipation, da Memes von ihren MacherInnen als Referenzrahmen für politische Diskussion und Aktion herangezogen werden (Brockmann, Diehl & Dobusch, 2018, S. 2866).

In ähnlicher Weise versteht auch Shifman (2014a) den Mehrwert politischer Internetmemes. In ihrem Buch arbeitet sie drei Funktionen heraus, die internetbasierte, politische Memes für die politische Partizipation erfüllen. Anhand dieser drei Funktionen sollen auch die bisherigen Forschungen zur politischen Meme-Forschung eingeordnet werden:

(1) Memes als Mittel der Überzeugung bzw. politischen Zuspruchs: Besonders der US-Wahlkampf 2008 war ein beliebtes Thema für Unmengen an politischen Virals und zog eine beträchtliche öffentliche und wissenschaftliche Aufmerksamkeit nach sich (Shifman, 2014a, S. 117). Die politische Wirkung viraler Videos wurde zu dieser Zeit umfassend untersucht und auch in vielen Studien festgestellt:

Ridout, Fowler & Branstetter (2010) untersuchten etwa 3880 politische YouTube-Videos aus dem Wahlkampf 2008 in Bezug auf politische Partizipationsprozesse. Es zeigte sich, dass obwohl die meisten Videos typische, parteifinanzierte Wahlkampfspots waren, vor allem Videos viralen Erfolg hatten, die von nicht-traditionell politischen Akteuren gepostet wurden (Ridout, Fowler & Branstetter, 2010). Der positive Einfluss von Nicht-Politikern in Bezug auf den Erfolg viraler Videos zeigt sich auch bei Wallsten (2010). Er untersuchte das typisch parteifinanzierte Wahlkampfvideo „Yes We Can“ und stellte fest, dass die beteiligten Musiker, Blogger, Regisseure, etc. einen erheblichen Beitrag dazu leisteten, dass das Video sich so stark viral verbreitete (Wallsten, 2010).

Doch während das Produkt der politischen Memes an sich Zuspruch bekommt, ist der Inhalt dieser Memes – die politischen Personen - oft ein Ausdruck von Kritik. Mit diesem Phänomen beschäftigt sich auch die Studie von Ross & Rivers (2017). Sie konzentriert sich auf Internet-Memes von den Kandidaten für die US-Präsidentschaftswahl 2016 - Donald Trump und Hillary Clinton. Das Untersuchungsinteresse, liegt darauf, wie Memes versuchen, eine negative Sicht auf die Kandidaten zu schaffen und deren Legitimität als Präsidentschaftskandidaten zu

reduzieren. Eine solche Darstellung im Deckmantel von Humor lässt sich durch die Analyse tatsächlich feststellen.

Auch Studien außerhalb von Amerika beschäftigen sich mit Memes als Mittel der Überzeugung in Präsidentschaftswahlkämpfen. Tella (2018) untersuchte etwa Internetmemes, die 2015 im Laufe der Präsidentschaftswahlkampagnen in Nigeria erstellt wurden. Er stellte – wenig überraschend – fest, dass Anhänger von Wahlkandidaten humorvolle Internetmemes für die negative Darstellung von Gegnern und die positive Vertretung des favorisierten Kandidaten verwendeten. Diese negativen Fremddarstellungen dienten dazu, die Wahlwerte der Gegner abzuwerten und die Wahlchancen ihrer eigenen Kandidaten indirekt zu erhöhen.

(2) Memes als Bürger-Aktivismus: Memes bilden wichtige Verbindungen zwischen dem Persönlichen und dem Politischen. Digitales, politisches Handeln passiert heutzutage auf zwei verschiedene Arten (Bennett & Segerberg, 2012, S. 739): (1) kollektives Handeln, bei dem sich neue Gruppenidentitäten ausbilden. Das Internet hat es vereinfacht sich an solchen kollektiven Aktionen zu beteiligen, ohne diese Aktionen allerdings grundsätzlich zu verändern. Beim (2) konnektiven Handeln hingegen, entstehen koordinierte Aktionen erst durch das digitale Teilen, von personalisierten Inhalten über Mediennetzwerke. Für letzteres sind Memes besonders relevant, da sie es durch einfache, allgemeine Botschaften schaffen unterschiedliche Bevölkerungsgruppen zu erreichen, vor allem deshalb, weil sie einfach zu imitieren, zu personalisieren und mit anderen zu teilen sind (Bennett & Segerberg, 2012, S. 745ff.).

Daher beschäftigten sich einige Studie auch genauer mit den Inhalten von Internetmemes, die Bürger-Aktivismus begünstigen (Huttington, 2016; Milner, 2013). Huttington (2016) untersuchte Memes etwa als visuelle, politische Rhetorik. Mithilfe des Pepper Spray Cop-Memes aus Occupy Wall Street betrachtet sie die intertextuelle Natur von Memes als eine einzigartige Form der visuellen Rhetorik in aktivistischen Kontexten. Einen ähnlichen Ansatz verfolgte bereits Milner (2013), der in seiner Studie untersuchte, wie „Occupy Wallstreet

(OWS)“-Memes benutzt wurden, um unterschiedliche Perspektiven auf das Phänomen auszudrücken. Er stellte dabei fest, dass OWS-Memes die Konversation zwischen diversen Positionen erleichterten.

Ein Beispiel bei dem Internetmemes den Anstoß für konnektives Handeln bewirkt haben, zeigt die Studie von Chen (2013) auf. Sie untersuchte eine Fallstudie bei der Humor über die Inkompetenz und Nachlässigkeit eines öffentlichen Nahverkehrsbetreibers in Singapur – das für seine Fähigkeit bekannt ist, „Dinge zum Laufen zu bringen“ – via Memes ausgeübt wurde und zu großer öffentlicher Aufregung führte. Die Forderung der Öffentlichkeit nach Rechenschaftspflicht hat zum beispiellosen Rücktritt des Chief Executive Officer geführt.

Shifman, Coleman & Ward (2007) untersuchen bereits einige Jahre zuvor das Potenzial von politischem Online-Humor zur Anregung von politischem Engagement. Dafür untersuchten sie Wahlhumor im Zusammenhang mit den britischen Wahlen 2005 – sowohl inhaltliche Aspekte, als auch die Motivationen der verschiedenen Akteure den web-basierten, politischen Humor zu verbreiten. Dabei stellen die AutorInnen einen Anstieg politisch-motivierten Humors fest. Der Humor wird allerdings paradox verwendet, da er oft versucht die Partizipation zu fördern, aber gleichzeitig Politik als eine Art zynisches Spiel darstellt, wodurch die Gründe für die politische Beteiligung unklar bleiben.

(3) Memes als Ausdrucksformen und Formen der öffentlichen Diskussion: Viele politische Memes haben aber auch einen rein humorvollen Hintergrund und sollen eher zum Lachen animieren (Shifman, 2014a) als zu Aktivismus. Diese „spielerischen“ Dimensionen von Bürgerbeteiligung nutzen Popkultur in Memes als gemeinsame Basis, um über Politik zu diskutieren (Milner, 2012; Tay, 2012). Da Popkultur als Teil des Alltags zur kulturellen Identität der Menschen gehört, ist es leichter mit ihrer Hilfe über Politik zu reden. Tay (2012) hebt beispielsweise die häufige Verwendung von Star Wars Charakteren in Memes hervor, um zwischen guten und schlechten Politikern zu unterscheiden. So werden etwa „gute“ Politiker

als Jedi-Ritter dargestellt, während „schlechte“ Politiker mit den Mächtigen des Imperiums in Verbindung gebracht werden.

In einer späteren Arbeit untersucht sie einen speziellen Fall von humoristischen Memes, sogenannte **LOLitics**, die im Kontext von Nachrichten und Politik entstehen (Tay, 2014). Hier sollten die Memes auch keinen Aktivismus hervorrufen, aber sehr wohl Kritik äußern. Sie stellten eine Antwort auf Nachrichtenevents und Fauxpas politischer Personen dar und erlebten bei der US Präsidentschaftswahl 2012 ihre Blütezeit. Konkret wurden zwei politische Akteure zum Hauptinhalt der damaligen LOLitics: Mitt Romney und Hillary Clinton. Die Ergebnisse von Tays Studie zeigen zum einen, dass solche LOLitics die Macht haben positive (Hillary Clinton), bzw. negative (Mitt Romney) Reputationen von Personen herzustellen, ohne dass ebendiese Einfluss darauf nehmen könnten. Weiters haben politische Internetmemes das Potenzial diese Konnotationen als Agenda-Setter über klassische Nachrichtenberichterstattung zu verbreiten. Außerdem bieten sie ihren Machern die Möglichkeit politische Kritik durch Popkultur zu üben – im Deckmantel von Humor.

Piata (2016) untersucht ebenfalls den humorvollen Inhalt von politischen Internet-Memes. Konkret vergleicht sie drei politische Werbeanzeigen zur Wahl in Griechenland 2015 mit ihren memetischen Entsprechungen, die über Soziale Medien verbreitet wurden. Sie versucht dabei den Zusammenhang von Metapher und Humor zu erklären. Die Analyse zeigt, dass Metapher und Humor sowohl den besonderen rhetorischen Zielen der Wahlkampfwerbung, als auch der politischen Satire dienen; Humor insbesondere als Mittel der Kritik.

Auch Džanić & Berberović (2017) widmen sich dem Kritikpotenzial politischer Internetmemes. Sie interessieren sich dafür, wie weit Menschen durch verschiedene Formen des politischen Internethumors die aktuellen politischen Angelegenheiten in einer sich entwickelnden Demokratie wie Bosnien und Herzegowina kritisieren können. Sie postulieren ein hohes rhetorisches und argumentatives Potenzial von politischen Internetmemes, da sie durch den

Einsatz von Humor, ernsthafte politische Situationen ansprechen und dadurch eine breitere Bevölkerung erreichen.

Dass Humor in Internetmemes als effektives Mittel zur Kritik verwendet wird zeigt sich vor allem in Bezug auf das Thema „Auftritte von Politikern auf der politischen ‚Vorderbühne‘, bzw. ‚Hinterbühne‘“ (Shifman, 2014a, S. 132). Dies ist laut einer Untersuchung von Shifman (2014a) in der sie politische Memes aus den USA, Frankreich, China, Israel und Ägypten untersucht, das häufigste Thema in politischen, memetischen Fotos. Die Vorderbühne meint dabei das öffentliche Auftreten eines Politikers und seine Selbstdarstellung. Dem gegenüber beschreibt die Hinterbühne den privaten, intimen Bereich, fernab der Öffentlichkeit. Viele UserInnen kritisieren das oftmals künstlich konstruierte Handeln von Politikern auf der scheinbaren „Hinterbühne“, das allerdings bewusst von ihnen auf die „Vorderbühne“ getragen wird und machen sich in zahlreichen Memes darüber lustig (Shifman, 2014a: 134ff.).

Ein Paradebeispiel für Kritik an mangelnder Authentizität politischer Fotos stellt das „Situation Room“-Meme dar. Das Bild wurde nach dem Tod von Osama Bin-Laden enthüllt und zeigt eine Art „Backstage-Einblick“ von den Mitgliedern des „National Security Councils“ während der Operation. Das Meme versucht spielerisch die konstruierte Natur des „Schnappschusses“ hervorzuheben (Shifman, 2014c, S. 347).

Bei der Betrachtung von politischen Internetmemes ist es also auch immer wichtig ihren Entstehungshintergrund, sowie die beabsichtigte Aussage kritisch zu hinterfragen. Dies gilt im Besonderen, wenn Memes als Form von Journalismus operieren sollen.



Abbildung 3: 'The Situation Room'
Shifman, 2014c, S. 347

5.4.6 Forschungslücken: Alles schön und gut, aber was fehlt?

Die Betrachtung des derzeitigen Forschungsstandes zu Internetmemes hat gezeigt, dass es bereits einige wissenschaftliche Auseinandersetzungen zu dem Thema gibt. Auffallend ist allerdings, dass der Schwerpunkt der Studien vor allem auf der Inhaltsebene von Memes liegt: Egal ob es darum geht, unterschiedliche Themeninhalte zu eruieren, Eigenschaften aufzuzeigen, die Memes zu Memes machen, oder aber deren Erfolgs- und Verbreitungsfaktoren zu definieren.

Wenn Memes aus RezipientInnen-Sicht betrachtet werden, dann vor allem ihr Potenzial als Kommunikationsmittel. Etwa auch aus kulturwissenschaftlicher Perspektive (Memes als rituelle Kommunikationsform). Auch im Spezialfall von politischen Memes wird ihr partizipatives Potenzial als Möglichkeit für politischen Ausdruck, Engagement und Teilnahme untersucht.

Was bisher im Allgemeinen für Memes und im Speziellen für politische Memes in der Forschung fehlt, ist eine Untersuchung des Inhalts in Bezug auf kognitive Effekte. Welche Informationen RezipientInnen konkret aus einem betrachteten Meme ziehen, wurde bisher nicht in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung berücksichtigt. Diese Forschungslücke soll durch die vorliegende Arbeit ansatzweise geschlossen werden.

Ein Ziel dieser Arbeit ist es herauszufinden, inwiefern Internet-Memes als Medium für die Übermittlung von Information, konkret von journalistischen, politischen Inhalten, geeignet sind. AdressatInnen dieser Informationsübermittlung sind Jugendliche. Die sich daraus konkret ergebenden Forschungsziele und -fragen werden im folgenden, empirischen Teil behandelt.

6 Methodendesign

Dieses Kapitel bespricht zunächst die leitenden Ziele und Fragen der Studie. Im Anschluss wird grundsätzlich die Methode der Fokus-Gruppendiskussion beschrieben, sowie die konkreten Gegebenheiten dieser Untersuchung bezüglich Sampling, Studienaufbau und -durchführung diskutiert. Den Abschluss dieses Kapitels bildet die Beschreibung der Vorgehensweise bei der Transkription und bei der Auswertung der durchgeführten Diskussionen.

6.1 Erkenntnisinteresse und Forschungsfragen

Das Ziel der Studie ist es, das journalistische Potenzial von politischen Internetmemes für Jugendliche zu ermitteln. Da diese als „Digital Natives“ den Großteil ihrer Zeit im Internet verbringen, muss der Journalismus neue Möglichkeiten finden, um Jugendliche zu erreichen. Politische Internetmemes sollen als eine solche getestet werden: Werden die darin enthaltenen Informationen von Jugendlichen als Journalismus wahr- und angenommen? Konkret ergeben sich die folgenden Forschungsfragen:

FF1: Inwiefern nehmen Jugendliche Memes als eine Form von Journalismus wahr?

FF2: Welche vorrangigen Funktionen erfüllen (politische) Memes für Jugendliche und sind journalistische Funktionen ein Teil dieser?

FF3: Wie gehen Jugendliche mit den präsentierten Informationen in Memes um?

FF3.1: Inwiefern werden gezeigte Informationen kritisch hinterfragt?

FF3.2: Inwiefern nützen Jugendliche Memes als Ausgangspunkt für die weitere Informationsgewinnung?

6.2 Beschreibung der Fokus-Gruppendiskussion

Robert Merton (1946) nennt in seiner Arbeit zum fokussierten Interview erstmals auch den Begriff der „focus groups“ und gilt damit als Erfinder und Pionier der Fokus-Gruppenforschung (Littig & Wallace, 1997, S. 1) (obwohl er das für seine Zwecke gar nicht beabsichtigte). Die Methode der Gruppendiskussion in sogenannten „focus groups“ kam in den 70er Jahren zunächst in der US-amerikanischen Marketing-Forschung zum Einsatz (ebd.). Mittlerweile findet die Methode auch in der Erziehungs-, Medien-, und Gesundheitsforschung weitere Anknüpfungspunkte (siehe u.a. Basch 1987; Kitzinger 1994; Flores & Alonso, 1995; Vaughn, Schumm & Sinagub, 1996) und ist nun auch im deutschen Sprachraum zu finden.

In der Literatur werden Fokusgruppen, Gruppeninterview und Gruppendiskussion nicht einheitlich systematisiert und definiert. Während einige AutorInnen das Gruppeninterview als Ursprung von Fokusgruppen sehen (Littig & Wallace, 1997), bezeichnen andere wiederum Gruppendiskussionen als spezifische Form von Gruppeninterviews (Lamnek, 1995). Bohnsack (1999) hingegen sieht Gruppeninterviews und Gruppendiskussionen überhaupt als klar voneinander getrennte Methoden; er verwendet allerdings die Begriffe „Gruppendiskussion“ und „Fokusgruppe“ synonym. So auch Przyborski & Riegler (2010), obwohl sie ursprünglich den Versuch unternahmen Fokusgruppen und Gruppendiskussionen voneinander abzugrenzen.

„Gruppeninterviews“ können aufgrund der Literatur durchaus als eigenständige Methode abgegrenzt werden. Bei ihnen handelt es sich primär um zeitökonomische und finanzielle Erwägungen: mehrere Interviewte sollen zugleich erreicht werden (Bohnsack, 1999, S. 123).

Kitzinger (1994) ergänzt außerdem eine wesentliche, inhaltliche Komponente zur Unterscheidung von Fokusgruppen und Gruppeninterviews:

„Crucially, focus groups are distinguished from the broader category of group interviews by 'the explicit use of the group interaction' as research data” (Kitzinger, 1994, S. 103).

Während Fokusgruppen also die **Interaktionen** als primären Untersuchungsgegenstand haben, geht es bei Gruppeninterviews vor allem um die Diskussionsinhalte. Allerdings gilt die selbe „einzigartige“ Eigenschaft auch für Gruppendiskussionen! Ihre methodologische Bedeutung liegt ebenfalls in Interaktions-, Diskurs- und Gruppenprozessen für die Konstitution von Meinungen, Orientierungs- und Bedeutungsmustern (Bohnsack, 1999, S. 123).

Aus Gründen der einfacheren Handhabung sollen daher in der vorliegenden Arbeit „Fokusgruppen“ und „Gruppendiskussionen“ synonym verwendet werden. Ihre Ähnlichkeit zeigt sich auch in ihren Definitionsversuchen:

Die Fokus-Gruppendiskussion stellt eine zumeist nichtstandardisierte, mündliche Form einer Befragung von Gruppen zur Erhebung von Meinungen, Einstellungen, Verhaltensweisen, Normen und Werten dar (Lamnek, 2005). Sie ist...

... „ein Gespräch mehrerer Teilnehmer zu einem Thema, dass der Diskussionsleiter benennt [...] und das dazu dient, Informationen zu sammeln“ (Lamnek, 1998, S. 11).

Dabei werden, im Gegensatz zum Gruppeninterview, keine einzelnen Meinungen, sondern eine Gruppenmeinung abgefragt (Lamnek, 2005). „Fokussiert“ ist die Diskussion deshalb, weil die TeilnehmerInnen in Bezug auf das zu diskutierende Thema einen gemeinsamen Erfahrungshorizont haben. Sie haben also beispielsweise alle denselben Film gesehen, oder dieselbe Nachricht gelesen (Kitzinger, 1994, S. 103).

Fokusgruppen können entweder als homogene Gruppen - mit einem oder mehreren gemeinsamen Merkmalen - oder als heterogene Gruppen zusammengestellt werden. Des Weiteren kann auch zwischen natürlichen (=Gruppen, die sich auch außerhalb der Laborsituation kennen, wie z.B.: Mitarbeiter einer Abteilung) und künstlichen (= bestehen nur innerhalb der Untersuchungssituation) Gruppen unterschieden werden (Lamnek, 2005).

Fokus-Gruppendiskussionen sind besonders in der Forschung mit Jugendlichen eine beliebte und sehr geeignete Erhebungsmethode, da das Zusammensein von jungen Menschen in einer Gruppe (egal ob Cliques, Banden oder auch Schulklassen) als Besonderheit ihrer „natürlichen“ Lebenssituation angesehen wird. Daher kommen Gruppendiskussionen der lebensweltlichen Realität sehr nahe (Littig & Wallace, 1997, S. 8).

Das Ziel einer Fokus-Gruppendiskussion ist es nicht Übereinstimmung zu erzielen, sondern vielmehr möglichst viele unterschiedliche Meinungen und Facetten eines Themas zur Sprache zu bringen (Littig & Wallace, 1997, S. 2). Sie eignet sich vor allem dann als Erhebungsmethode, wenn es darum geht gruppenspezifische Effekte zu erzielen oder das Verhältnis von Individuum und Gruppe zu beschreiben (Littig & Wallace, 1997, S. 3; Lamnek, 1998, S. 78; Häder, 2010, S. 169). Daraus ergeben sich für die Methode einige Vor-, bzw. Nachteile, die im Folgenden näher erläutert werden sollen.

6.2.1 Die Vor- und Nachteile der Methode

In der Literatur werden vor allem die **Vorteile** der Fokus-Gruppendiskussion gegenüber qualitativen Einzelinterviews hervorgehoben:

So brauchen Fokusgruppen im Regelfall deutlich weniger Ressourcen für die Durchführung als qualitative Einzelinterviews mit einer ähnlichen TeilnehmerInnenanzahl (Breitenfelder, Hofinger, Kaupa & Picker, 2004). Dies gilt allerdings genauso gegenüber der quantitativen Befragung mittels Fragebogen, da diese wesentlich teurer, unflexibler und zeitaufwendiger ist (Littig & Wallace, 1997, S. 6).

Weiters können durch die spontane, unkontrollierte Äußerung in der Gruppe neue Ideen stimuliert werden, die bei Einzelgesprächen verborgen bleiben. Diese kommen zustande, weil DiskutantInnen in der speziell geschaffenen Gruppensituation eher psychische Kontrollen

abbauen (Häder, 2010, S. 268f.; Littig & Wallace, 1997, S. 3; Pelz, Schmitt & Meis, 2004; Dürrenberger & Behringer, 1999; Krüger, 1983). Generell ermöglicht die Gruppendiskussion als qualitative Methode wesentlich tiefere Einblicke in die Meinungen, Einstellungen und Verhaltensweisen der VersuchsteilnehmerInnen.

Aufgrund des kollektiven Wissensbestandes ist eine Fokusgruppe außerdem leistungsfähiger als Einzelpersonen (Pelz, Schmitt & Meis, 2004; Dürrenberger & Behringer, 1999; Krüger, 1983) und die TeilnehmerInnen haben die Möglichkeit zwischen aktiver und passiver Teilnahme zu wechseln (ebd.).

Im Vergleich zum Einzelinterview können außerdem Interviewer- bzw. Moderatoreffekte minimiert werden. Zum einen aufgrund der Gruppengröße, die ein Hervortreten des Moderators eher erschwert, und zum anderen, weil eine Zurückhaltung der Moderation Voraussetzung für eine gelungene Diskussion darstellt (Littig & Wallace, 1997, S. 6; Pelz, Schmitt & Meis, 2004; Dürrenberger & Behringer, 1999; Krüger, 1983).

Dennoch, und das soll an dieser Stelle bei den **Nachteilen** nochmals betont werden, ergeben sich bei der Gruppendiskussion – im Gegensatz zum Fragebogen – (geringe) Interviewereffekte (Häder, 2010, S. 271).

Auch für die Teilnehmenden selbst bietet die Gruppendiskussion Grenzen. So ist sie etwa nicht geeignet, um näher auf die einzelnen Individuen einzugehen, da für den Einzelnen relativ wenig Redezeit bleibt (Przyborski & Riegler, 2010, S. 445; Schulz, 2012, S. 13).

Außerdem können sich aufgrund der besonderen Konstellation nicht nur spontane Äußerungen, sondern - im Gegenteil - auch hemmende Einflüsse auf die Meinungsäußerung in Bezug auf tabuisierte oder sozial unerwünschte Themen innerhalb der Gruppe ergeben. Außerdem sind auch Mechanismen sozialer Kontrolle oder die Herausbildung von informellen MeinungsführerInnen möglich (Littig & Wallace, 1997, S. 3).

Gegenüber quantitativen Methoden ergibt sich vor allem das Problem der Generalisierbarkeit der Ergebnisse. Die Diskussion ist nämlich keine repräsentative Erhebungsform (Littig & Wallace, 1997, S. 9; Häder, 2010, S. 271).

Und schließlich ist auch die Wiederholbarkeit der Studie etwas, das nur bei quantitativen Untersuchungen möglich ist. Denn die Methoden der Zuverlässigkeitsprüfung der quantitativen Sozialforschung sind aufgrund mangelnder Standardisierung, der interpretativen Datenauswertung und der schwer kontrollierbaren Messung in der qualitativen Forschung nicht zu übernehmen (Lamnek, 1995; Häder, 2010, S. 271).

Dennoch überwiegen für die Verfasserin, insbesondere im Hinblick auf die Arbeit mit Jugendlichen, die Vorteile der vorgestellten Methode, weshalb sie auch in dieser Arbeit angewendet wird.

6.3 Das Sampling

Die ideale Zusammensetzung eines Samplings für die Fokusgruppen wird in der Literatur kontrovers diskutiert. Es kursieren unterschiedliche Meinungen darüber, ob die Gruppe eher homogen, oder heterogen sein sollte; Realgruppen, oder künstliche Gruppen gebildet werden (Littig & Wallace, 1997, S. 4). Dennoch hat die Autorin versucht anhand der Literatur eine möglichst theoretisch fundierte und gleichzeitig adäquate Wahl zu treffen:

Für die Untersuchung wurden insgesamt drei Fokus-Gruppendiskussionen durchgeführt. Zwischen drei und fünf Gruppen pro Projekt gelten als Faustregel (Morgan, 1997). Die Entscheidung drei Gruppen zu untersuchen wurde einerseits getroffen, um den Rahmen dieser Magisterarbeit nicht zu sprengen. Andererseits ist so eine gleichmäßige Aufteilung der gewählten Alterskohorten pro Gruppe möglich.

Die drei Gruppen bestehen aus Jugendlichen im Alter zwischen 14 und 19 Jahren. Konkret wurden in einer Gruppe 14- und 15-Jährige, in der zweiten Gruppe 16- und 17-Jährige und in der dritten 18- und 19-Jährige untersucht.

Die Untersuchung beschäftigt sich mit dem Informationsverhalten von Jugendlichen, engl. „Teenagern“. Die klassische Definition eines solchen ist die Altersspanne zwischen 13 (*thirteen*) und 19 (*nineteen*). In dieser Untersuchung werden allerdings die 13-Jährigen ausgeklammert. Dies ermöglicht einerseits, dass es in jeder Gruppe nur TeilnehmerInnen in zwei verschiedenen Altern gibt. Das wiederum macht ähnliche Erfahrungshorizonte wahrscheinlicher. Außerdem nimmt laut einer aktuellen JIM-Studie mit zunehmendem Alter das Interesse für das Weltgeschehen und für politische Themen zu (Feierabend, Plankenhorn & Rathgeb, 2017, S. 16). Dadurch kann auch das Informationsverhalten im Altersverlauf durch eine komparative Analyse besser untersucht werden.

Die Gruppen sind demnach in Bezug auf das Alter der ProbandInnen relativ homogen. Aber auch bezüglich eines anderen Merkmals hat sich die Verfasserin für eine Homogenität innerhalb der Gruppe entschieden: Ihr Erfahrungshorizont zum Themenschwerpunkt **Memes**. Dieser soll homogen sein, da er den Grund für die Forschung bildet und die Teilnehmenden sich diesbezüglich gut untereinander austauschen können sollen (Littig & Wallace, 1997, S. 4). Personen mit ähnlichem Hintergrund finden möglicherweise schneller einen gemeinsamen Nenner. Außerdem stimulieren Identifikations- bzw. Verbrüderungsprozesse ehrlichere und offenerere Antworten (Breitenfelder, Hofinger, Kaupa & Picker, 2004).

Die drei Gruppen mit Jugendlichen im Alter zwischen 14 und 19 Jahren bestehen aus jeweils 6 oder 7 Jugendlichen pro Gruppe. In der Literatur liest man häufig, dass die ideale TeilnehmerInnenzahl zwischen sechs und zwölf Personen liegt (Häder, 2010, S. 272; Littig & Wallace, 1997, S. 2; Schulz, 2012, S. 13).

Die TeilnehmerInnenzahl von 6 oder 7 Personen ermöglicht der Forscherin immer noch den Überblick über die einzelnen Diskussionsbeiträge zu behalten. Weiters ist es für die Autorin wichtig in ihrer Studie beide Geschlechter zu untersuchen, da Memes noch nicht hinreichend erforscht wurden, um eine sinnvolle Entscheidung bezüglich einer geschlechtsspezifischen Untersuchung zu treffen. Gleichzeitig zeigt die JIM-Studie von 2017, dass die tägliche Verwendung von Internet/Smartphone sowohl bei Mädchen (Internet: 97% /Smartphone: 98%), als auch bei Jungen (Internet: 96% /Smartphone: 96%) sehr hoch ist (Feierabend, Plankenhorn & Rathgeb, 2017, S. 14).

Zu guter Letzt fiel bei der Entscheidung zwischen Realgruppen und künstlichen Gruppen die Wahl auf Realgruppen. Diese werden auch in der Literatur präferiert, da sich hier meist fast von selbst ein lebendiges Gespräch einstellt (Przyborski & Riegler, 2010, S. 445; Schulz, 2012, S. 15). Außerdem bietet sich, wie bereits oben erwähnt, die Untersuchung von Jugendlichen in Realgruppen an, da Gruppen (egal ob Cliques, Banden oder auch Schulklassen) eine Besonderheit ihrer „natürlichen“ Lebenssituation darstellen (Littig & Wallace, 1997, S. 8).

Bei der Rekrutierung des Samples hat sich die Verfasserin der Studie gegen eine Zufallsauswahl entschieden. Die hohe Ressourcenaufwendung, die dafür notwendig wäre, steht in keinem ausgeglichenen Verhältnis zum Output, da eine statistische Repräsentativität mit dieser geringen Anzahl an Personen ohnehin nicht möglich ist (Schulz, 2012). Vielmehr wurden die ProbandInnen über die Sozialen Netzwerke rekrutiert. Mithilfe eines großen privaten Netzwerkes konnte die Autorin so Schulkollegen und Freundesgruppen (also Realgruppen) als Teilnehmende gewinnen. Die ProbandInnen wiesen weiters unterschiedliche Ausbildungsgrade (Gymnasium, Berufsschule und Universität), sowie Herkunftsländer (Österreich, Balkanländer und Türkei) auf.

6.4 Beschreibung des Untersuchungsmaterials

In diesem Kapitel beschreibt die Autorin die gewählten Memes, die den Teilnehmenden in Phase 2 der Gruppendiskussion gezeigt werden (siehe Kapitel 6.5 – Durchführung). Des Weiteren wird argumentiert, wie die Auswahl der spezifischen Memegenres getroffen wurde.

Wie bereits im Kapitel 5.3 „Memegenres – Ein Phänomen, viele Formen“ erwähnt, werden für diese Studie ausschließlich die Genres ***Photoshop-Reaktionen*** und ***Image Macros*** zur Untersuchung herangezogen. Dies hat mehrere Gründe:

Zum einen sind diese beiden Genres Weiterentwicklungen früherer, traditioneller Medienformen (Tay, 2014): Photoshop-Reaktionen entsprechen in ihrer Logik den Green Screens von Filmproduktion, da sie Teile aus einem Foto herausschneiden und in einem neuen Hintergrund platzieren. Image Macros folgen in ihrer Aufbereitung der Logik von Boulevard-Zeitungen: Ihr oberer Text entspricht einer Schlagzeile, die Aufmerksamkeit und Ambivalenz schaffen soll. Der untere Text löst dieses Spannungsverhältnis (humorvoll) auf (Tay, 2014, S. 49). Allerdings sind beide Formen – im Gegensatz zu ihren klassischen Medienentsprechungen – wesentlich leichter für die breite Masse zu produzieren und durch das Internet auch leichter zu konsumieren.

Ein weiterer Grund für die Wahl dieser Memegenres ist ihr Inhalt. Sie bieten den UserInnen aufgrund ihrer Aufbereitungsart (Bild + Text) die Möglichkeit massenmediale Inhalte zu verarbeiten. Daher werden auch so gut wie alle LOLitics – eine Kombination aus Internetmemes und politischem Humor – die nicht als Bewegtbild produziert werden, im Stil von Photoshop-Reaktionen oder Image Macros geschaffen (Tay, 2014).

Und damit wurde bereits der letzte Grund genannt: Photoshop-Reaktionen und Image Macros sind KEINE Bewegtbildprodukte (Tay, 2014). Dadurch können auch weniger technisch begabte Personen sie erstellen, was in weiterer Folge eine größere Quantität an

Untersuchungsobjekten zur Folge hat. Außerdem sind unbewegte Memes in kürzerer Zeit konsumierbar, als Videos, was besonders im Bezug auf den Kampf um die Aufmerksamkeit der RezipientInnen eine große Rolle spielt.

Die Internetmemes, die den Teilnehmenden präsentiert wurden, bestehen also aus oben genannten Gründen aus **LOLitics**, die massenmediale Informationen entsprechend der Logik von Photoshop-Reaktionen oder Image Macros aufbereitet haben. Die Auswahl erfolgte aufgrund ihrer **Aktualität**. Ein Überblick der Nachrichtenereignisse in der Woche vom 11.02.19-16.02.19 findet sich in Anhang A.

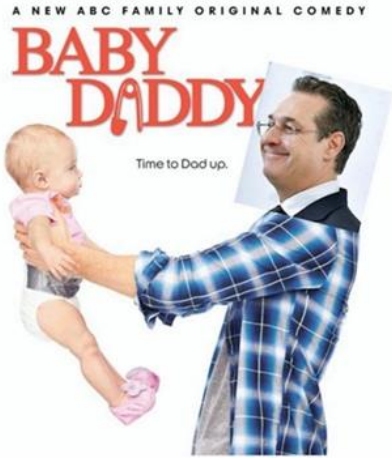
Weiters wurde auch – soweit möglich – darauf geachtet, dass die Inhalte der Memes als **allgemein bekannt angenommen** werden konnten. Konkret sollten die politischen Inhalte und Personen durch die Nachrichtenberichterstattung in den klassischen Medien nachvollziehbar sein. Und auch Elemente der Popkultur, die literarische oder kulturelle Anspielungen beinhalteten, mussten zum Allgemeinwissen von Jugendlichen gezählt werden können. Denn nach Connors (2005) können bei politischen Memes nur bei Bekanntheit dieser Faktoren gewisse Effekte erwartet werden.

Unter politischen Internetmemes wurden dabei Memes verstanden, die zumindest eine der folgenden Eigenschaften erfüllten – aber auch eine Kombination aus beiden Eigenschaften war möglich:

1. Das Bild zeigt entweder eine politische Person oder Situation, oder
2. Der Text des Memes weist auf einen politischen Inhalt hin.

Schließlich wurden für die Auswahl der Memes lediglich Plattformen herangezogen, die heutzutage von Jugendlichen (in Österreich) zum Meme-Konsum genutzt werden. Dies sind zum einen die Foto-Plattform „Instagram“, die auch diverse Meme-Accounts beinhaltet, und zum anderen die eigene Meme-Plattform „9Gag“. Dadurch ergab sich für diese Studie das folgende Meme-Sample:

Abbildung 4: Darstellung gewählter, aktueller, politischer Internetmemes

When you sell american flags to burn on iranian revolution day  Quelle: 9Gag/Politics	US JUST PASSED A BILL FOR NEW SANCTIONS AGAINST RUSSIA FOR MEDDLING  Quelle: 9Gag/Politics
„Iran MEME“ May: Let's vote about my deal. House of Commons: Your deal sucks May: Let's vote anyway. House of Commons declines the deal May:  Quelle: 9Gag/Politics	„Sanctions for Iran MEME“  Quelle: 9Gag/Politics
„May MEME“  Quelle: 9Gag/Politics	„Artikel 13 MEME“  Quelle: Instagram/zeit_in_kunst
„Emergency MEME“	„Papamonat MEME“

When your country is starving so the world sends food but you remember that starving people are easier to control:  Quelle: 9Gag/Politics	SHOULD THE WALL BE FUNDED  BY THE \$14 BILLION SEIZED FROM EL CHAPO? Quelle: Instagram/donaldtrump_2020
„Venezuela MEME“	„El Chapo MEME“
 Quelle: chris_laveau	DEMOCRATS ONLY GAVE ME \$1.375 BILLION FOR THE WALL  SO I'M GOING TO SIGN THE DEAL & DECLARE A NATIONAL EMERGENCY AS WELL! Quelle: 9Gag/Politics
„Kickl MEME“	
Venezuelan people: we are literally starving Maduro: who cares lmao what are you all going to do Venezuelan people: *declares new president* Maduro:  Quelle: 9Gag/Politics	
„Maduro MEME“	

6.5 Studienaufbau und -durchführung

Nachdem in den vorangegangenen Kapiteln einerseits die gewählte Methode näher erläutert wurde und andererseits die Wahl des Samplings und des Materials beschrieben wurde, soll dieses Kapitel die tatsächliche Durchführung der Untersuchung skizzieren. Dies beinhaltet zum einen eine Kurzbeschreibung des durchgeführten PreTests und zum anderen das Design der Fokusgruppendifkussion, sowie die Rahmenbedingungen, unter denen die Studie durchgeführt wurde.

6.5.1 Der PreTest

Vor der tatsächlichen Fokusgruppendifkussion, wurde ein Pretest mit einer kleinen Gruppe von 4 Leuten (männlich und weiblich) durchgeführt, um die Verständlichkeit der Aufgabenstellungen und Fragen, sowie einen möglichen Verlauf des Gesprächs zu testen. Das Feedback der Befragten wurde anschließend in das Untersuchungsdesign eingearbeitet. Konkret wurde die erste Aufgabenstellung umgeschrieben, da die Formulierung *„Ich habe euch einige der Memes ausgedruckt, die ihr in die WhatsApp-Gruppe gesendet habt. Was könnt ihr über diese Memes sagen? Was fällt euch zu den Memes auf? Haben sie irgendwelche Besonderheiten?“* zu ausschweifenden Diskussionen über einzelne Meme-Inhalte geführt hat. Außerdem versuchten die ProbandInnen Zusammenhänge zwischen den einzelnen Memes herzustellen, die allerdings nicht von der Forscherin beabsichtigt waren. Die Aufgabenstellung wurde daher wie folgt umformuliert: *„Ich habe euch einige der Memes ausgedruckt, die ihr in die WhatsApp-Gruppe gesendet habt. Was könnt ihr über diese Memes sagen? Warum habt ihr gerade diese geschickt, bzw. geliked?“*

Außerdem wurde der Stimulus für die erste (eher allgemeinere) Aufgabenstellung von 12 Meme-Bildern auf 8 Memes reduziert.

Nachdem aufgetretene Verständnisprobleme überarbeitet wurden, ging die Forscherin mit ihrem Erhebungsinstrument ins Feld. Der Erhebungszeitraum erstreckte sich von 15.-17. Februar 2019. Die konkreten Bedingungen unter denen die Studie durchgeführt wurde, sollen im Anschließenden erläutert werden:

6.5.2 Die Rahmenbedingungen der Studie

Die Durchführung der Studie erfolgte, wie bereits erwähnt, mit allen drei Fokusgruppen innerhalb von drei aufeinanderfolgenden Tagen. Das war notwendig, um für alle Teilnehmenden eine annähernd gleiche Aktualität der durch die Studienleiterin angesprochenen politischen Internetmemes zu gewährleisten.

Als Ort für die Diskussion wurde ein Seminarraum im Saturn Tower gewählt, da die Studienleiterin zum einen Zugriff darauf hatte und dort zum anderen alle benötigten technischen Vorrichtungen (wie Beamer, Kamera, Flipchart) vorhanden waren. Außerdem wird in der Fachliteratur darauf hingewiesen, dass für eine solche Diskussion ein ausreichend großer Raum, mit angenehmer Atmosphäre, außerhalb des täglichen Erfahrungsbereiches der TeilnehmerInnen benötigt wird. Trotzdem soll darin eine Diskussion ohne Störung von außen möglich sein (Merton, Fiske & Kendall, 1990; Krueger, 2009; Vaughn, Schumm & Sinagub, 1996). Diese Voraussetzungen waren in besagtem Raum gegeben.

Die DiskutantInnen wurden allerdings bereits vor der eigentlichen Gruppendiskussion kontaktiert. Die Autorin erstellte nach der Rekrutierung pro Untersuchungsgruppe eine WhatsApp Gruppe. Diese diente einerseits für die Festlegung eines Termins und zur Klärung von Fragen vorab. Andererseits wurde den ProbandInnen in diesen Gruppen die Aufgabe gestellt, jedes Meme, dass sie 3 Tage vor ihrer Diskussion senden, geschickt bekommen oder liken auch in die Gruppe zu posten. Diese Memes dienten anschließend als Grundlage für den ersten Teil der tatsächlichen Gruppendiskussion.

6.5.3 Das Design der Fokusgruppen-Diskussion

Der Ablauf der Diskussion wurde bei allen drei Gruppen gleich gehandhabt, um eine Vergleichbarkeit zwischen den Gruppen-Outputs ermöglichen zu können. Eingangs wurde den TeilnehmerInnen die Möglichkeit eingeräumt über belanglose Dinge zu plaudern. Weiters sollte den TeilnehmerInnen genügend Zeit gegeben werden, um sich einander vorzustellen (Merton, Fiske & Kendall, 1990; Krueger, 2009; Vaughn, Schumm & Sinagub, 1996), sollten sich einzelne ProbandInnen aufgrund unterschiedlicher Klassen nicht (gut) kennen. Die Forscherin traf währenddessen „letzte Vorbereitungen“.

Anschließend folgte die **Einleitung** in die Studie: Die Studienleiterin, bzw. Moderatorin der Diskussion, bedankte sich für das Erscheinen, umriss grob den Ablauf und fragte die ProbandInnen, ob sie die Diskussion in Ton und Bild mitschneiden darf¹¹. Nach Zustimmung schaltete sie die entsprechenden Geräte ein und räumte nochmals Raum für Verständnisfragen ein. Anschließend wies sie darauf hin, dass das Ziel der Studie am Ende der Diskussion besprochen wird.

Die Gruppendiskussion bestand aus drei Teilen: Der Einführung mit einem der Gruppe bereits bekannten Stimulus, der Vertiefung durch einen durch die Studienleiterin eingeführten Stimulus und abschließend aus einer Assoziationsaufgabe für die Teilnehmenden:

Im **ersten Teil** der Diskussion wurde den DiskutantInnen als Stimulus eine Auswahl der Memes gezeigt, die sie zuvor mit der WhatsApp-Gruppe geteilt haben. Da jede Gruppe unterschiedliche Inhalte geteilt hat, versuchte die Forscherin bezüglich der Meme-Themen eine möglichst ausgeglichene Auswahl pro Gruppe zu treffen. Die ausgewählten Memes, finden sich als Übersicht pro Gruppe in Anhang B.

¹¹ Für den auditiven und visuellen Mitschnitt wurde eine schriftliche Einverständniserklärung der DiskutantInnen eingeholt. Außerdem wurde alle Teilnehmenden eine Datenschutzmitteilung ausgehändigt.

Anschließend wurden die Teilnehmenden durch eine möglichst offene Fragestellung aufgefordert sich zu den gezeigten Memes zu äußern: *„Ich habe euch einige der Memes ausgedruckt, die ihr in die WhatsApp-Gruppe gesendet habt. Was könnt ihr über diese Memes sagen? Warum habt ihr gerade diese geschickt, bzw. geliked?“*

Das Ziel dieses Teils war es einerseits den Redefluss der Gruppe zu stimulieren, da ihnen ermöglicht wurde über Vertrautes zu reden. In Bezug auf die Forschungsfragen diente die erste Aufgabe dazu, die allgemeine Konsumation von Memes in Häufigkeit und Inhalt zu eruieren. Weiters wurde deren Funktion für die Jugendlichen ermittelt, bzw. ihre Bedürfnisse, mit denen sie sich den Memes zuwenden. Folgende implizierte Fragestellungen wurden im Rahmen der Diskussion entweder selbstständig von den Teilnehmerinnen abgehandelt, oder von der Forscherin gezielt erfragt:

- Wie sehr sind Memes Teil eures Alltags?
- Worum geht es meistens in den Memes die ihr konsumiert? Gibt es bestimmte Themen, die euch besonders interessieren?
- Warum sind Memes für euch wichtig? Sind sie überhaupt wichtig für euch?
- Warum verschickt ihr allgemein Memes an Freunde und Bekannte?

Im **zweiten Teil** präsentierte die Studienleiterin den ProbandInnen die **aktuellen**, politischen Memes (siehe Kapitel 6.4). Danach stellte die Studienleiterin folgende Frage: *„Seht euch die Memes bitte genau an. Was fällt euch dazu ein? Wie würdet ihr diese Memes einschätzen? Habt ihr sie vielleicht schon (einmal) gesehen?“*

Der zweite Teil der Studie deckte die Frage ab, ob die Jugendlichen die ihnen präsentierten Informationen in Memes sehen und verstehen, bzw. diese Informationen in Bezug auf ihre Quelle und Aufbereitungsart kritisch hinterfragen. Weiters sollte in diesem Teil geklärt werden, ob Jugendliche Memes als Ausgangspunkt für die weitere Informationsgewinnung nutzen.

Dazu dienten die folgenden Orientierungsfragen:

- Wisst ihr worum es in den Memes geht und wenn ja, woher? Wenn nicht, was vermutet ihr?
- ((Wenn nicht, erklärt die Moderatorin selbst den Hintergrund des Memes und fragt)): „Habt ihr von dem Ereignis gehört? Wo?“
- Fallen euch irgendwelche Unterschiede im Vergleich zu den Memes ein, die ich euch zuerst gezeigt habe?
- Wie schätzt ihr diese Memes ein? Was glaubt ihr, von wem und zu welchem Zweck wurden sie gemacht?
- Wie geht ihr mit Memes um, die ihr nicht versteht? Was macht ihr dann? / Bzw. wenn ihr die Memes heute sehen würdet, was würdet ihr dann machen?

Den **dritten und letzten Teil** der Gruppendiskussion bildete eine Assoziationsaufgabe mittels Plakat: Die Autorin präsentierte den Teilnehmenden ein Plakat, auf dem das Wort „Journalismus“ geschrieben stand und forderte die Jugendlichen dazu auf eine Art Mindmap zu erstellen: *„Ihr seht hier ein Plakat mit dem Wort „Journalismus“ drauf. Ich würde euch bitten, dass ihr einzeln vorkommt und alles aufschreibt was euch zu diesem Wort einfällt. Erklärt bitte auch dazu, warum ihr dieses Wort aufschreibt.“*

Als zusätzliche Aufforderung gab die Moderatorin bei Bedarf auch den Hinweis: *„Denkt vielleicht auch daran, wie ihr euch über das Tagesgeschehen informiert? Was macht Journalismus? Was gehört alles dazu? Was ist das überhaupt? Vielleicht hilft euch das auch“.*

Dieser Teil handelte den Themenschwerpunkt „Journalismus“ und „klassische Medien“ ab, der mit Memes in Relation gesetzt werden sollte. Am **Ende der Diskussion** wurden offene Fragen geklärt, bzw. das Ziel der Studie erklärt. Weiters wurden die TeilnehmerInnen gebeten die Inhalte und Ziele nicht an andere ProbandInnen der Studie weiterzusagen.

6.6 Beschreibung der Vorgehensweise

Nach der Durchführung der Studie wurden die erhobenen Daten zunächst verarbeitet, um für die Analyse verwendet werden zu können. Dieses Kapitel widmet sich dieser Verarbeitung. Im ersten Schritt soll genauer erläutert werden, welchen Regeln die Transkription der Gespräche gefolgt ist, um eine bessere Nachvollziehbarkeit zu gewährleisten. Der zweite Teil des Kapitels widmet sich einer genaueren Beschreibung der Analysemethode der „dokumentarischen Interpretation“ nach Ralf Bohnsack. Außerdem wird erläutert welche Kriterien für die Auswahl der zu interpretierenden Passagen ausschlaggebend waren.

6.6.1 Vorgehensweise bei der Transkription

In einem ersten Schritt wurden alle drei Gruppendiskussionen vollständig transkribiert.¹² Da es innerhalb der Diskussion häufig zu Überlappungen oder zu gleichzeitigem Sprechen kommt, bedarf es bestimmter Transkriptionsregeln, um diese Gegebenheiten verschriftlichen zu können. Abbildung 5 zeigt die Transkriptionsrichtlinien, die in dieser Arbeit zur Anwendung gekommen sind.

Zusätzlich wurden die Transkripte am linken Rand vollständig durchnummeriert. Die Zeilennummerierung dient hierbei der Zuordnung eines Zitates aus einer beliebigen Passage, beziehungsweise stellt dar, in welchen Verlauf dieses einzuordnen ist. Daher wurden auch alle Transkripte fortlaufen nummeriert. Wenn also beispielsweise das Transkript von Gruppe 1 bei der Zeilennummer 100 aufhört, beginnt das Transkript von Gruppe 2 bei Zeilennummer 101.

¹² Aus Datenschutzgründen wurden die gesamten Transkripte nicht der Arbeit beigelegt. Allerdings wurden sie zu Benotungszwecken dem Betreuer zur Verfügung gestellt.

Abbildung 5: Richtlinien der Transkription (Granzner-Stuhr, 2009, S. 5)

<u>Zeichen</u>	<u>Bedeutung</u>
└	Beginn einer Überlappung bzw. direkter Anschluss beim Sprecherwechsel
(.) bzw. (3)	Kurze Pause bzw. Anzahl der Sekunden, die eine Pause dauert
<u>nein</u>	Betont gesprochen
nein	Laut gesprochen (in Relation zur üblichen Lautstärke des Sprechers)
°nein°	Sehr leise (in Relation ...)
viellei-	Abbruch eines Wortes
Nei::n	Dehnung – die Häufigkeit vom : entspricht der Länge der Dehnung
(doch)	Unsicherheit beim transkribieren
()	Unverständliche Äußerung – Länge der Klammer entspricht ca. der Dauer der unverständlichen Äußerung
((spielt))	Kommentar bzw. Anmerkung zu parasprachlichen, nicht-verbalen oder gesprächsexternen Ereignissen
@(.)@, @(3)@, @nein@	Kurzes Auflachen, drei Sekunden lachen, lachend gesprochen

Den TeilnehmerInnen wurden jeweils mit ihrem Anfangsbuchstaben bezeichnet. Dem jeweiligen Buchstaben wurde außerdem, je nach Geschlecht, ein ‚f‘ für feminin oder ein ‚m‘ für maskulin hinzugefügt. Zu guter Letzt wurde dahinter auch noch das Alter der betreffenden Person mit einer Zahl zwischen 14 und 19 angeführt. Diese Zuordnung blieb bei allen Erhebungen bestehen. Wurde eine Äußerung mehreren TeilnehmerInnen zugewiesen, wurden alle einzeln angeführt. Traf eine Aussage auf die gesamte Gruppe zu, wurde dieser Redebeitrag mit „Alle“ bezeichnet. Die Forscherin, bzw. Moderatorin der Diskussion erhielt die Bezeichnung „Ich“.

6.6.2 Vorgehensweise bei der Auswertung

Die Auswertung der Diskussion erfolgte mithilfe der dokumentarischen Interpretation nach Ralf Bohnsack, welche folgende vier Schritte unterscheidet (Bohnsack, 1999):

1. die formulierende Interpretation,
2. die reflektierende Interpretation,
3. die Diskurs- oder Fallbeschreibung,

4. die Typenbildung.

Bohnsack (1999) schlägt vor, diese Schritte jeweils für die Eingangspassage, die inhaltlich dichteste Transkriptpassage, sowie die inhaltlich relevante Transkriptpassage durchzuführen. Aufgrund der Datenmenge wurden in der vorliegenden Arbeit allerdings nur die jeweils inhaltlich relevantesten Transkriptpassagen der drei Diskussionsteile ausgewertet. Die inhaltliche Relevanz wurde dabei in Bezug auf die Forschungsfragen, sowie die damit zusammenhängenden Diskussionsleitfragen, bemessen:

FF1: Inwiefern nehmen Jugendliche Memes als eine Form von Journalismus wahr?

- Worum geht es meistens in den Memes die ihr konsumiert? Gibt es bestimmte Themen, die euch besonders interessieren?
- Assoziationsaufgabe Journalismus

FF2: Welche vorrangigen Funktionen erfüllen (politische) Memes für Jugendliche und sind journalistische Funktionen ein Teil dieser?

- Warum habt ihr gerade diese geschickt, bzw. geliked?
- Wie sehr sind Memes Teil eures Alltags?
- Warum sind Memes für euch wichtig? Sind sie überhaupt wichtig für euch?
- Warum verschickt ihr allgemein Memes an Freunde und Bekannte?

FF3: Wie gehen Jugendliche mit den präsentierten Informationen in Memes um?

- Wisst ihr worum es in den Memes geht und wenn ja, woher? Wenn nicht, was vermutet ihr?
- ((Wenn nicht, erklärt die Moderatorin selbst den Hintergrund des Memes und fragt)):
„Habt ihr von dem Ereignis gehört? Wo?“

FF3.1: Inwiefern werden gezeigte Informationen kritisch hinterfragt?

- Wie schätzt ihr diese Memes ein? Was glaubt ihr, von wem und zu welchem Zweck wurden sie gemacht?

FF3.2: Inwiefern nützen Jugendliche Memes als Ausgangspunkt für die weitere Informationsgewinnung?

- Wie geht ihr mit Memes um, die ihr nicht versteht? Was macht ihr dann? / Bzw. wenn ihr die Memes heute sehen würdet, was würdet ihr dann machen?

Die anhand dieser Fragestellungen abgeleiteten „inhaltlich relevanten Passagen“ wurden dann mithilfe der vier Schritte der dokumentarischen Interpretation ausgewertet. Diese vier Schritte sollen im Folgenden etwas konkreter erläutert werden:

Bei der **formulierenden Interpretation** werden die für die Interpretation ausgewählten Passagen paraphrasiert (Bohnsack, 1999, S. 149). Dies geschieht durch eine zusammenfassende (Re-)Formulierung des immanenten Sinngehalts, innerhalb des Orientierungsrahmens der Gruppe. Während dieser Phase dient der Diskussionsrahmen noch nicht der begrifflich-theoretischen Explikation. Die Passagen werden lediglich zu Themenblöcken und Unterthemen angeordnet, um sie übersichtlicher zu machen.

Erst im zweiten Schritt, bei der **reflektierenden Interpretation**, erfolgt die Rekonstruktion und Explikation des Orientierungsrahmens, innerhalb dessen das Thema behandelt wurde (Bohnsack, 1999, S. 150f.). Dieser Rahmen wird durch die negativen und positiven Gegenhorizonte, sowie deren Enaktierungspotentiale – also Handlungspotentiale – sichtbar. Es geht also darum, wie das Thema erarbeitet wurde. Dieser Bezugsrahmen der reflektierenden Interpretation ist der Ansatz der komparativen Analyse mit den anderen Gruppen. Durch diese Diskursorganisation ist es möglich, zu erfahren, ob Orientierungen geteilt werden oder nicht.

Um die Diskursorganisation beschreiben zu können ist ein Begriffsinventar nötig. Dieses findet sich in Anhang C.

Anschließend wird in Schritt drei eine **Diskursbeschreibung** durchgeführt. Hier wird die gesamte Diskussion im Sinne einer Fallbeschreibung dargestellt, wobei sowohl die zentralen Orientierungen und Rahmenkomponenten beschrieben werden, als auch die dramaturgische Entwicklung, angefangen bei der Themeninitiierung, über die dramaturgische Steigerung bis hin zur Konklusion (Bohnsack, 1999, S. 155f.).

Die abschließende **Typenbildung** enthält Bezüge zwischen spezifischen Orientierungen einerseits und den Erlebnishintergründen andererseits (Bohnsack, 1999, S. 158). Dafür werden die bisher gesammelten Erkenntnisse der komparativen Analyse herangezogen, um daraus die vorhandenen Typen zu extrahieren.

7 Auswertung und Interpretation der Gruppendiskussionen

In diesem Kapitel werden die erhobenen Diskussionsdaten mithilfe der dokumentarischen Interpretation nach Ralf Bohnsack ausgewertet. Dafür wird die Methode jeweils auf die drei Gruppendiskussionen angewendet. Die Auswertung gliedert sich dabei einerseits nach den drei Gruppen und andererseits nach den drei Teilen der Gruppendiskussion: Der Präsentation des allgemeinen Meme-Stimulus, der Präsentation der politischen Memes und der Assoziationsaufgabe. Als Ergänzung zur Textinterpretation wurden die Gestiken und Mimiken visuell mitgeschnitten und anschließend in Kombination mit dem Gesagten interpretiert.

7.1 Auswertung Gruppe 1

Die folgenden Ausführungen beziehen sich auf die Gruppe der 14/15-Jährigen. Die Gruppe besteht aus insgesamt 7 Personen, die sich aus der Schule kennen, bzw. zum Teil ehemalige, bzw. aktuelle KlassenkollegInnen sind. Mit Gruppe 1 wurde die allererste Gruppendiskussion durchgeführt und zwar am So, 17.02.19, zwischen 8:30 Uhr und 11:30 Uhr.

Abbildung 6: Teilnehmendentabelle Gruppe 1

Person	Alter	Geschlecht
Lm15	15	männlich
Af14	14	weiblich
Hf14	14	weiblich
Mf15	15	weiblich
Sf15	15	weiblich
Mm15	15	männlich
Km15	15	männlich

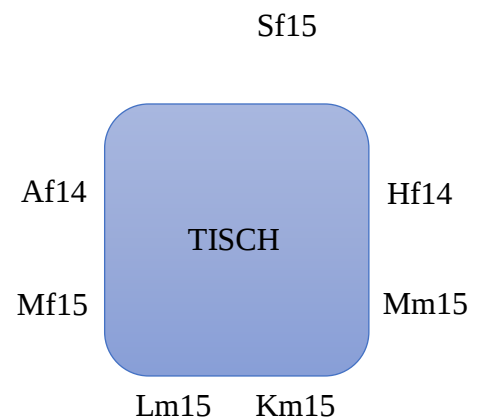


Abbildung 7: Sitzordnung Gruppe 1

7.1.1 Transkription: Der allgemeine Meme-Stimulus

Aus Teil 1 der Gruppendiskussion 1 wurden insgesamt 4 Passagen herausgesucht, die für die Beantwortung der Forschungsfragen inhaltliche Relevanz haben. Ihre Transkription soll im Folgenden aufgeführt werden:

- 201 Ich: (...) die Frage (.) an euch so was (.) wenn ihr hald Memes euch anschauts was is das dann
 202 meistens.
 203 (4) Hf14: Relatable (.) Ja ich hab mir auch die ganze Zeit gedacht relatable
 204 └ Af14: Relatable (.) **ja oh mein gott** ((zeigt mit Finger auf Hf14))
 205 └ Mf15: Ja ich hab ich hab genau das hab ich mir auch überlegt
 206 └ Lm15: Ja (.) ihr (.) ihr habt hald
 207 alle ((zeigt auf die Mädels)) so (.) Memes reingeschickt wo man gut relaten konnte und
 208 └ Mm15
 209 ((lacht auf und hält das „Doktor MEME“ hoch)): Do you relate to this?
 210 └ Km15: @ (2) @
 211 └ Lm15: @ (3) @ Ja das nicht (.) ich red jetzt nicht von dir
 212 aber (.) ich hab da Memes reingeschickt die sind (.) ja (.) teilweise etwas rassistisch (.) @und
 213 also@
 214 └ Mm15: Es sind verletztende ()

215 ⊥ Af14: (er hat gesagt) **ganz wenig weil** ganz wenig offensive
216 ⊥ Lm15: Aber nur ein ganz kleines
217 bisschen. (.) aber weil, wir schicken die hald (.) ich weiß sie sind hald (unserer Meinung nach)...
218 ⊥ Af14: Das ja is nicht
219 lustig
220 ...lustig(.) aber wir nehmens hald nicht ernst (.) also wir vertreten jetzt nicht diese Meinung
221 wenn da jetzt (.) irgendwie sowas
222 ⊥ Mm15: Wir machen uns hald einfach lustig über...
223 ⊥ Mf15: Der der Jakob
224 ((nicht anwesende Person, scheinbar ein Freund der Clique)) hat gemeint dass es schwarzer
225 Humor is
226 ⊥ Mm15: Ja is doch egal oder ((blickt Unterstützung suchend zu Lm15)) ein bisschen
227 schwarzer Humor schadet nicht
228 ⊥ Lm15 und Km15: @ (3) @
229 ⊥ Hf14 ((sagt zynisch und zieht dabei die
230 Augenbrauen hoch)): Bisschen
231 ⊥ Af14: **Bisschen** sehr viel
232 ⊥ (2) Mf15: Okay @(.)@
233 ((Stille, alle lachen peinlich berührt; Mm15 sagt „Crinch“; wieder Gelächter))

Inzwischen wird über schwarzen Humor und Memes gesprochen, die für die Mädchen der Gruppe gewisse Grenzen überschreiten, für die Burschen allerdings einfach nur lustig sind. Dann wird am vorigen Thema wieder angeknüpft. Hier soll auch in der Transkription wieder eingestiegen werden:

331 Mf15: Also es ging um relatable Memes und so (.) so
332 └ Hf14: So was hald grad in der Welt so
333 passiert so (.) pop culture
334 └ Af14: The @jodel kid@?
335 └ Mf15: Nein (.) 21 Savage
336 └ Hf14: @Ja@
337 └ Mm15: **Oh mein** die sind so geil
338 └ Af14: Die warn **geil** (.)
339 die warn so lustich
340 └ Mf15: Nei:::n
341 └ Mm15: 21 Savage how to America ((streckt die Hände über den Kopf wie
342 bei einem Köpfler)) └ Af14: Okay aber am Anfang wars aber lustig
343 ((nickt energisch)) (.) zum Beispiel das mit dem Flugzeug war geil
344 └ Sf15: @Ja eh@ └ Hf14: aber dann war einfach
345 meine ganze Timeline voll damit (.) also sie habens am Ende übertrieben dann weil dann war
346 wirklich meine ganze Timeline
347 └ Af14 und Mf15: Ja
348 └ Sf15: Mhm
349 └ Mf15: Es war dann hald echt viel und ich dacht
350 mir so okay er war jetzt nicht so toll
351 └ Af14: Also am Anfang war lustig aber dann wars schon
352 so └ Mm15: Jo

353 Lm15: Aber er is jetzt echt Engländer, oder?
 354 └ Mf15: Ja sicher (.) aber ich finds jetzt nicht so schlimm
 355 also es is jetzt nicht so als hätte er └ Af14, Sf15 und Hf14: Ja:
 356 └ Lm15: Ja ich find England eh viel geiler als Amerika ((Mf15
 357 grinst ihn an und die beiden stoßen zur Zustimmung die Fäuste zusammen))

Die nächste Transkriptpassage beginnt direkt nach einer Intervention der Forscherin, bei der die Teilnehmenden dazu aufgefordert wurden zu sagen, warum, bzw. ob überhaupt Memes für sie wichtig sind:

499 └ Hf14 ((zuckt mit den Schultern)): Ich könnte ohne auch leben
500 └ Af14: Mhm
501 └ Mm15: Ja
502 └ Lm15
503 ((schüttelt widersprechend den Kopf und flüstert zu Km15)): °Also ich nicht°
504 └ Km15: °Ich auch
505 nicht° └ Mf15: Also wenn wenn sie in
506 der Timeline sind dann schau ich sie mir schon an aber es ist jetzt nicht so ((setzt eine affektierte
507 Stimme auf)) oh my god (.) Memesession └ Hf14: Ja
508 └ Hf14: I have to
509 └ Lm15: Ja aber es war nicht
510 └ Mf15 ((zeigt mit Finger auf Jungs)): Bei
511 euch schon ihr folgt nur Memeseiten ((Alle Burschen lachen)) wenn man auf Lm15s Handy
512 geht auf Instagram (.) findest du vielleicht ein Foto (.) von irgendeiner lebenden Person (.)
513 @und nicht irgendwer@
514 └ Mm15: @in einem Meme@ ((alle Burschen lachen))
515 └ Lm15: Nein (.) es is hald (2) wann
516 immer du auf Instagram gehst (.) bringt es dich zum Lachen └ Mm15:
517 Dank-Memes └ Sf15: Ja
518 └ Hf14 und Af14: Ja
519 └ Mm15: Es
520 erfüllt (.) it cures my depression @(.)@
521 └ Af14: Man merkt, dass nicht jeder Mensch so (.)
522 miserabel lebt (.) wie man @selbst (.) keine Ahnung (.) echt manche Dinge die einfach alle
523 Menschen machen es ist so weird └ Hf14: Ja
524 └ Sf15: Ja voll
525 └ Hf14: Mhm (2) so man denkt, dass man
526 └ Af14: Ja so
527 **checking your fridge** zum Beispiel (.) man geht alle 5 Minuten wieder dorthin
528 └ Hf14: Man man @denkt das dort alles@
529 └ Mm15: @What you check your fridge@
530 └ Hf14: Man denkt
531 man is die einzige Person die das macht und dann gibt's so ein Meme mit dem man dann so
532 ((mit höherer Stimme)) ah okay andere machen das auch @(.)@
533 └ Mf15: Ja:: oh mein Gott (.) ja das
534 is so
535 └ Hf14: Ich denk mir immer so ich mach ur komische Dinge aber dann seh ich irgendein
536 @Meme drüber@

537 └ Sf15: Ja voll
538 └ Mf15: Ja oh mein Gott das is so:: (.) ähm (.) wie nennt man das? (2) keine Ahnung
539 aber (3) ich muss dir Recht geben ((nickt Hf14 zu))

Auch die letzte Transkriptpassage aus Abschnitt 1 der Gruppendiskussion beginnt direkt nach einer Intervention durch die Forscherin:

782 Ich: Okay a::hm u::m dieses (.) um diesen (.) Gesprächsblock äh mal abzuschließen nochmal
783 abschließend (.) ä::hm warum ä:h schickts ihr Memes an Freunde und Bekannte?
784 (1) Mm15: Was lustiges teilen
785 └ Lm15: Also entweder wenn man
786 └ Hf14: ich schicks aber nur meinen Freunden ich
787 zeigt nie mein Eltern
788 └ Mf15: Ne::in
789 └ Af14: **Meine Eltern sind immer so „wer ist das?“**
790 └ Sf15: Weil wenn Eltern vorkommen (.) und so meine Eltern (.) nein
791 └ Af14: Das
792 was ich meinem Vater └ Lm15: Also
793 wenn es ein Meme is (.) wo du hald ur an den anderen denken musst und so oh mein Gott das
794 is so der und der und dann (.) (schickst dus im hald)
795 └ Hf14: Nein (.) wenn ichs meinen Eltern
796 └ Mf15: Oder wenn wir dr- wir reden ur oft über Sachen und
797 dann kommt das und dann is es immer so
798 └ Hf14: Wenn ichs mein Eltern zeige dann hinterfragen sie alles so „Von wo is das?
799 Wie lange folgst du diesem Account schon? Wer wie postet was?“ └ Sf15: Ja so „Wer
800 is das im Video“ └ Mm15 zu Lm15: Kannst dich erinnern wo wir meinen
801 Eltern einmal so (.) Memes gezeigt haben? (.) und sie so (.) „Wieso ist das- (.) warum lacht ihr
802 darüber?“ └ Af14 zu Hf14: Kannst dich erinnern was
803 ich dir mal erzählt hab wo mir meine Cousine ein Meme geschickt hat? (.) Dass ich fett (
804 (.) und ich so zu ihr „Nennst du mich fett?!“ (.) sie war 19 und ich 13 oder so (.) und sie so „ja
805 fetter als ich“ und ich war so ((greift sich mit dem Finger an die Schläfe))
806 └ Sf15 und Hf14: Okay
807 └ Mf15: Ich hab
808 meinem Vater ein Mal ein Meme gezeigt (.) das war das mit dem (2) we::r (.) okay nein (.)
809 braucht ich jetzt nicht erklären └ Lm15: Meine Mutter (.)
810 ich hab meiner Mutter irgendwie so dreißig Mal erklärt was Memes sind (.) und sie verstehts
811 noch immer nicht
812 └ Sf15: Mein Vater sagt immer @Mämäs@ ((alle lachen))
813 └ Af14: Ur süß
814 └ Km15: Ich
815 traue mich nicht Memes (.) die ich lustig finde meinen Eltern zu zeigen
816 └ Lm15: **Ja ich auch nicht**
817 └ Mf15: Ja kein Wunder
818 ((hält „Mathclass MEME“ hoch)) (.) @schau euch das an@ ((alle Burschen lachen))
819 └ Sf15: Wir
820 wir ham (.) wir ham sogar eine Familiengruppe (.) auf Instagram
821 └ Lm15: Ja ich mein solche Memes
822 schick ich dann nur dem Mm15 oder dem Km15 ((Die Burschen lachen))

823 Sf15: Okay (.) wieso schicken wir Memes (.) weiter (.) wir schicken sie weil
824 └ Af14: Weil wir denken dass andere es
825 checken └ Mf15: Weil sie lustig sind (.) und wenn
826 ich an euch denke wenn ich sie sehe
827 └ Hf14: Mhm
828 └ Sf15: Wir wollen diese Lustichkeit mit anderen teilen
829 └ Mf15:
830 Ja diesen Spaß diese Freude
831 └ Mm15: Sozialen Kontakt
832 └ Lm15: Also soll ich meine Memes jetzt auch immer euch schicken?
833 └ Hf14: Und sonst würd ich @mit niemandem reden@
834 └ Sf15: Was?
835 Lm15: soll ich meine Memes jetzt auch immer euch schicken?
836 └ Sf15 ((lacht nervös)): lass es
837 lieber

7.1.1.1 Formulierende Interpretation: Der allgemeine Meme-Stimulus

Die oberhalb angeführten Transkriptpassagen werden in diesem Abschnitt – wie bereits erwähnt – zu Ober- (OT) und Unterthemen (UT) zusammengefasst, um das Gesagte besser zu strukturieren.

201-233 und 331-357 OT: Themen von konsumierten Memes

201-202	Frage durch die Forschungsleiterin („Ich“) nach den Meme-Themen
203-207	Alle Memes die in die Gruppe geschickt wurden sind „relatable“, die Jugendlichen können sich also damit identifizieren. Insbesondere die Mädchen haben Memes in die Gruppe geschickt mit denen man „relaten“ konnte.

208-232 UT: Grenzen von Memes

208-209 Es wird auf eines der Memes aufmerksam gemacht zu dem man eindeutig nicht „relaten“ kann. Es handelt sich dabei um ein Meme, das schwarzen Humor zum Ausdruck bring

211-215 Rassismus und verletzende Inhalte werden mit solcher Art von Memes in Verbindung gebracht. Sie sind sehr „offensive“.

216-222 Es wird versucht eine Erklärung dafür zu finden, warum solche Memes als lustig empfunden werden. Dabei entsteht eine Diskussion zwischen Burschen und

- Mädchen, ob solche Inhalte nun lustig sind, oder nicht. Die Burschen versuchen ihr Humorverständnis dadurch zu relativieren, dass sie sich nicht selbst mit den Aussagen der Memes identifizieren „also wir vertreten jetzt nicht diese Meinung“.
- 223-225 Die Definition solcher Memes als „schwarzer Humor“ wird festgelegt
- 226-232 Es wird aufgebracht, dass „ein bisschen schwarzer Humor nicht schadet“. Diese Aussage wird allerdings von Mädchen und Burschen unterschiedlich aufgenommen. Die Mädchen vertreten dabei die Meinung, dass die Definition „bisschen“ nicht ganz zutrifft. Die Burschen hingegen unterstützen sich bei dieser Aussage gegenseitig - wenn auch teilweise nonverbal.
- 233 Die Passage endet mit Gelächter und peinlichem Schweigen in dem erwartet wird, was als nächstes zu tun ist.
- 331-335 UT: Weitere Meme-Themen werden gesucht**
- Es wird wieder beim Thema „relatable Memes“ angeschlossen und diese etwas genauer ausgeführt. Gemeint sind damit auch Memes über „was halt grad so in der Welt passiert“ und „pop culture“. Für diese „Pop culture“ werden zwei Beispiele angeführt nämlich „Jodel Kid“ und „21 Savage“ (334-335).
- 337-355 UT: 21 Savage**
- 337-340 Die 21 Savage-Memes werden von manchen TeilnehmerInnen als lustig empfunden, von manchen nicht.
- 341-344 Beispiele solcher 21 Savage-Memes werden angesprochen, ohne diese allerdings näher auszuführen. Es fallen nur Sätze wie „21 Savage how to America“ oder „zum Beispiel das mit dem Flugzeug war geil“. Trotzdem werden diese Kurzbeschreibungen der Memes von den Teilnehmenden verstanden und von den 21 Savage-Fans auch als lustig empfunden.

- 344-352 Ein Wendepunkt wird ausgemacht, nach welchem die Memes allgemein nicht mehr als lustig empfunden wurden, nämlich, als „die ganze Timeline voll damit“ war. Das wird von allen Mädchen als „übertrieben“ und „echt viel“ wahrgenommen. Ab diesem Zeitpunkt werden die Memes auch tendenziell als weniger lustig wahrgenommen.
- 353-357 Die tatsächliche Staatszugehörigkeit von 21 Savage als „Engländer“ wird hinterfragt und bejaht. Danach gibt es noch eine Argumentation darüber, dass Engländer sein als „nicht so schlimm“ empfunden wird. Mf15 und Lm15 werden sich dabei einig, dass „England eh viel geiler als Amerika“ ist und beenden diese Diskussion, indem sie zustimmend die Fäuste zusammenstoßen.
- 499-508 OT: Bedeutung von Memes für die Jugendlichen**
- Einige Teilnehmende könnten laut eigener Aussage durchaus auch ohne Memes leben. Andere, ausschließlich Burschen, könnten das nicht. Allerdings werden sie „wenn sie in der Timeline sind“ dann schon auch angeschaut, aber nicht wie bei einer „Memesession“, die mit einem zwanghaften Memes schauen verbunden wird.
- 510-514 UT: Burschen folgen auf Instagram nur Meme-Seiten**
- Der Instagram-Feed der Burschen besteht laut den Mädchen aus keinen normalen Fotos von einer „lebenden Person“, sondern ausschließlich aus Meme-Seiten. Die Burschen widersprechen der Aussage nicht, sondern bringen den Scherz zu einem Höhepunkt, indem sie meinen: Und selbst das Foto einer „lebenden Person“ wäre dann Bestandteil eines Memes.

515-539 OT: Funktionen von Memes für Jugendliche

515-520 Memes bringen die Jugendlichen zum Lachen. Das wird insbesondere als wichtige Funktion angesehen, wenn man selbst schlecht gelaunt ist „it cures my depression“.

521-539 Man fühlt sich mit seinen Eigenheiten nicht allein, es gibt laut Memes „echt manche Dinge die einfach alle Menschen machen“. Ein Beispiel dafür ist „checking your fridge“ zu dem es auch einige Memes gibt. Erst durch die Memes wird einem bewusst, dass man scheinbar nicht die einzige Person ist, die diese Verhaltensweisen hat. Darüber stimmen insbesondere die Mädchen alle überein.

782-837 OT: Mit wem und warum werden Memes mit anderen geteilt?

782-783 Aufforderung an die Jugendlichen durch die Forschungsleiterin („Ich“) zu erzählen, warum sie Memes an Freunde und Bekannte schicken.

784 Mm15 nennt als einen Grund, dass man „was lustiges teilen“ möchte.

786-792 UT: Memes sind nur für Freunde, nicht für Eltern

Hf14 sagt, dass sie Memes nur Freunden und nicht ihren Eltern schicken würde. Die anderen Stimmen zu, da Eltern sich nie das Meme ansehen sondern „immer so ,wer ist das“ fragen.

792-794 OT: Mit wem und warum werden Memes mit anderen geteilt?

Lm15 nennt als weiteren Grund, weshalb er Memes verschickt, wenn ihn das Meme an eine Person erinnert und er sich denkt „oh mein Gott das is so der und der“. Dann verschickt er das Meme an die betreffende Person.

796-797 Mf15 fügt noch als Grund hinzu, wenn das Meme zu einem Gesprächsthema passt, das gerade in der Gruppe diskutiert wird.

798-822 UT: Memes sind nur für Freunde, nicht für Eltern

Während zwischenzeitlich kurz Gründe genannt werden, weshalb Memes an gewisse Personen verschickt werden, dreht sich das eigentliche Hauptthema des Gesprächs immer noch um „Eltern und Memes“. Alle scheinen hier ähnliche Erfahrungen gemacht zu haben, dass Eltern immer wissen wollen „Von wo is das?“ oder „Wer is das im Video“. Weiters zeigt eine Anekdote von Mm15, dass Eltern offenbar den Humor von Memes nicht nachvollziehen können.

802-806 Af14 erzählt anschließend eine Anekdote über ihre Cousine, die ebenfalls den Humor von Memes nicht verstanden zu haben scheint und sie benutzt, um andere zu beleidigen.

807-809 Mf15 beginnt ebenfalls eine Anekdote über ein Meme zu erzählen, das sie ihrem Vater gezeigt hat, unterbricht die Geschichte allerdings mit dem Satz „okay nein braucht ich jetzt nicht erklärn“.

809-811 Lm15 merkt an, das scheinbar nicht nur das Humorverständnis sondern das generelle Verständnis fehlt, was ein Meme sein soll. Seine Mutter „verstehs noch immer nicht“.

812-813 Auch die Aussprache scheint für manche Eltern eine Herausforderung zu sein: „Mein Vater sagt immer @Mämäs@“. Diese Tatsache wird von allen Teilnehmenden als lustig empfunden.

814-818 Ein weiterer Punkt, der angesprochen wird, ist, dass man sich oft gar nicht traut, Memes die man selbst lustig findet, seinen Eltern zu zeigen. Mf15 findet das aufgrund der Vorliebe der Burschen zu schwarzem Humor auch nicht weiter verwunderlich.

820 Sf15 erzählt noch, dass sie „sogar eine Familiengruppe auf Instagram“ hat.

823-837 OT: Mit wem und warum werden Memes mit anderen geteilt?

Die ProbandInnen besinnen sich wieder zurück auf die Ursprungsfrage und versuchen diese zu beantworten. Als Gründe werden genannt „Weil wir denken dass andere es checken“, ebenso wie, weil man sie selbst lustig findet oder sie einen an eine andere Person erinnern. Auch weil man „diese Lustichkeit mit anderen teilen“ möchte.

831-337 Mm15 führt als Grund auch noch den „Sozialen Kontakt“ an, woraufhin Lm15 die Mädchen fragt ob er seine Memes „jetzt auch immer“ ihnen schicken soll. Sf15 meint dazu „lass es lieber“.

7.1.1.2 Reflektierende Interpretation: Der allgemeine Meme-Stimulus

Im zweiten Schritt erfolgen nun die Rekonstruktion und Explikation des Orientierungsrahmens der Gruppe. Um deren Diskursorganisation beschreiben zu können, bedarf es allerdings eines speziellen Begriffsinventars. Dieses findet sich in Anhang C.

201-202 *Erzählaufforderung durch „Ich“*

203-207 *Proposition durch Hf14 und Validierung durch Af14 und Mf15 und Elaboration durch Lm15*

Hf14 überlegt erst kurz, benennt dann aber die Art von Memes, die sie konsumiert, mit dem Begriff „relatable“. Bereits im vorherigen Diskussionsverlauf hat sich abgezeichnet, dass die Jugendlichen vor allem solche Memes lustig finden, zu denen sie selbst einen Bezug haben. Dies zeigt sich hier auch in Form von validierenden Reaktionen durch Af14 und Mf15 auf die Aussage von Hf14. Lm15 stimmt Hf14 ebenfalls zu und betont, dass vor allem die *Mädchen* solche „relatable Memes“ in die Gruppe geschickt haben.

208-233 *Antithese durch Mm15, Elaboration im Modus der Exemplifizierung, weitere Elaboration durch Mm15 und Af14, Ratifizierung und Elaboration im Modus einer Argumentation, Elaboration durch Mm15, Proposition durch Mf15, Elaboration, Validierung durch Km15, Ratifizierung durch Hf14, Elaboration durch Mf15 und schließlich rituelle Konklusion*

Mm15 widerspricht durch die zynische Aussage „Do you relate to this?“ (209) der aufgeworfenen Proposition, dass alle Memes, die die Gruppe konsumiert „relatable“ sind. Lm15 antwortet mit „Ja das nicht“ (211), führt aber weiter aus, weshalb solche Memes ((Anm.: gemeint sind Memes mit schwarzem Humor, das wird jedoch erst später erwähnt)) trotzdem lustig sind. Mm15 bezeichnen diese Art von Memes als „verletzende“ (214) und Af14 fügt sarkastisch hinzu „ganz wenig offensive“ (215). Lm15 führt das weiter in sarkastischer Weise aus „Aber nur ein ganz kleines bisschen“. Er versucht weiter auszuführen, dass er den Unmut über solche Memes teilweise nachvollziehen kann, argumentiert aber auch, dass es die Memes zwar lustig findet, aber nicht die Meinung vertritt, die ihr Inhalt präsentiert. Af14 wirft unterdessen ein, dass sie das „nicht lustig“ (218-219) findet. Jetzt bekommt Lm15 auch Unterstützung von Mm15 (was vermuten lässt, dass er durchaus der selben Ansicht ist wie Lm15 und seine vorherige Aussage über „verletzende“ (214) Memes nicht als Kritik gemeint war). Mm15 versucht zu erklären, dass sich die Jungs (denn bei dem Thema halten alle zusammen) „hald einfach lustig“ (222) darüber machen, aber nicht mehr dahintersteckt. Mf15 wirft ein neues Thema auf, indem sie die angesprochenen Memes als „schwarzer Humor“ (224-225) identifiziert. Die Burschen stimmen der Definition zwar zu, sehen allerdings nichts Schlimmes daran, solche Memes auch lustig zu finden (226-228) „ein bisschen schwarzer Humor schadet nicht“. Hf14 hinterfragt zynisch die Aussage „bisschen“ schwarzer Humor und Af14 ergänzt „**Bisschen**

sehr viel“ (231). Mf15 möchte die Diskussion mit einem unparteiischen „Okay“ (232) beenden. Das gelingt ihr auch. Nach einem kurzen Auflachen kehrt Stille ein, es kommt zu einer rituellen Konklusion.

Zusammenfassende Eindrücke: Diese Passage zeigt, dass alle Jugendlichen der Gruppe 14/15 vorrangig Meme-Themen präferieren die „relatable“ zu ihrem eigenen Erlebnishintergründen sind. Es zeigt sich allerdings auch, dass nicht *ausschließlich* solche Themeninhalte konsumiert werden. Besonders bei den Burschen lässt sich auch eine Vorliebe für schwarzen Humor erkennen, die allerdings nicht von den Mädchen geteilt, und zum Teil sogar stark kritisiert wird. Diese Divergenz zwischen der Ansicht der Mädchen und der Burschen zeigt sich auch im weiteren Diskussionsverlauf, in dem lange Zeit über die Thematik von angebrachten und unangebrachten Memes diskutiert wird. Direkt im Anschluss daran ist die nächste Transkriptionspassage zu verorten, in der sich die Teilnehmenden wieder auf die Ursprungsfrage nach den Themen ihrer konsumierten Memes besinnen.

331-352 *Proposition durch Mf15, Elaboration durch Hf14 und weitere Elaboration durch Af14 und Mf15, Validierung durch Hf14 und Elaboration durch Mm15 und Af14, Opposition durch Mf15, Elaboration im Modus einer Exemplifizierung durch Mm15 und Af14, Validierung durch Sf15, Antithese durch Hf14 mit Validierung durch Af14, Mf15 und Sf15, Elaboration durch Mf15 und Synthese durch Af14 mit Validierung durch Mm15*

Mf15 führt die Diskussion wieder zurück zu „relatable Memes“ und Hf14 führt diese näher aus als Memes über „was hald grad in der Welt so passiert“ und „pop culture“ (332-333). Af14 und Mf15 führen Beispiele an und sind sich dabei uneinig, was jetzt ein gutes Beispiel für eine solche „pop culture“ ist. Af14 meint „jodel kid“ (334). Mf15 widerspricht und sagt „Nein (.) 21 Savage“. Hf14 stimmt

dem zu und Mm15 und Af14 fanden diese Memes „so geil“ und lustig (337-339). Mf15, die 21 Savage aufgeworfen hat, findet die Memes hingegen nicht lustig. Mm15 geht nicht darauf ein, sondern schließt an Af14s Aussage „die warn so lustig“ (339) an und nennt ein Beispiel. Af14 bezieht sich hingegen auf das „nein“ von Mf15 und argumentiert, dass die Memes zumindest am Anfang lustig waren und nennt dafür ein Beispiel „zum Beispiel das mit dem Flugzeug war geil“. Sf15 stimmt dem zu. Hf14 ist zwar grundsätzlich mit Af14 einer Meinung, erinnert sie aber daran, dass sie es dann übertrieben haben, weil ihre „ganze Timeline voll damit“ war. Af14, Mf15 und Sf15 stimmen dem zu. Mf15 ergänzt, dass sie sich deshalb irgendwann gedacht hat „okay er war jetzt nicht so toll“ (350). Af14 fasst die Thematik nochmals zu einer Synthese zusammen, dass die Memes über 21 Savage am Anfang zwar sehr lustig waren, aber ab einem gewissen Zeitpunkt zu viel wurden. Mm15 stimmt ihr zu.

353-357 *Proposition durch Lm15, Validierung durch Mf15, Af14, Sf15 und Hf14 und Elaboration auf argumentativer Ebene durch Mf15, Validierung und Elaboration im Modus einer Exemplifizierung durch Lm15*

Lm15, der sich bisher gar nicht zu der 21 Savage Thematik geäußert hat, wirft eine neue Proposition auf, indem er die anderen über dessen Herkunft ausfragt „Aber er is jetzt echt Engländer, oder?“ (353). (Die Frage bezieht sich auf die Richtigkeit der Memes, die sich wiederum auf folgenden Sachverhalt beziehen: Der bekannte Rapper 21 Savage soll anders als angenommen gar kein US-Bürger, sondern in Wirklichkeit Brite sein. Er ist wegen eines mutmaßlichen Verstoßes gegen das US-Einwanderungsrecht festgenommen worden). Mf15, Af14, Sf15 und Hf14 bejahen die Frage und Mf15 fügt dem noch hinzu, dass sie diese Tatsache „jetzt nicht so schlimm“ findet (354). Die weiterführende Aussage „also es is jetzt nicht so als hätte er“ (355), die Mf15 allerdings nicht zu Ende führt, lässt

weitere vermuten, dass sie seine Straftat, nämlich mutmaßlich gegen das US-Einwanderungsrecht verstoßen zu haben, als eher harmlos empfindet. Lm15 unterbricht sie allerdings in diesem Gedankengang indem er sagt „Ja ich find England eh viel geiler als Amerika“. Damit finden Mf15 und Lm15 eine Gemeinsamkeit, die beide freut und die Diskussion über 21 Savage mit einem „Fist bump“ beendet,

Zusammenfassende Eindrücke: In dieser Passage wird der Begriff „relatable“ Memes näher ausgeführt, bzw. ergänzt. Es wird deutlich, dass Memes vor allem dann interessant sind, wenn sie auch aktuelle Themen besprechen, die sich allerdings im Rahmen von „Pop culture“ bewegen. Als besonders prominentes Beispiel wird hier der Rapper 21 Savage genannt, der mutmaßlich gegen das US-Einwanderungsrecht verstoßen haben soll. Zwar gehen die Meinungen über die Lustigkeit dieser Memes auseinander, gleichzeitig zeigt sich aber, dass diese Memes in der Instagram-Timeline aller DiskutantInnen der Gruppe 1 besonders häufig erschienen sind. Daher wussten auch alle Anwesenden über den Hintergrund der Memes Bescheid. „Aber er is jetzt echt Engländer, oder?“ (353). Weiters ist interessant zu erwähnen, dass eine solche Art von Memes Diskussionen über das Alltagsgeschehen zwischen den Jugendlichen zu fördern scheint.

499-514 *Proposition durch Hf14, Validierung durch Af14 und Mm15, Antithese durch Lm15 und Km15, Elaboration im Modus einer Exemplifizierung durch Mf15, Validierung durch Hf14, Versuch einer argumentativen Elaboration durch Lm15, die durch eine Elaboration im Modus einer Exemplifizierung von Mf15 unterbrochen wird, Synthese durch Mm15*

Eingehend auf die Frage der Forschungsleiterin, wie wichtig Memes für die Jugendlichen wären, beginnt Hf14 die Diskussion mit dem Satz „Ich könnte ohne

auch leben“ (499). Af14 und Mm15 stimmen ihr zu, während Lm15 und Km15 der Aussage widersprechen „Also ich nicht“ (503). Mf15 relativiert die Proposition, indem sie angibt sich die Memes schon anzusehen „wenn sie in der Timeline sind“ (505-506), allerdings nicht so besessen davon zu sein, wie die Jungs. Hf14 stimmt ihr zu. Lm15 versucht argumentativ zu erklären „Ja aber es war nicht“ (509), wird allerdings durch Mf15 unterbrochen. Sie behauptet, dass die Jungs „nur Memeseiten“ auf Instagram folgen würden und keine normalen Fotos von „irgendeiner lebenden Person“ (512) in ihrer Timeline hätten. Die Jungs widersprechen dieser Aussage nicht, vielmehr führt Mm15 die Aussage von Mf15 als Witz fort und meint, dass selbst die Fotos von „lebenden Personen“ am Ende wieder nur der Inhalt eines Memes wären. Alle Burschen lachen darüber und finden so eine Art Synthese unter sich: Sie brauchen und konsumieren viele Memes, die Mädchen scheinbar nicht, das scheint sie aber nicht zu stören.

515-539 *Proposition durch Lm15, Elaboration durch Mm15 und Validierung der Proposition durch Sf15, Hf14 und Af14, weitere Elaboration durch Mm15 und exemplifizierende Elaboration durch Af14 mit Validierung durch Hf14 und Sf15, beginnende exemplifizierende Elaboration durch Hf14, die von Af14 unterbrochen wird, Divergenz durch Mm15, exemplifizierende Elaboration durch Hf14, Validierung durch Mf15, erneute Elaboration durch Hf14 mit Validierung durch Sf15 und Mf15, echte Konklusion*

Lm15 besinnt sich zurück auf die Ursprungsfrage, wie wichtig ihnen Memes sind und begründet seinen Meme-Konsum mit dem Unterhaltungsfaktor: „wann immer du auf Instagram gehst (.) bringt es dich zum Lachen“ (515-516). Mm15 nennt eine bestimmte Meme-Art, die ihn – laut der vorangegangenen Diskussion – zum Lachen bringt „Dank-Memes“ (517). Sf15, Hf14 und Af14 stimmen der Proposition durch Lm15 zu. Mm15 bezieht sich mit einer weiteren,

exemplifizierenden Elaboration auf die Proposition, stellt seine Meinung dabei aber etwas überspitzt dar: „it cures my depression“ (520). Af14 führt einen weiteren Grund an, nämlich dass man merkt, dass mehrere Leute so „weird“ (523) sind, wie man selbst. Hf14 und Sf15 stimmen zu und Hf15 versucht eine Elaboration auf erzählender Ebene zu beginnen „Mhm so man denkt, dass man“ (525), wird allerdings durch Af14 unterbrochen. Sie führt ihre vorherige Aussage über „manche Dinge die einfach alle Menschen machen“ (522-523) näher aus und nennt dafür die „checking your fridge“-Memes als Beispiel (527). Mm15 macht sich mit einer Bemerkung, die Entrüstung heuchelt, über die Aussage von Af14 lustig: „**What** you check your fridge“. Diese wird allerdings von allen ignoriert. Hf14 bringt nun ihre Elaboration auf erzählender Ebene von vorhin zu Ende und wiederholt dabei nochmal die Aussage von Af14 in eigenen Worten, dass „Man denkt man is die einzige Person die das macht und dann gibt’s so ein Meme“ (530-531). Damit wird ausgedrückt, dass eine bestimmte Verhaltensweise als Meme-Inhalt ein Indiz dafür ist, dass viele Leute sich damit identifizieren können. Mf15 stimmt ihr zu „oh mein Gott ja das is so“ (533). Hf14 wiederholt denselben Inhalt nochmals in anderen Worten und bekommt dafür Zustimmung von Sf15 und nochmals von Mf15 „ich muss dir Recht geben“ (539). Damit kommt es zu einer echten Konklusion am Ende dieser Passage.

Zusammenfassende Eindrücke: Diese Passage behandelt die Bedeutung, die Memes für die Jugendlichen der Gruppe 1 einnehmen, wobei auch ihre Funktionen zutage treten. Dabei ist eine erste Reaktion von Hf14 „Ich könnte ohne auch leben“ (499), der ein Teil der Gruppe zustimmt, ein anderer Teil hingegen widerspricht. Im Laufe der Diskussion wird allerdings klar, dass Memes für alle Gruppenmitglieder eine wichtige Rolle in ihrem Leben einnehmen – allerdings für manche mehr, als für andere. Bezüglich des Zeitfaktors nehmen Memes bei den

Jungen etwa einen größeren Stellenwert ein. Auch was die Funktionen von Memes für Jugendliche angeht lässt sich ein geschlechtsspezifischer Unterschied feststellen. So wird der Unterhaltungsfaktor von den Burschen angesprochen „wann immer du auf Instagram gehst (.) bringt es dich zum Lachen“ (515-516) – wenn auch von den Mädchen bestätigt. Die Mädchen wiederum bringen Identifikationsprozesse und Zugehörigkeitsgefühl mit dem Konsum von Memes in Verbindung „Man denkt man is die einzige Person die das macht und dann gibt’s so ein Meme“ (530-531).

782-785 *Erzählaufforderung durch die Forschungsleiterin, Proposition durch Mm15, angefangene Elaboration durch Lm15*

Die Forschungsleiterin fordert die Diskussionsteilnehmenden dazu auf zu erzählen, warum sie Memes an Freunde und Bekannte verschicken. Mm15 antwortet nach einer ganz kurzen Überlegungspause er wolle mit ihnen „Was lustiges teilen“ (784). Lm15 will den Gedanken weiterführen „Also entweder wenn man“ (785), wird allerdings durch das Aufkommen einer neuen Proposition unterbrochen.

786-792 *Proposition durch Hf14, Validierung durch Mf15 und interaktive Elaboration durch Af14 und Sf15*

Hf14 wirft ein neues Thema auf, indem sie sagt, dass sie Memes nur an ihre Freunde, nicht aber an ihre Eltern schickt. Mf15 stimmt ihr zu und Af14 und Sf15 beginnen gleichzeitig eine Anekdote über ihre Eltern und Memes zu erzählen „Meine Eltern sind immer so ‚wer ist das?‘“. Sf15 erzählt ihre Geschichte allerdings nicht fertig. Auch Af14 beginnt etwas Neues über ihren Vater zu erzählen, hält allerdings inne, da auch Lm15 gleichzeitig mit ihr zum Reden begonnen hat.

792-797 *Proposition durch Lm15 zur Fragestellung und Elaboration durch Mf15*

Lm15 antwortet wieder auf die Eingangsfrage, *warum* er Memes verschickt. Als Grund nennt er, dass ihn das Meme an eine bestimmte Person erinnert, an die er es dann schickt. Hf14 versucht wieder eine Anekdote über ihre Eltern anzufangen, wird aber ignoriert da Mf15 gleichzeitig zu reden beginnt und an der Aussage von Lm15 anschließt. Als weiteres Beispiel nennt sie Situationen, wo Memes besonders gut zum aktuellen Gesprächsthema in ihrer Gruppe passen; diese werden dann gleich geteilt.

798-813 *Exemplifizierende Elaboration durch Hf14 zu ihrer eigenen Proposition „Eltern und Memes“, Validierung mit weiterführender Elaboration durch Sf15, interaktive, exemplifizierende Elaborationen durch Mm15 und Af14 gleichzeitig, beginnende exemplifizierende Elaboration durch Mf15, Elaboration durch Lm15 und Sf15*

Hf14 setzt sich jetzt mit ihrer Anekdote über ihre Eltern doch noch durch und erzählt, dass ihre Eltern immer alles hinterfragen, wenn sie ihnen ein Meme zeigt „Von wo is das? Wie lange folgst du diesem Account schon? Wer wie postet was?“ (798-799). Sf15 stimmt ihr zu und erzählt eine ähnliche Geschichte. Mm15 und Af14 beginnen parallel ein Gespräch mit jeweils ihrem Sitznachbarn. Mm15 erinnert Lm15 an ein Mal, als sie ihren Eltern ein Meme gezeigt haben und die nicht verstanden haben, wieso das lustig sein soll. Af14 erzählt gleichzeitig Hf14 erneut die Geschichte über ein beleidigendes Meme, dass ihr ihre Cousine geschickt hat. Mf15 beginnt ebenfalls eine Anekdote über ihren Vater zu erzählen, dem sie ein Meme gezeigt hat, beschließt aber mittendrin, sie doch nicht fertig zu erzählen „okay nein (.) braucht ich jetzt nicht erklären“ (808-809). Lm15 erzählt, dass er seiner Mutter bereits 30 Mal erklärt hat, was ein Meme ist und „sie verstehts noch immer nicht“ (810-811). Und Sf15 schließt an die Thematik des

Nicht-Verstehens an und erzählt, dass ihr Vater immer „Mämäs“ (812) sagen würde. Das fehlende kognitive, wie linguistische Verständnis für Memes bei Erwachsenen scheint alle Jugendlichen sehr zu amüsieren.

814-822 *Proposition durch Km15, Validierung durch Lm15, argumentative Elaboration durch Mf15, Proposition durch Sf15, argumentative Elaboration durch Lm15 zur Proposition durch Km15*

Km15 spricht an, dass er sich gar nicht trauen würde, die Memes, die er selbst lustig findet, auch seinen Eltern zu zeigen. Lm15 stimmt ihm zu. Mf15 findet dieses Verhalten nicht überraschend und bezieht sich bei ihrer Begründung auf ein beispielhaftes Meme, das in die Gruppe gestellt wurde und das aufgrund von schwarzem Humor ihrer Meinung nach unangebracht ist. Die Burschen amüsieren sich über das aufgebrachte Beispiel. Sf15 spricht ein neues Thema an „wir ham sogar eine Familiengruppe (.) auf Instagram“ (820), dieses führt allerdings zu keinem weiterführenden Gespräch. Lm15 bezieht sich nochmals auf das Beispiel von Mf15 und sagt abschließend, dass er solche Memes eben auch bewusst nicht seinen Eltern, sondern nur seinen Freunden schicken würde „Ja ich mein solche Memes schick ich dann nur dem Mm15 oder dem Km15“ (821-822).

823-837 *Proposition durch Sf15, Elaboration durch Af14 und Mf15, Validierung durch Hf14, Elaboration durch Sf15, Mf15 und Mm15, Proposition durch Lm15, Elaboration durch Hf14 zur Proposition durch Sf15, Opposition durch Sf15 auf die Proposition durch Lm15*

Sf15 besinnt sich wieder auf die ursprüngliche Frage zurück, warum sie Memes verschicken und fordert die anderen dazu auf, sich wieder diesem Brainstorming zu widmen „Okay (.) wieso schicken wir Memes (.) weiter (.) wir schicken sie weil“ (823). Af14 und Mf15 antworten gleichzeitig. Af14 verschickt Memes an Leute, die ihr gleichgesinnt sind „Weil wir denken dass andere es checken“ (824-

825). Mf15 wiederholt das, was Lm15 bereits ganz am Anfang der Passage gesagt hat, nämlich, dass sie lustige Memes verschickt, wenn sie gerade an eine Person denkt, auf die das zutrifft. Hf14 stimmt dem zu und Sf15 führt näher aus, dass sie „diese Lustichkeit mit anderen teilen“ wollen (828), woraufhin Mf15 wieder zustimmt. Mm15 nennt als weiteren Grund den sozialen Kontakt. Gleichzeitig fragt Lm15 die Mädchen, ob er ab jetzt seine Memes immer auch ihnen schicken soll (832). Diese Frage wird allerdings überhört, da Hf14 direkt auf die Aussage „Sozialen Kontakt“ von Mm15 antwortet, allerdings eher etwas überspitzt gemeint „Und sonst würd ich @mit niemandem reden@“ (833). Sf15 fragt nochmals bei Lm15 nach, was er gesagt hat, da sie es akustisch nicht hören konnte und Lm15 wiederholt seine Frage nochmals. Sf15 meint daraufhin nervös lachend nur „lass es lieber“ und beendet damit diese Diskussion.

Zusammenfassende Eindrücke: Diese Passage ist nicht nur inhaltlich relevant, sondern auch formal sehr dicht. Sie zeichnet sich durch viele Überlappungen und parallele Gespräche zu zwei unterschiedlichen Themen aus. Einerseits versuchen die Teilnehmenden eine Antwort auf die Fragestellung der Forschungsleiterin zu finden *warum* sie Memes verschicken. Andererseits taucht dadurch auch ein weiteres Thema auf, nämlich *wem* sie solche Memes schicken, bzw. viel mehr *nicht* schicken würden. Alle DiskutantInnen sind sich dabei einig, dass Memes nicht für ihre Eltern bestimmt sind und erzählen zahlreiche Anekdoten, bei denen ihre Eltern nicht angemessen auf Memes reagiert haben, da es hier sowohl ein fehlendes kognitives, wie linguistisches Verständnis für Memes zu geben scheint. Die Diskussionsdichte und die Anzahl der Redebeiträge zum Thema „Eltern und Memes“ scheint ein Indikator für die Wichtigkeit von Memes als Abgrenzungsmerkmal von Jugendlichen zu ihren Eltern zu sein. Bezüglich der Frage *warum* Memes verschickt werden, wurden folgende Gründe genannt: „Etwas Lustiges mit anderen teilen“. Die Unterhaltungsfunktion soll also nicht nur einem selbst zur Verfügung

stehen, sondern auch mit anderen geteilt werden. Diese anderen werden dann als Gleichgesinnte empfunden, es entsteht ein Gefühl der Zugehörigkeit „Weil wir denken dass andere es checken“ (824-825). Das Teilen von Memes erfüllt außerdem die Funktion „sozialen Kontakt“ herzustellen, auch wenn Hf14 das etwas übertrieben darstellt: „Und sonst würd ich @mit niemandem reden@“ (833). Deshalb werden Memes auch geteilt, wenn sie einen an eine bestimmte Person erinnern, oder gut zum aktuellen Gesprächsthema passen. All diese angeführten Gründe lassen sich als eine Form der interpersonellen Kommunikation zwischen Jugendlichen zusammenfassen. Durch Memes wird sich also nicht nur unterhalten, sondern auch *unterhalten* – im Sinne von kommuniziert.

7.1.2 Transkription: Die politischen Memes

Aus dem zweiten Teil der Gruppendiskussion von Gruppe 1 wurden insgesamt 3 Passagen herausgesucht, die für die Beantwortung der Forschungsfragen inhaltliche Relevanz haben. Ihre Transkription soll im Folgenden angeführt werden. Kurz vor der ersten Passage werden den Teilnehmenden die politischen Memes gezeigt. Die ersten Reaktionen sind hauptsächlich Unverständnis gegenüber den präsentierten Memes. Hier findet eine Teilnehmerin das erste Mal ein Meme auf dem Tisch das sie *versteht*.

988 └ Mf15 ((liest leise das „Papamonat MEME“)): @(.)@ das is geil (.) das versteh ich (.) hab
989 eins verstanden
990 └ Hf14: Also ich versteh das nicht
991 └ Mm15: Das is lustig ja
992 └ Mf15: Das? ((nimmt das
993 „Papamonat MEME“ nochmal hoch)) └ Sf15: Das
994 versteh ich nicht ja
995 └ Hf14: Ja ich auch nicht
996 └ Mf15: Hald der Strache is doch grad Vater geworden bin ich dumm?
997 └ Mm15:
998 Ja
999 └ Mf15: Ja danke
1000 └ Sf15: Ja ja eh
1001 └ Hf14: Ah okay
1002 └ Mf15 ((liest vor und verliert sich)): „Time to
1003 Daddy up“ (.) “Dad up” (.) oh ups ja weil ja

1004 └ Sf15: Aso:: └ Af14: @(.)@ Ja weil „Time to Daddy up” is ne andere
 1005 Bedeutung ((alle lachen; Mf15 ganz laut))
 1006 └ Mf15: Ma:::n
 1007 └ Af14: Ach Mf15
 1008 └ Mf15: Ach:: ich wisst alle was ich
 1009 meine
 1010 └ Sf15: Ich mein (.) man verstehts (.) aber es ist nicht zu unsrem Leben so so (.) wenn
 1011 man sich nicht damit beschäftigt dann
 1012 └ Mf15: Ich finds nicht lustig genug um zu lachen sag ich
 1013 mal so └ Lm15:
 1014 Es sind jetzt auch nicht so relatable Memes oder so
 1015 └ Hf14: Meine @Eltern würden die
 1016 vielleicht lustig finden@ ((alle lachen und nicken zustimmend))
 1017 └ Lm15: Ja das sind echt so Eltern-Memes vielleicht
 1018 └ Hf14 ((hält das
 1019 „Sanctions for Russia MEME” hoch)): Da steht zum Beispiel einfach viel zu viel drauf (.) keiner
 1020 will sich das durchlesen wenn man auf Instagram ist (.) das seh ich das und scroll einfach weiter
 1021 └ Mm15 ((hält „El Chapo MEME” hoch)):
 1022 @(.)@ Der is ganz cool (.) wisst ihr wer El Chapo ist?
 1023 └ Hf14: Ja
 1024 └ Mm15: Das is der
 1025 └ Lm15: El
 1026 primo @(.)@? └ Mf15: Is
 1027 das der Dru- (.) der Drogendealer ja
 1028 └ Hf14: Dieser Drugdealer
 1029 └ Mm15: Das is der größte Drogenboss (.) in der ganzen Welt
 1030 der jetzt gefasst wurde
 1031 └ Mf15: Echt? (.) oha (.) ich hab gar nicht mitbekommen
 1032 └ Mm15: Ja (.) und der hat irgendwie (.) 14 Billionen
 1033 └ Af14: @ich weiß@ wer
 1034 El Chapo is
 1035 └ Mf15: Ich wusste ich wusste nicht dass er gefa- (.) gefasst wurde
 1036 └ Hf14: Du weißt das er ein Drugdealer is
 1037 └ Mm15: Doch er
 1038 wurde gefasst (.) und (.) (sees) by 14 (.) 14 Billion Dollars (.) also should “should the wall be...
 1039 └ Af14 ((zu Mf15)): Can you see?
 1040 ... Mm15: funded by the 14 Billion (.) Dallars
 1041 └ Alle: @(.)@ ((alle imitieren den
 1042 amerikanischen Slang in dem Mm15 „Dollars“ gesagt hat))
 1043 Mf15: Okay ja nein (.) ich find die jetzt nicht so
 1044 └ Hf14: Ich find die jetzt nicht so ich würd die
 1045 hald └ Mm15: Sie sind sehr politisch
 1046 └ Mf15: **Das zum Beispiel versteh ich**
 1047 **überhaupt nicht** ((hält „Maduro MEME“ ganz kurz hoch))
 1048 └ Mm15: Sie sind hald sehr politisch
 1049 └ Lm15: Ja weil
 1050 └ Mf15: **Ja man kanns aus dem Kontext irgendwo**
 1051 **schließen aber** (.) es is hald irgendwie nich so └ Lm15: Ja
 1052 ja ja └ Mm15: Nein sie hatten einfach ein (.) das war ein
 1053 Diktator (.) und der hat die ganzen Menschen verhungern lassen und so (.) und jetzt haben sie

1054 hald eine Neuwahl gemacht und das hat der Typ hald so gar nicht erwartet (.) und deswegen is
 1055 hald dieses ((reißt den Mund auf wie Pikachu in dem Meme))
 1056 ⊥ Mf15: Aso ja (.) okay (.) macht Sinn
 1057 ⊥ Hf14: Es is hald dumm wenn mans erklärn muss weil dann is es gar nicht
 1058 mehr lustig

Vor der nächsten Passage ist die Diskussion etwas abgeschweift, zur rassistischen Einstellung und Brutalität von Polizisten. Auslöser für diese Diskussion war ein Video, das eine der Teilnehmerinnen in der Runde zeigte und das bereits vor kurzem weitere Kreise in den Sozialen Netzwerken gezogen hatte. Die nachstehende Passage beginnt mit der Intervention durch die Forscherin, um die DiskutantInnen wieder zurück zum Thema zu führen:

1268 ⊥ Ich: Was mich interessiern würd (.) die Sachen die ihr wissts oder die ihr mitbekommen habts
 1269 (.) wo::her habts ihr die mitbekommen?
 1270 ⊥ Af14: Social Media
 1271 ⊥ Mf15: Also ich wir redn über
 1272 dieses zum Beispiel mit dem Polizisten redn (.) ham wir in der Schule geredet
 1273 ⊥ Lm15: Eltern ⊥ Af14: Ja (.) wir
 1274 habm ein Buch gelesen
 1275 ⊥ Mm15: Da bekommt mal viel mit so
 1276 ⊥ Mf15: aber wir haben auch ein Buch über
 1277 Rassismu- so Polizi- äh äh
 1278 ⊥ Af14: äh police äh
 1279 ⊥ Hf14: Police brutality
 1280 ⊥ Mf15: Ja ((zeigt mit Finger auf Hf14))
 1281 (.) und sonst (.) das mit Trump
 1282 ⊥ Sf15: **Sonst so** wenn man wenn man (.) a::h am Computer ins Internet geht (.)
 1283 kommt ja auch gleich diese News Page ((alle murmeln zustimmend)) da liest du das hald nur
 1284 so schnell die Schlagzeilen (.) und wenns dich hald interessiert dann
 1285 ⊥ Lm15: Ja oder auch in den Straßnbahn
 1286 ⊥ Af14: Aber in der Schule besprechen wir (.) wir haben in
 1287 Geschichte solche politischen News Feeds da erfährt man auch
 1288 ⊥ Mf15: Oder so von Covers von
 1289 Zeitungen (.) einfach so schnell drüber lesen dann weiß man auch worum es geht
 1290 ⊥ Lm15: Ich mein meine Eltern (.) lesen jetzt nicht
 1291 so viel Zeitungen:: weil sie das hald auch nicht alles wissen wolln (.) aber meine Oma zum
 1292 Beispiel (.) ließt einfach alles
 1293 ⊥ Mf15: Jeden Tag (meine auch)
 1294 ⊥ Sf15: Oder wenn (.) also wir also unter der Familie reden hald
 1295 einfach so drüber manchmal (.) meine Eltern beginnen hald drüber zu reden und dann erfährt
 1296 Man öfters schon so Sachn ⊥ Mf15: Ja meine
 1297 Mutter immer so @he::y was geht@ und dann
 1298 ⊥ Hf14: Ich schaff das nicht
 1299 ⊥ Mf15: Ja nein meine Eltern
 1300 schauen auch jedn Tag so (.) also mein Vater zumindest so (.) schau sie (.) Nachrichten

1301 └ Hf14:
 1302 Meine auch └ Sf15:
 1303 Oder diese (.) Diskussionen diese Pro und Contra
 1304 └ Hf14: Das schau ich immer
 1305 └ Mf15: Oh mein Gott ja:: (.) every day

Die letzte Passage beinhaltet gleich zwei angesprochene Themenblöcke, die für die Forschungsfragen relevant sind. Sie sind zeitlich nicht getrennt, sondern direkt aufeinanderfolgend und nur durch eine Fragestellung der Forschungsleitung unterbrochen. Sie sollen daher im Folgenden auch zusammengefasst bleiben:

1588 └ Mf15: Das sind hald
 1589 einfach für so Leute die so kein (.) Humor so (.) hald °anderen Humor habn°
 1590 └ Lm15 ((sarkastisch)): Oha das heißt du sagst
 1591 also diese Memes sind schlecht?
 1592 └ Af14: Nein (.) aber hald Leute die
 1593 └ Sf15: Hä wieso nein (.) also (.) wenn du dich damit befasst dann
 1594 (.) findest du sie schon └ Mf15:
 1595 **Aber ich glaub nicht** ich glaub nicht dass es (.) lus- so (.) also wie für die ((zeigt zu den
 1596 Burschen)) ihre Minecraft Memes
 1597 └ Mm15: Hallo wir machen uns lustig über Ubsis
 1598 └ Sf15: Nein aber ich find das is für jeden anders (.) für sie is
 1599 hald Minecraft lustig und für uns is was anderes lustig
 1600 └ Lm15: Aber ich mein das sind jetzt nicht so
 1601 Memes über irgendwie (.) keine Ahnung Kurz wird gewählt oder so (.) sondern hald so Sachen
 1602 die hald irgendwie so ur (.) unnötig und zum lustig machen sind
 1603 └ Af14: Ja aber (.) die informiern ja
 1604 auch (.) viel mehr (.) und ich glaub es is:: (.) attraktiver für Jugendliche als irgendein:: ...
 1605 └ Hf14: Mhm
 1606 └ Lm15: ja eben
 1607 ...Af14: als irgendein (.) Nachrichtnding zu schaun (.) und dann wenn sies nicht verstehn dann
 1608 └ Mf15: Ja aber es is auch nicht lustig (.) und
 1609 Jugendliche schaun sichs dann aber auch nicht an wenn sies nicht verstehn
 1610 └ Af14: Ja eh aber
 1611 sie sehn das vielleicht und dann so oh:: (.) und dann googln sies vielleicht
 1612 └ Km15: @vielleicht@
 1613 (10) Hf14: Aber es is ja nicht mal lustig
 1614 └ Sf15: Ja das hängt davon ab obs dich interessiert oder
 1615 nicht (.) Minecraft Memes find ich auch nicht lustig (.) weils mich nicht interessiert
 1616 └ Mf15: Nein bei manchen versteh bei manchen versteh ich warum manche Leute es
 1617 lustig finden können
 1618 └ Hf14: Ja
 1619 └ Lm15: Ja aber das sind vielleicht auch einfach so Memes die (.) jetzt
 1620 nich so (.) ein zum lachn bringen sollten sondern die solln hald nur (.) ja facts hald
 1621 └ Mf15: So facts

7.1.2.1 Formulierende Interpretation: Die politischen Memes

Die oberhalb angeführten Transkriptpassagen werden auch für den zweiten Teil, „Die politischen Memes“, wieder im Zuge der formulierenden Interpretation zuerst zu Ober- (OT) und Unterthemen (UT) zusammengefasst, um das Gesagte besser zu strukturieren.

988-1058 OT: Verständnis von, und Wissen über die präsentierten politischen Memes

988-989 Eine der Teilnehmerinnen findet ein Meme auf dem Tisch, das sie versteht und bezeichnet es daher als „geil“ (988).

990-995 Der Großteil der Gruppe versteht das Meme jedoch nicht. Doch diejenigen, die es verstehen, empfinden es als lustig.

996-1001 Mf15 gibt ihr Wissen über das besagte Meme („Papamonat MEME“) preis, nämlich das Strache vor kurzem Vater geworden ist. Die anderen reagieren darauf mit „Ja ja eh“ (1000), bzw. „Ah okay“ (1001).

1002-1009 UT: „Time to Daddy up“

Mf15 liest den Text des Memes nochmals für alle vor, verliest sich dabei allerdings und liest statt „Time to Dad up“, „Time to Daddy up“. Die anderen machen sich darüber lustig, aber Mf15 meint nur, dass eh alle wissen würden, was sie meint, bzw. was auf dem Zettel steht.

1010-1020 OT: Einstellung der Jugendlichen zu politischen Memes

1010-1014 Die Jugendlichen meinen, sie würden zwar den Inhalt der Memes verstehen, diese würden sie allerdings nicht ansprechen, „lustig“ sein, da sie nicht genug „relatable“ sind.

1015-1017 Die Vermutung wird geäußert, dass möglicherweise Eltern solche Memes lustig finden könnten.

1018-1020 Als weiteres Manko der politischen Memes wird der viele Text angesprochen „keiner will sich das durchlesen“ (1020). Infolgedessen würde man auf Instagram laut der Aussage einer Teilnehmerin einfach weiterscrollen.

1021-1042 OT: Verständnis von, und Wissen über die präsentierten politischen Memes

1021-1028 Ein weiterer Teilnehmer findet ein Meme, das er kennt, nämlich das „El Chapo MEME“ und fragt auch die anderen TeilnehmerInnen, ob sie wissen würden, wer das ist. Einige wissen, dass er ein Drogendealer ist.

1029-1030 Der Teilnehmer, der das Meme hochgehalten hat, führt diese Aussage noch etwas weiter aus und erzählt, El Chapo wäre „der größte Drogenboss (.) in der ganzen Welt der jetzt gefasst wurde“.

1031-1036 Diese Information ist für die anderen neu. Sie wussten lediglich *wer* El Chapo ist, aber *nicht*, dass er gefasst wurde.

1037-1040 Mm15 bestätigt nochmals, dass er gefasst wurde und beginnt in diesem Zusammenhang nochmals das „El Chapo MEME“ vorzulesen. „should the wall be funded by the 14 Billion (.) Dallars” (1038-1040).

1041-1042 Alle imitieren den amerikanischen Slang in dem Mm15 „Dollars“ gesagt hat.

1043-1052 OT: Politische Memes werden als wenig ansprechend empfunden

1043-1045 Die Jugendlichen bringen die Tatsache, dass die Memes „sehr politisch“ (1045) sind mit negativen Konnotationen des nicht konsumieren Wollens in Verbindung. Sie äußern dieses Empfinden jedoch nicht in einem vollständigen Satz „ich find die jetzt nicht so“ (1043).

1046-1047 UT: Unverständnis eines Memes

Eine Teilnehmerin spricht ein weiteres Meme an, das sie nicht versteht, das „Maduro MEME“. Im vorherigen Verlauf der Diskussion wurden bereits mehrere Memes angesprochen, die auf Unverständnis bei den Jugendlichen gestoßen sind.

1048-1052 OT: Politische Memes werden als wenig ansprechend empfunden

Die Verbindung zwischen „sehr politisch“ (1048) und nicht konsumieren wollen wird erneut in ähnlicher Weise durch die Jugendlichen aufgebracht. Diesmal wird allerdings noch ein weiteres Element aufgeworfen „man kanns aus dem Kontext irgendwo schließen“ (1050-1051).

1052-1058 OT: Verständnis von, und Wissen über die präsentierten politischen Memes

Die Frage zum „Maduro MEME“, die kurz vorher aufgeworfen wurde, wird nun wieder durch Mm15 beantwortet. Er erklärt, dass Maduro ein „Diktator“ gewesen sei, der „die ganzen Menschen verhungern“ (1053) ließ und jetzt über die Neuwahlen verwundert ist. Mf15 entgegnet der Erklärung mit „okay (.) macht

sinn“ (1056). Doch Hfl4 meint, dass Memes, die man erklären muss gar nicht mehr lustig sind.

1268-1273 OT: Woher beziehen Jugendliche ihre Informationen

Nach der Einleitungsfrage durch die Forschungsleiterin, woher die Jugendlichen die Dinge wissen, die sie wissen, zählen diese mehrere Quellen auf: „Social Media“ (1270), manche Dinge haben sie in der Schule besprochen (1272), „Eltern“ (1273) werden genannt.

1273-1281 UT: Der Faktor Schule

Die Jugendlichen erzählen, dass sie in der Schule ein Buch zum Thema „police brutality“ (1279) gelesen hätten. Dabei handelt es sich um ein aktuelles Thema, über das sie im früheren Diskursverlauf gesprochen haben, da ein Video zu diesem Thema vor kurzem in den Sozialen Netzwerken sehr viral ging.

1282-1289 OT: Woher beziehen Jugendliche ihre Informationen

Als weitere Informationsquelle nennen die Jugendlichen den Computer, konkreter die „News Page“ (1283) die sie angezeigt bekommen, sobald sie ins Internet gehen. Auf dieser würden sie aber „nur so schnell die Schlagzeilen“ (1283-1284) lesen. Die Straßenbahn, bzw. die politische Bildung im Geschichtsunterricht werden ebenfalls genannt; genauso wie die „Covers von Zeitungen“ (1288-1289). Über diese wird aber nur schnell „drübergelesen“, um zu wissen worum es geht.

1290-1305 UT: Erwachsene konsumieren noch klassische Medien und dienen manchmal als Informationsquelle

Einige Teilnehmende erzählen, dass ihre Großeltern (1291) oder ihre Eltern (1293) noch klassische Medien konsumieren und sich oft auch mit den Jugendlichen über das aktuelle Tagesgeschehen austauschen wollen „meine Eltern beginnen hald drüber zu reden und dann erfährt man öfters schon so Sachn“

(1294-1295). Die Eltern selbst schauen sowohl „Nachrichten“ (1300), als auch Diskussionssendungen, wie „Pro und Contra“ (1303).

1555-1576 OT: Memes als Ausgangspunkt für weitere Informationsgewinnung

1555-1564 Nach der Fragestellung durch die Forschungsleiterin, was die Jugendlichen mit Memes machen würden, die sie nicht verstehen, antworten die meisten in einer ersten Reaktion „weitscrollen“. Nur wenige würden auch versuchen das Meme durch „Nachdenken“ (1563), oder „Kommentare lesen“ (1561) zu verstehen.

1565-1576 UT: Es kommt auf das Format und die Häufigkeit an

1565-1568 Eine Teilnehmerin spricht den Fall an, dass sie zwar das Format (bspw. wie bei dem „Maduro MEME“ oder dem „Kickl MEME“) kennt, aber nicht den Inhalt. In diesem Fall würde sie nachsehen wollen, worum es konkret geht.

159-1576 Ein weiterer Teilnehmer spricht den Fall, an, dass dasselbe Meme „von fünf Memeseiten hochgeladen wurde“ (1570). Der Großteil der Teilnehmenden ist sich in diesem Fall darüber einig, dass sie dann schon nachsehen würden, worum es geht.

1577-1621 OT: Kritische Auseinandersetzung mit den politischen Memes

Die Forschungsleiterin fragt die Jugendlichen für wen und warum diese Memes ihrer Meinung nach gemacht wurden. Die ersten Antworten sind „Für Eltern“ (1578), „For fame and for fun“ (1580-1581) und „Leute finden sich selbst lustig“ (1582).

1583-1587 Anschließend erarbeiten zwei Jugendliche gemeinsam die Gründe: „Um sich über Politik lustig zu machen“ und „um auf bestimmte Dinge aufmerksam zu machen“.

1588-1602 UT: Sind politische Memes lustig?

Eine Teilnehmerin wirft auf, dass diese politischen Memes für Leute sind die „keinen“, bzw. einen „anderen Humor“ (1589) haben. Es entsteht eine Diskussion

darüber, ob die Memes allgemein nicht lustig sind, oder nur für die Gruppe, weil sie deren Hintergrund eben nicht versteht. Während ein Teil der Jugendlichen meint, dass jeder etwas anderes lustig findet, und diese Memes daher wirklich für manche Menschen lustig sein könnten, vertreten andere die Meinung, dass diese Memes gar nicht lustig *sein* sollen, sondern sich über Themen lustig *machen*.

1603-1612 OT: Memes in Verbindung mit Journalismus

Af14 wirft auf, dass diese Memes vermutlich informieren sollen und wahrscheinlich attraktiver für Jugendliche sind, als herkömmliche Nachrichten. Mf15 ist aber der Meinung, dass sie nicht lustig genug für Jugendliche sind, um sie tatsächlich zu konsumieren. Außerdem fehlt das Verständnis. Af14 ist der Meinung, dass Jugendliche dann vielleicht allgemein den Inhalt googlen würden.

1613-1621 UT: Sind politische Memes lustig?

Die Diskussion von vorhin wird wieder aufgegriffen. Es geht erneut darum, ob die Memes allgemein nicht lustig sind – wie es von einigen empfunden wird – oder ob die Lustigkeit mit dem Interesse dafür zusammenhängt. Lm15 vertritt wieder die Meinung, dass die Memes nicht unterhalten sollen, sondern „facts“ (1620) liefern.

7.1.2.2 Reflektierende Interpretation: Die politischen Memes

Im zweiten Schritt erfolgt nun auch für die Passagen der politischen Memes die Rekonstruktion und Explikation des Orientierungsrahmens. Dabei werden auch wieder außertextliche Orientierungen und Diskursabläufe berücksichtigt.

Kurz vor dieser Passage wurden den Teilnehmenden die politischen Memes gezeigt. Zunächst Äußern die Jugendlichen größtenteils Verständnislosigkeit über die präsentierten Memes. Zu Beginn der Passage findet eine Teilnehmerin erstmals ein Meme auf dem Tisch das sie *versteht*.

988-1009 *Proposition durch Mf15, Opposition durch Hf14, Elaboration der Proposition durch Mm15, Elaboration der Opposition durch Mf15, Validierung durch Sf15 und Hf14, Elaboration im Modus einer Exemplifizierung durch Mf15, Validierung durch Sf15 und Hf14, weitere Elaboration durch Mf15, Validierung durch Sf15 und Differenzierung durch Af14, argumentative Elaboration durch Mf15 und dadurch entstehende rituelle Konklusion*

Mf15 entdeckt auf dem Tisch das „Papamonat MEME“, das sie versteht, und äußert sich diesbezüglich mit „das is geil“ (988). Hf14 sagt hingegen, dass sie das Meme nicht verstehen würde. Mm15, der es ebenfalls versteht findet es „lustig“ (991). Mf15 fragt bei Hf14 nochmals nach, ob die das „Papamonat MEME“ meint. Diese bestätigt, ebenso wie Sf15, dass sie das Meme nicht verstehen. Nun erklärt Mf15 den beiden den Inhalt, allerdings sichtlich verunsichert, ob sie das Meme tatsächlich richtig verstanden hat „Hald der Strache is doch grad Vater geworden bin ich dumm?“ (996). Mm15 antwortet sarkastisch auf ihre Frage, ob sie denn dumm sei mit „ja“, woraufhin Mf15 entgegnet „Ja danke“ (999). Sf15 und Hf14 drücken mit „Ja ja eh“ (1000) und „Ah okay“ (1001) hingegen ihren Reaktionen auf die Information aus, dass Strache Vater geworden ist. Während Sf15 ausdrückt, dass ihr der Inhalt der Information zwar bekannt ist, sie diesen aber nicht mit dem Meme in Verbindung setzen kann, gibt Hf14 mit ihrem „Ah okay“ zu verstehen, dass sie die Informationen nun verstanden hat. Mf15 liest das Meme vor, woraufhin Sf15 eine Verbindung zwischen der Information und dem Meme-Inhalt herstellen kann. Allerdings verliert sich Mf15 und liest statt „Time to Dad up“, „Time to Daddy up“, woraufhin sie von Af14 ausgebessert und von den anderen ausgelacht wird. Mf15 ist das sichtlich unangenehm, sie erzwingt einen Themenwechsel durch ihr „Ach ich wisst alle was ich meine“ (1008-1009).

1012-1020 *Proposition durch Sf15, argumentative Elaboration durch Mf15 und Lm15 und exemplifizierende Elaboration durch Hf14 mit Validierung durch Lm15, argumentative Elaboration zur Proposition durch Hf14*

Sf15 bezieht sich auf die politischen Memes, von denen ihr gerade eines erklärt wurde, und meint, dass sie zwar verständlich sind, aber nicht in ihren Erlebnishorizont hineinpassen. Dies scheint dann auch damit einher zu gehen, dass die Memes als unlustig empfunden werden „Ich finds nicht lustig genug um zu lachen“ (1012), da sie nicht „relatable“ (1014) sind. Hf14 argumentiert, dass ihre Eltern diese Memes vielleicht lustig finden würden, was von allen Jugendlichen, insbesondere Lm15, zustimmend bejaht wird. Hf14 führt außerdem einen weiteren Grund dafür an, warum die Memes nicht gut sind, nämlich, weil sie viel zu viel Text beinhalten und sich kein normaler Teenager in einer realen Situation so viel Text bei einem Meme durchlesen wollen würde.

1021-1042 *Proposition durch Mm15, Validierung durch Hf14, beginnende exemplifizierende Elaboration durch Mm15, die allerdings durch eine Divergenz durch Lm15 und eine Elaboration durch Mf15 gleichzeitig unterbrochen wird, Elaboration durch Hf14 und weitere Elaboration durch Mm15, Proposition durch Mf15, Validierung und beginnende Elaboration durch Mm15, interaktive Divergenz zwischen Af14, Mf15 und Hf14, exemplifizierende Elaboration der Proposition durch Mm15, Ratifizierung durch alle*

Mm15 zeigt ein Meme in die Gruppe, das er ebenfalls verstanden hat, das „El Chapo MEME“. Er bezeichnet es als „ganz cool“ und fragt die anderen, ob sie wüssten wer El Chapo ist. Hf14 sagt „ja“ und Mm15 möchte beginnen es zu erklären, als Lm15 gleichzeitig einen Witz macht und „El primo“ sagt (1025-1026) und Mf15 und Hf14 gemeinsam aussprechen, dass er „Dieser Drugdealer“

ist. Doch diese Erklärung reicht für Mm15 nicht aus, er möchte auch den Rest seines Wissens mit den anderen Gruppenmitgliedern teilen und erzählt „Das ist der größte Drogenboss (.) in der ganzen Welt der jetzt gefasst wurde“ (1029-1030). Mf15 reagiert überrascht über die neue Information, die sie gerade erfahren hat, nämlich, dass El Chapo auch *gefasst* wurde. Mm15 versucht das Meme weiter zu erklären, als ihn Af14 mit „ich weiß@ wer El Chapo is“ (1033-1034) unterbricht. Es entsteht eine Diskussion zwischen Af14, Mf15 und Hf14 in der alle drei Parteien aneinander vorbeireden. Während Mf15 versucht Af14 zu erklären, dass es nicht darum geht, *wer* El Chapo ist, sondern, dass sie nicht wusste, dass er *gefasst* wurde, fällt ihr Hf14 ins Wort und meint „Du weißt das er ein Drugdealer is“ (1036). Die Diskussion wird künstlich beendet, indem Mm15 einfach weiterredet und nochmals bestätigt, dass El Chapo tatsächlich gefasst wurde und damit fortfährt das Meme zu erklären. Dafür liest er den Meme-Inhalt laut vor „should the wall be funded by the 14 Billion (.) Dallars“ (1038-1040). Allerdings kommt er nicht mehr dazu noch etwas weiteres zu erklären, da die Gruppe beginnt sich über den amerikanischen Slang, in dem Mm15 „Dollars“ gesagt hat, lustig zu machen. Es kommt schließlich zu einer rituellen Konklusion.

1043-1058 *Proposition durch Mf15, Elaboration durch Hf14, Proposition durch Mm15, Proposition durch Mf15, Proposition durch Mm15, Elaboration durch Mf15 und Validierung durch Lm15, Proposition durch Mm15, Validierung durch Mf15 und Opposition durch Hf14*

Dieser Abschnitt der Passage ist durch sehr viele Propositionen gekennzeichnet. Zwar reden alle Teilnehmenden immer noch über das Überthema „politische Memes“, doch bezieht sich kaum jemand, auf den anderen. Jeder möchte nur seine eigene Meinung zu dem Thema präsentieren. Mf15 beginnt den Abschnitt, indem sie eine Wertung über die politischen Memes vor sich auf dem Tisch äußert „ich

find die jetzt nicht so“ (1043). Allerdings führt sie diesen Gedanken nicht zu Ende aus. Es ist aber klar erkennbar, dass sie den Memes gegenüber negativ eingestellt ist. Auch Hf14 äußert eine ähnliche, negative Wertung über die Memes, aber auch sie bringt ihren Satz nicht zu Ende. Gleichzeitig macht Mm15 eine wertfreie Feststellung, nämlich „Sie sind sehr politisch“ (1045). Allerdings wird auch darauf nicht eingegangen. Vielmehr hält Mf15 nun ein Meme hoch, das sie ebenfalls „überhaupt nicht“ (1047) versteht – das „Maduro Meme“. Mm15 wiederholt nochmals, dass die Memes „sehr politisch“ sind. Endlich findet eine Art Anschlusskommunikation statt, in der Mf15 meint, man könne die Memes zwar aus dem Kontext schließen, sie wären aber trotzdem, auch wenn man sie versteht, nicht so ansprechend. Lm15 stimmt ihr zu. Mm15 reagiert nicht auf diese Aussage, sondern schließt viel mehr an der vorherigen Aussage von Mf15 an, dass sie das „Maduro MEME“ nicht verstehen würde. Er erklärt den andere, dass Maduro ein „Diktator“ gewesen sei, der „die ganzen Menschen verhungern“ (1053) ließ und jetzt über die Neuwahlen verwundert ist. Mf15 stimmt ihm mit „okay (.) macht Sinn“ (1056) zu. Doch Hf14 widerspricht Mf15 und meint, dass Memes, die man erklären muss gar nicht mehr lustig sind.

Zusammenfassende Eindrücke: In dieser Passage wird einerseits deutlich, wie Jugendliche mit Informationen, die ihnen in Form von politischen Memes präsentiert werden, umgehen. Andererseits wird auch erkennbar, welche Funktionen politische Memes für Jugendliche erfüllen. Es hat sich im Vorfeld dieser Passage gezeigt, dass die Jugendlichen dieser Gruppe bei der Präsentation von politischen Internetmemes erst mit einer Abwehrhaltung reagieren. Denn zunächst zählten die Jugendlichen nur Memes auf, die sie *nicht* verstanden haben. Allerdings finden sich dann doch Memes, deren Inhalt zumindest ein Teil der Jugendlichen kennt. Diese werden dann von ihnen als „geil“ (988) oder „ganz cool“ (1022) beschrieben.

Allerdings sind die Hintergrundinformationen, die die Jugendlichen zu den Meme-Inhalten haben ebenfalls unterschiedlich stark ausgeprägt. Als gutes Beispiel kann an dieser Stelle das „El Chapo MEME“ genannt werden: Zwar wussten alle Jugendlichen, wer die Person auf dem Bild ist, und konnten ihr auch die Etikettierung „Drogendealer“ zuordnen, allerdings wusste nur Mm15, dass El Chapo auch *gefasst* wurde. Generell kristallisiert sich in dieser Gruppe Mm15 verhältnismäßig als besonders *gut* über politische Inhalte informiert heraus, da er auch in dieser Passage 2 der 3 angesprochenen Memes erklärt. Als prägender Satz für diese Passage lässt sich der folgende festhalten: „Es is hald dumm wenn mans erklärn muss weil dann is es gar nicht mehr lustig“ (1057-1058).

In Bezug auf die Funktionen, die politische Memes für Jugendliche haben, lässt sich in dieser Passage feststellen, dass die Hauptfunktion von Memes, nämlich *Unterhaltung*, bei den politischen Memes ausfällt. Im Verlauf dieser Passage wird von den Jugendlichen immer wieder angesprochen, dass die Memes nicht lustig sind, auch wenn ihr Inhalt zum Teil aus dem Kontext verstanden werden kann. Außerdem werden sie als nicht „relatable“ (1014) definiert. Daher beschreiben sie die Jugendlichen auch als uninteressant. In diesem Zusammenhang erfüllen die politischen Memes allerdings die Funktion der Abgrenzung zu den Erwachsenen. Die Gruppe ist sich nämlich darüber einig, dass vermutlich ihre Eltern diese Memes lustig finden würden. Dies ist vor allem deshalb interessant, weil die Eltern bereits im allgemeinen Meme-Teil Thema waren. Da vermuteten die Jugendlichen allerdings, dass ihre Eltern überhaupt kein Verständnis für Memes aufbringen könnten. Jetzt scheinen sie hingegen das Meme-Genre der „politischen Memes“ dem Humorverständnis von Erwachsenen zuzuordnen. Da sie selbst diese Memes allerdings *nicht* lustig finden, grenzen sie sich gleichzeitig von den Erwachsenen ab.

1268-1305 *Erzählaufforderung durch „Ich“, Propositionen durch Af14, Mf15 und Lm15, Elaboration der Proposition von Mf15 durch Af14, weitere Elaboration durch Mm15, Mf15, Af14 und Hf14, Validierung durch Mf15, Proposition durch Sf15 und Elaboration durch Lm15, Antithese zur Proposition von Sf15 durch Af14, Proposition durch Lm15 und Validierung durch Mf15, Elaboration durch Sf15 und Mf15, Opposition durch Hf14, Elaboration durch Mf15, Validierung durch Hf14, Elaboration durch Sf15, Validierung durch Hf14 und Mf15*

Nachdem die Forschungsleiterin die Jugendlichen gefragt hat, woher sie ihre Informationen über das Weltgeschehen bekommen, antworten diese sehr assoziierend und beziehen sich dabei anfangs nicht wirklich aufeinander. Als erste Quelle fällt der Begriff „Social Media“ (1270). Mf15 erzählt, dass sie bestimmte Themen auch in der Schule durchnehmen „dieses zum Beispiel mit dem Polizisten“ (1272). Dabei geht es um ein Thema, das die Jugendlichen im Vorfeld dieser Passage heiß diskutiert haben, und zwar „rassistischen Einstellung und Brutalität von Polizisten“. Auslöser für diese Diskussion war ein Video, das eine der Teilnehmerinnen in der Runde zeigte und das bereits vor kurzem weitere Kreise in den Sozialen Netzwerken gezogen hatte. Lm15 nennt als weitere Quelle „Eltern“ (1273). Af14 bezieht sich auf das Thema „Polizisten“, das Mf15 angesprochen hat und sagt, dass sie auch ein „Buch“ dazu gelesen haben. Mm15 fügt hinzu, dass man so viel mitbekommen würde und Hf14 benennt das besprochene Buch schließlich, „Police brutality“ (1279). Mf15 stimmt ihr zu. Sf15 nennt den Computer, bzw. das Internet, oder noch konkreter „diese News Page“, wenn man ins Internet geht als weitere Quelle. Allerdings erzählt sie, dass sie hier nur „schnell die Schlagzeilen“ lesen würde, außer es interessiert sie. Lm15 assoziiert mit dem „Schlagzeilen-Lesen“ auch die Zeitungen in der „Straßenbahn“ (1285). Af14 kontert auf die Aussage von Sf15, dass man nur die Schlagzeilen

lesen würde, dass sie ja ohnehin politische Bildung als Teil ihres Geschichtsunterrichts in der Schule hätten. Doch auch Mf15 spricht erneut die „Covers von Zeitungen“ an, über die man „schnell drüber lesen“ (1289) kann, damit man weiß worum es geht. Lm15 erzählt eine Anekdote, dass seine Oma immer die gesamten Zeitungen lesen würde und Mf15 bringt zum Ausdruck, dass sie das von ihrer Oma auch kennt. Sf15 erzählt, dass sie auch viel durch Gespräche mit ihrer Familie, bzw. ihren Eltern mitbekommen würde und Mf15 stimmt zu. Hf14 widerspricht „Ich schaff das nicht“ (1289). Mf15 erzählt jetzt, dass ihre Eltern, bzw. zumindest ihr Vater jeden Tag die Nachrichten schaut, Hf14 stimmt ihr zu und Sf15 ergänzt, dass ihre Eltern auch gerne Diskussionssendungen, wie „Pro und Contra“ (1303) schauen. Mf15 bestätigt das selbe für ihre Eltern.

Zusammenfassende Eindrücke: Jugendliche verwenden selbst hauptsächlich digitale Medien, wie Social-Media-Kanäle, oder Internet-News-Feeds, um sich über das Weltgeschehen zu informieren. (In einer späteren Passage, 1488-1492, werden auch noch einige Instagram-Seiten, wie die Explore-Page, sowie News-Seiten, wie „Buzzfeed News“ oder die Seite „Promiflash“ genannt). Diese Information geht aber nicht über einen groben Überblick hinaus. Auch bei den analogen Medien, wie etwa Zeitungscovers werden „nur so schnell die Schlagzeilen“ (1284) gelesen. Vertiefende Informationen erhalten Jugendliche hingegen nur in der Schule – hier spielt vor allem das Fach „Politische Bildung“ eine tragende Rolle – oder im Gespräch mit ihren Eltern. Diese wiederum informieren sich großteils täglich in Nachrichten- oder Diskussionssendungen über das aktuelle Weltgeschehen.

1555-1575 *Erzählaufforderung durch „Ich“, Propositionen durch Mf15, Lm15, Sf15 und Hf14, Elaboration durch Af14 und Proposition durch Mm15, Proposition durch Sf15 und Elaboration durch Lm15, Validierung durch Sf15 und Mf15, Antithese durch Af14, Antithese und anschließende Synthese durch Lm15*

Nachdem die Forschungsleiterin die Jugendlichen gefragt hat, was sie machen würden, wenn sie ein Meme nicht verstehen, antworten diese zunächst alle dasselbe: „Weiterscrollen“ (1558-1560). Hf14 fügt dem noch hinzu, dass sie manchmal auch die Kommentar liest. Af14 bestätigt zwar, dass sie dasselbe macht, sagt aber auch „Manchmal geb ichs auf“ (1562-1563). Dies impliziert, dass die Memes oft so kompliziert sind, dass sie auch mithilfe der Kommentare nicht verstanden werden können, oder aber, dass die Kommentare oft einfach nicht hilfreich sind. Mm15 gibt die zum Teil sarkastisch gemeinte Antwort „**Nachdenkn** (.) weiterscrolln und nachdenkn“ (1563-1564). Sf15 führt ein konkretes Beispiel von den politischen Memes am Tisch an, bei dem sie weitere Informationen suchen würde, nämlich das „Kickl MEME“. Als Grund dafür nennt sie dessen „Format“ (1566). Denn, wenn sie das Format kennt, dann denkt sie sich „das könnte ich verstehn (.) wenn ich wissen würde worums geht“. Bereits vertraute Präsentation von Information – in diesem Fall in Form von beliebten Memeformaten – könnte also zu einem potenziell höheren Informationsinteresse führen. Lm15 fügt als weiteren Grund, weswegen er sich näher für den Inhalt eines Memes interessieren würde, die Häufigkeit seiner Präsenz in seinem Feed an „wenns auch ein Meme is (.) das schon so von fünf Meme- Memeseiten hochgeladen wurde“ (1570). Sf15 und Mf15 stimmen ihm zu. Af14 widerspricht und meint, dass das für sie eher ein störender Aspekt ist „Ja dann nervt es aber“ (1574). Lm15 hingegen sagt, dass das aber schon ein Grund für ihn wäre, sich genauer zu informieren, sonst würde er aber auch einfach weiterscrollen (1576).

1577-1612 Erzählaufforderung durch „Ich“, Propositionen durch Lm15, Mm15, Af14 und nochmal Lm15, interaktive Elaboration zwischen Sf15 und Lm15, Proposition durch Mf15, Divergenz durch Lm15, beginnende Differenzierung durch Af14 und beendete durch Sf15, Antithese durch Mf15, Divergenz durch Mm15, Antithese durch Sf15, Antithese Lm15, argumentative Elaboration durch Af14, Validierung durch Hf14 und Lm15, Antithese durch Mf15, Antithese durch Af14, Ratifizierung durch Km15 und rituelle Konklusion

Die Forscherin fordert die Teilnehmenden dazu auf, einzuschätzen, von wem und zu welchem Zweck die politischen Memes gemacht wurden. Die ersten Antworten sind eher als sarkastische Bemerkungen zu sehen: „Für Eltern“ (1579), „For fame and for fun“ (1580-1581) und „Leute finden sich selbst lustig“ (1582). Nun versucht Lm15, der die erste Bemerkung gemacht hat, eine etwas ernstere Antwort zu finden „es wird bald lustig gemacht über“ (1583). Sf15 unterbricht ihn, doch gemeinsam erarbeiten sie die Gründe „Aufmerksamkeit auf Weltgeschehnisse lenken“ und „sich über Politik lustig zu machen“. Mf15 wirft hingegen den Gedanken auf, dass solche Memes eher für Menschen sind, die „keinen“, bzw. einen „anderen Humor“ (1589) haben. Lm15 fragt Mf15 sarkastisch ob sie fände, dass die politischen Memes schlecht sind. Af14 und Sf15 versuchen gleichzeitig zu argumentieren, dass Mf15 das anders gemeint hat, nämlich, dass man es nur lustig findet, wenn man sich allgemein mit Politik befasst. Mf15 widerspricht jedoch, dass sie sich auch nicht vorstellen kann, dass die betreffende Zielgruppe politische Memes so lustig finden könnte, wie die Burschen „ihre Minecraft Memes“ (1596). Mm15 kontert mit einem sarkastischen Kommentar, dass sie sich über „Ubsis“ lustig machen würden. Sf15 widerspricht Mf15 und meint, dass jeder etwas anderes lustig findet. Sie glaubt, dass für manche Menschen auch die politischen Memes lustig sein könnten. Lm15 kann sich das nicht vorstellen, da

die Memes seiner Meinung nach keinen lustigen Inhalt *haben*, sondern sich nur über Dinge lustig *machen*. Af14 wirft einen neuen Aspekt auf. Sie meint, dass die politischen Memes durchaus auch informieren – Hf14 und Lm15 stimmen ihr da zu – und daher vielleicht auch attraktiver für Jugendliche sind als klassische Nachrichten. Mf15 ist anderer Meinung, da die Memes ihrer Meinung nach einfach nicht lustig sind und Jugendliche sich die Memes außerdem nicht ansehen würden, „wenn sie nicht verstehn“ (1609). Af14 könnte sich hingegen vorstellen, dass manche Jugendlichen den Inhalt vielleicht doch googlen würden, da es sich um Informationen präsentiert in Memes handelt. Km15 entgegnet ein sarkastisches „vielleicht“ (1612) und erzwingt damit eine rituelle Konklusion.

1613-1621 *Proposition durch Hf14, Antithese und exemplifizierende Elaboration durch Sf15, Elaboration durch Mf15, Validierung durch Hf14, Synthese durch Lm15*

10 Sekunden später startet Hf14 die Diskussion wieder, indem sie anmerkt, die Memes seien „nicht mal lustig“ (1613). Sf15 entgegnet erneut, dass das vermutlich im Auge des Betrachters liegt und mit den eigenen Interessen zusammenhängt. Mf15 lenkt nun auch ein, dass sie bei manchen Memes verstehen könnte, „warum manche Leute es lustig finden können“ (1616-1617). Hf14 stimmt nun auch zu. Lm15 fasst die Diskussion noch einmal zusammen und führt sie damit zu einer Synthese und einer echten Konklusion. Er beschreibt die Funktion der Memes nicht als Unterhaltungsfaktor, sondern als Lieferant von „facts“ (1620).

Zusammenfassende Eindrücke: Diese Passage beinhaltet sowohl den kritischen Umgang der Jugendlichen mit politischen Memes, also auch den Grad ihrer Bereitschaft, die Memes als Ausgangspunkt für weitere Informationsgewinnung zu nützen. Zu letzterem Punkt lässt sich feststellen, dass diese Bereitschaft verschwindend gering ist. Auf die Frage der Forschungsleiterin, wie die Jugendlichen mit solchen Memes umgehen würden, antworten alle zunächst einmal mit „weiterrscrollen“ (1558-1560). Manchmal wird höchstens noch die Kommentarfunktion bei Instagram genutzt, um nähere Informationen zu einem Meme zu bekommen. Über die politischen Memes würde der Großteil der Jugendlichen sich nur aus zwei Gründen weiter informieren: 1. Wenn die Präsentationsform, also das Format des Memes, bekannt oder besonders beliebt ist und man deshalb auch Interesse an dem Inhalt bekommt. Oder 2. „wenns auch ein Meme is (.) das schon so von fünf Meme- Memeseiten hochgeladen wurde“ (1570). Wenn also das Interesse aufgrund der Häufigkeit entsteht, mit der man das Meme bereits gesehen hat. Im späteren Verlauf dieser Passage spricht jedoch Af14 die Vermutung aus, dass Jugendliche die Inhalte der politischen Memes vielleicht doch googlen würden, da diese Memes ja auch informieren und daher vielleicht auch attraktiver für Jugendliche sind, als klassische Nachrichten. Km15 und Mf15 widersprechen dieser These jedoch. Mf15 meint, dass Jugendliche sich die Memes nicht ansehen würden, „wenn sies nicht verstehn“ (1609). Und das könnten sie wiederum nur, wenn sie das politische Wissen und Interesse bereits *vorher* hätten.

Die kritische Auseinandersetzung mit den Memes erfolgt erst auf Initiation durch die Forschungsleiterin. Zunächst wird vermutet, dass die Memes nur zum Spaß gemacht wurden, doch kurz darauf nennen Sf15 und Lm15 die Gründe „Aufmerksamkeit auf Weltgeschehnisse lenken“ und „sich über Politik lustig zu machen“. Sie bezeichnen also die Funktion des Kritikübens durch Memes. Als Ansprechpersonen solcher Memes werden Erwachsene, oder besonders politisch Interessierte vermutet, da die Memes laut den Jugendlichen nicht „lustig genug sind“ um eine breitere Masse anzusprechen. Allerdings gehen die Meinungen bezüglich

7.1.3 Transkription: Assoziationsaufgabe „Journalismus“

Memes

Meinungsfreiheit

Prosis

Nachrichten

Zeitung

Radio

Informationen

Angestellte

Journalismus

sport

(Social) Medien

Politik

Meinungen

Research

Fernsehen

Wettergeschehnisse

1778 Mm15: Steht da schon Social Media?
1779 └ Ich: Soziale Medien steht da ((zeige es auf dem
1780 Flipchart))
1781 └ Lm15: Können wirs bitte nochmal auf Englisch draufschreiben ((Ich schreibe unter
1782 „Soziale Medien“ noch „Social Media“)) └ Mm15: Dann
1783 schreiben wir Memes auch hin (.) Memes
1784 └ Af14 ((in strengem Tonfall)): Was hat das mit
1785 Journalismus zu tun wenn ich fragen darf?
1786 └ Sf15: Ja irgendwie schon (.) weil es informiert auch
1787 irgendwie
1788 └ Mm15: Genau::
1789 └ Af14: Du hast auch mit Journalismus zu tun Sf15
1790 └ Ich: Also warum haben
1791 Memes mit Journalismus zu tun oder nicht mit Journalismus zu tun?

1792 └ Sf15: Weil sie informiern
 1793 genauso und man hat sie genauso (.) auf Sozialen Medien
 1794 └ Mf15: Sie vermitteln Themen hald
 1795 (.) aber nur auf eine andere Art (.) aber generell vermitteln sie Themen

[illegible]

1840 └ Mf15: Ja ja
 1841 └ Af14: Beim Superbowl haben sie auch ur verarscht weils ur
 1842 langweilig war
 1843 └ Alle: Ja genau voll ((es kommt nichts mehr, also beende ich die Diskussion))

7.1.3.1 Formulierende Interpretation: Assoziationsaufgabe „Journalismus“

Die oberhalb angeführten Transkriptpassagen werden abschließend für den dritten Teil der Diskussion, „Assoziationsaufgabe Journalismus“, wieder im Zuge der formulierenden Interpretation zuerst zu Ober- (OT) und Unterthemen (UT) zusammengefasst, um das Gesagte besser zu strukturieren.

1778-1795 OT: Welche Begriffe assoziieren die Jugendlichen mit Journalismus

1778-1782 UT: Soziale Medien

Ein Teilnehmer fragt, ob „Social Media“ (1778) schon auf dem Flipchart steht. Die Forschungsleiterin antwortet ihm, dass „Soziale Medien“ bereits draufsteht. Lm15 bittet darum auch den englischen Begriff „Social Media“ aufzuschreiben, was die Forschungsleiterin auch tut.

1782-1795 UT: Memes

Ein Teilnehmer schlägt vor auch „Memes“ auf das Flipchart zu schreiben. Eine Teilnehmerin fragt daraufhin, was Memes mit Journalismus zu tun haben. Eine andere antwortet, dass Memes auch „irgendwie“ informieren (1786-1787). Af14 meint daraufhin, dass Sf15 dann auch etwas mit Journalismus zu tun haben muss, da sie auch manchmal informiert. Die Forscherin leitet die Frage, was Memes mit Journalismus zu tun haben, oder auch nicht, an die Gruppe weiter. Sf15 antwortet, dass sie zum einen auch informieren, und zum anderen auch über Soziale Medien konsumiert werden, wie Journalismus zum Teil auch. Mf15 fügt noch hinzu, dass sie genauso Themen vermitteln „aber nur auf eine andere Art“ (1795).

1801-1843 OT: Was trifft sowohl auf Journalismus als auch auf Memes zu?

1801-1805 Die Forschungsleiterin stellt den Teilnehmenden die Aufgabe ihr die Begriffe auf dem Flipchart zu nennen, die sowohl auf Journalismus, als auch auf Memes zutreffen.

1806-1818 Die Teilnehmenden nennen die Begriffe „Soziale Medien“, „Nachrichten“, „Weltgeschehnisse“, „Meinungen“, „Politik“ und „Sport“.

1819-1826 UT: Warum haben „Meinungen“ etwas mit Memes zu tun?

Nachdem ein Teilnehmer fragt „wieso Meinungen?“ (1817), leitet die Forscherin die Frage an die gesamte Gruppe weiter. Af14 sagt, dass „ur viele ihre Meinungen auch in den Kommentaren sagen“ (1821). Sf15 führt gewisse Meme-Vorlieben, wie etwa „schwarzer Humor“ (1824) auch als eine Art Meinungseinstellung an und Mf15 sagt, dass es auch etwas mit der eigenen Meinung zu tun hat, wie man ein Meme sieht.

1828-1843 OT: Was trifft sowohl auf Journalismus als auch auf Memes zu?

Als weitere Begriffe, die zu Journalismus und Memes passen, werden „Promis Politik und Sport“ (1828-1829) genannt. Die Forschungsleiterin fragt nach, wieso und Mf15 erklärt ihr, dass Promis „oft für Memes verwendet“ (1831) werden und Sport und Politik oft Inhalte von Memes sind, insbesondere bei aktuellen Ereignissen. Als Beispiele für solche aktuellen Sportereignisse werden etwa die WM oder der Superbowl genannt.

7.1.3.2 Reflektierende Interpretation: Assoziationsaufgabe „Journalismus“

Im zweiten Schritt der Analyse erfolgt nun auch für die dritte Passagen die Rekonstruktion und Explikation des Orientierungsrahmens. Dabei werden auch wieder außertextliche Orientierungen und Diskursabläufe berücksichtigt.

Diese Passage beginnt inmitten eines Brainstormings, welche Begriffe die Diskussionsteilnehmenden dem Begriff „Journalismus“ zuordnen würden. Zuvor wurden bereits die folgenden Begriffe erarbeitet: Zeitung, (Soziale) Medien, Politik, Informationen, Meinungen, Meinungsfreiheit, Radio, Recherche, Sport, Weltgeschehnisse und Promis.

1778-1782 *Proposition durch Mm15, Differenzierung durch „Ich“, Elaboration durch Lm15*

Mm15 wirft die Frage auf, ob schon der Begriff „Social Media“ auf dem Flipchart steht. Die Forschungsleiterin weist ihn darauf hin, dass der deutsche Begriff „Soziale Medien“ bereits draufsteht. Lm15 bittet die Forschungsleiterin – eher als Witz gemeint – auch die englische Bezeichnung „Social Media“ aufzuschreiben. Sie tut dies.

1782-1795 *Proposition durch Mm15, Antithese durch Af14, Antithese durch Sf15 mit Validierung durch Mm15, Ratifizierung durch Af14, Elaboration durch „Ich“, argumentative Elaborationen durch Sf15 und Mf15 und Synthese*

Mm15 kommt offensichtlich durch die Aussage von Lm15 auch den englischen Begriff draufzuschreiben auf die Idee auch „Memes“ aufzuschreiben „Dann schreiben wir Memes auch hin (.) Memes“ (1782-1783). Unklar ist in diesem Zusammenhang, ob er das tatsächlich ernst gemeint hat oder nicht. Es ist aber insofern irrelevant, da die Assoziation zwischen Memes und Journalismus trotzdem stattgefunden hat. Af14 widerspricht in jedem Fall Mm15s Ansicht, dass

Memes zu Journalismus gehören. Sie fragt in strengem Tonfall „Was hat das mit Journalismus zu tun“ (1784-1785). Sf15 ist wiederum derselben Meinung wie Mm15, weil „es informiert auch irgendwie“ (1786-1787). Mm15 stimmt ihr zu. Daraufhin macht Af14 eine sarkastische Bemerkung, dass Sf15 auch mit Journalismus zu tun habe, da sie auch hin und wieder als „Informationsmedium“ für ihre Freundin dient. Die Forschungsleiterin möchte ein Abschweifen der Diskussion verhindern und fragt deshalb noch einmal in die Runde, warum die Jugendlichen glauben, dass Memes zu Journalismus gehören, bzw. warum nicht. Sf15 antwortet nochmals, dass Memes einerseits informieren und andererseits auch auf Sozialen Medien anzutreffen sind – wie die journalistischen Inhalte, die die Jugendlichen Großteils dort konsumieren. Mf15 fügt noch etwas hinzu und schafft damit eine Synthese des Themas „Sie vermitteln Themen halt (.) aber nur auf eine andere Art“ (1794-1795).

Zusammenfassende Eindrücke: Diese Passage spiegelt nochmals sehr gut das Informationsverhalten Jugendlichen im Alter von 14/15 wieder. Zwar sind die ersten Assoziationen mit dem Begriff „Journalismus“ hauptsächlich traditionell behaftet; so werden etwa unter den ersten Begriffen „Zeitungen, Politik, Informationen oder Meinungsfreiheit genannt. Allerdings zeigt sich auch sehr deutlich die Bedeutung *neuer* Medien in der Informationsvermittlung für Jugendliche. Als zweiten Begriff nennen die Gruppenmitglieder etwa bereits die „Sozialen Medien“. Außerdem entsteht eine Debatte darüber inwiefern auch Memes ein Teil von Journalismus sein können. Dabei betrachtet zumindest die Hälfte der Jugendlichen Memes als Form von Journalismus. Zum einen, weil sie auch – wie klassische Medien - informieren und die Jugendlichen sie auch in ihrem gewohnten Umfeld, den Sozialen Medien, antreffen und zum anderen, weil sie auch Themen vermitteln, „aber nur auf eine andere Art“ (1794-1795).

Obwohl die Jugendlichen bereits bei der allgemeinen Assoziationsaufgabe „Memes“ als Teil von Journalismus genannt haben, wurden die Teilnehmenden in der nächsten Passage nochmals *direkt* durch die Versuchsleitung aufgefordert, die Begriffe „Memes“ und „Journalismus“ einander gegenüber zu stellen. Dazu sollten sie überlegen, welche ihrer Assoziationen zum Begriff „Journalismus“ auch auf Memes zutreffen könnten (Außer der Begriff „Memes“ selbst). Die genannten Begriffe wurden auf dem Plakat grün unterstrichen, wie in Abbildung 9 zu sehen ist.

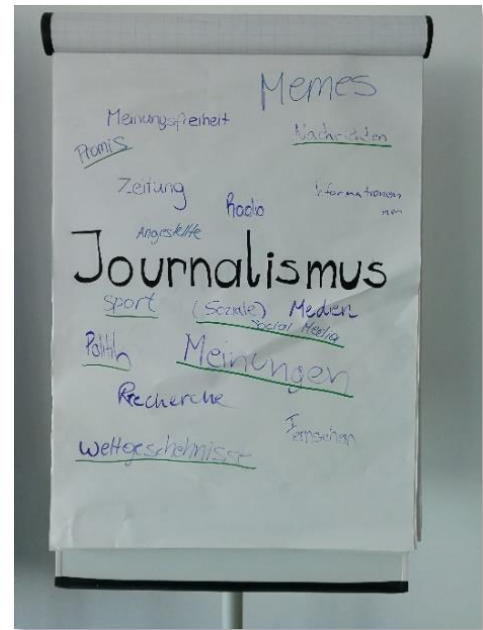


Abbildung 9: Memes-Journalismus Gruppe 1 - Quelle eigenes Foto

1801-1843 Erzählaufforderung durch „Ich“, Propositionen durch Km15, Lm15 und Mf15, Ratifizierung durch „Ich“, Proposition durch Sf15, Ratifizierung durch „Ich“, Proposition durch Sf15, Antithese durch Lm15, Proposition durch Mf15, Differenzierung durch „Ich“, argumentative Elaboration durch Af14 und Validierung durch Lm15, Elaboration im Modus der Exemplifizierung durch Sf15 und im Modus der Argumentation durch Mf15, Ratifizierung durch „Ich“, Proposition durch Mf15, Differenzierung durch „Ich“, argumentative Elaboration durch Mf15 und Validierung durch Hf14, Differenzierung durch „Ich“ und Validierung durch Mf15, exemplifizierende Elaboration durch Af14 und Validierung durch alle

Im Zuge dieser Passage kommt es zu einer Reihe von Propositionen, da alle Teilnehmenden Begriffe nennen, die ihrer Meinung nach sowohl zu Journalismus als auch zu Memes passen. Nach der Einleitungsfrage durch die Forscherin,

welche Begriffe das sind, werden Soziale Medien, Nachrichten und Weltgeschehnisse genannt. Die Begriffe werden immer durch die Forscherin bestätigt, allerdings nur auf der Ebene des immanenten Sinngehalts. Sf15 sagt Meinungen und die Forscherin unterstreicht den Begriff auf dem Plakat. Die Aussagen „Politik“ von Sf15 und „Politik und Sport“ von Mf15 werden zunächst von der Forscherin überhört und daher nicht unterstrichen. Lm15 fragt „Hä aber wieso Meinungen?“ (1817). Die Forscherin leitet die Frage an die Gruppe weiter. Af14 argumentiert, dass bei Memes auch viele Menschen ihre Meinungen „in den Kommentaren sagen“ (1821) und Lm15 stimmt ihr nun zu. Sf15 nennt außerdem den „schwarzen Humor“ (1824) der Burschen ebenfalls ihre Meinung. Sie meint damit offenbar, dass die Burschen durch schwarzen Humor ihre Meinungen zum Ausdruck bringen. Mf15 ergänzt, dass es „was mit Meinungen zu tun“ (1825) hat, „wie man das Meme jetzt sieht“ (1826). Die Forscherin bestätigt die Aussagen, auf der Ebene des immanenten Sinngehalts. Mf15 wiederholt erneut die Begriffe, die vorher nicht unterstrichen wurden „Promis Politik und Sport passt auch“ (1828-1829). Nachdem die Forschungsleitung nachfragt warum, erklärt Mf15, dass Prominente oft für Memes verwendet werden. Bei Sport und Politik handle es sich hingegen um *Inhalte* die in Memes thematisiert werden. Dies sie vor allem bei aktuellen Ereignissen der Fall. Als Beispiel für solche Sportereignisse nennt Mf15 etwa die WM, woraufhin ihr Hf14 zustimmt. Af14 nennt als weiteres Beispiel den Superbowl, den die Memes „auch ur verarscht“ (1841) haben, weil er „ur langweilig war“ (1841-1842). Dieser Aussage stimmen alle Jugendlichen zu.

Zusammenfassende Eindrücke: Diese Passage verdeutlicht noch einmal stärker den Zusammenhang zwischen Memes und Journalismus, der bereits in der vorherigen Passage konstatiert wurde. Die Jugendlichen erkennen dabei einerseits gleiche Verbreitungswege: So werden sowohl Memes als auch klassischer Journalismus über Soziale Medien verbreitet. Andererseits werden Memes auch ähnliche Inhalte zugeschrieben, wie Journalismus; etwa Nachrichten und Politik, aber auch andere aktuelle Weltgeschehnisse, wie bspw. große Sportereignisse. Memes wird aber auch die Macht zuerkannt, Meinungen oder Kritik zu äußern. Diese Eigenschaften werden gleichzeitig auch dem Journalismus zugeschrieben.

7.1.4 DISKURSBESCHREIBUNG Gruppe 1

Allgemein kann zur Gesamtsituation des Diskurses gesagt werden, dass es sich hierbei um eine konkurrierende, bzw. antithetische Diskursorganisation¹³ handelt, bei der es einen von allen gemeinsam geteilten Orientierungsrahmen gibt. Die Gruppendiskussion setzt sich aus insgesamt drei Teilen zusammen, zwischen denen jeweils 5 Minuten Gesprächspause sind. Im ersten Teil geht es allgemein um Memes, im zweiten Teil um politische Memes und im dritten Teil um Journalismus und was damit in Verbindung gebracht wird. Die Diskursbeschreibung soll sich auch entlang dieser drei Teile orientieren.

Der erste Teil der Gruppendiskussion beginnt mit dem Vorführen des Stimulus-Materials, welches aus Memes besteht, die die Teilnehmenden im Vorfeld in eine WhatsApp-Gruppe geschickt haben. Anschließend stellt die Diskussionsleiterin die Frage, warum die Jugendlichen gerade diese Memes geliked und geteilt haben. Bereits während des Auflegens der Memes und dem Versuch der Forscherin die Aufgabe zu erklären entsteht ein reges Gespräch zwischen den

¹³ Loos & Schäffer (2001) unterscheiden drei idealtypische Formen der Diskursorganisation: (1) Oppositionelle Diskursorganisation, (2) Konkurrierende, bzw. antithetische Diskursorganisation und (3) Parallelisierende Diskursorganisation. Für eine ausführliche Beschreibung der Diskursorganisationsformen vgl. Loos, P., & Schäffer, B. (2001). *Das Gruppendiskussionsverfahren*. Opladen: Leske + Budrich.

Teilnehmenden. Auch der restliche Diskussionsverlauf von Teil 1 ist von einem solchen regen und sehr natürlichen Gespräch geprägt, bei dem alle Parteien Redebeiträge beisteuern. Oft finden parallele Gespräche statt, die sich meistens jeweils innerhalb der „Burschengruppe“ und der „Mädchengruppe“ abspielen.

Bereits der Beginn der Diskussion findet nicht sehr strukturiert statt. Die Jugendlichen sehen sich alle parallel und gleichzeitig unterschiedliche Memes auf dem Tisch an und erzählen sich untereinander Anekdoten dazu, die mit ihrem persönlichen Leben in Verbindung stehen. Es wird zum Beispiel auch ein Streit innerhalb der Gruppe angesprochen, bei dem eines der Mädchen damit „gemobbt“ wurde, dass ihr Meme nicht lustig sei. Erst nachdem Mf15 den Inhalt des Memes für die Burschen erklärt, die dieses nicht verstanden hatten, beginnt sich langsam eine Struktur innerhalb des Gesprächs zu zeigen. Nun werden jeweils einzelne Memes hochgehoben und deren Inhalte erklärt und mit lustigen Anekdoten in Verbindung gesetzt.

Nachdem die Jugendlichen alle Memes vor sich auf dem Tisch durchbesprochen haben, warten sie auf weitere Instruktionen, die die Forscherin nach einer kurzen Wartezeit gibt. Sie fragt die Jugendlichen ob man die Memes, die sie allgemein konsumieren, zu bestimmten Themen zusammenfassen könnte. Die Jugendlichen sprechen hier ein Thema an, das sich durch den gesamten weiteren Diskursverlauf zieht und immer als Bezugspunkt und gemeinsamer Orientierungsrahmen der Gruppe angeführt wird: „relatable“ Memes (203-207), also Memes, die die 14/15-Jährigen in Bezug zu ihren eigenen Erlebnishintergründen setzen können. Als weiteres Thema, das besonders von den Burschen präferiert wird, wird „schwarzer Humor“ (224-225) genannt. Dabei lässt sich erstmals ein negativer Gegenhorizont zum geteilten Orientierungsrahmen durch die Mädchen der Gruppe festmachen, der auch im weiteren Diskussionsverlauf innerhalb der Thematik von angebrachten und unangebrachten Memes diskutiert wird. Als Beispiele werden hier ebenfalls Memes angeführt, die von den Burschen selbst in der WhatsApp Gruppe geteilt wurden, wie ein Meme über verdurstende Menschen in Afrika, die Opfer des Terroranschlags während eines Ariana Grande Konzerts, oder Memes

über Menschen mit Behinderung. Dabei vertreten die Mädchen immer eine klare Einstellungshaltung „Das ist ja nicht lustig“ (218-219; 466-470; 476-478).

Als weiteres Thema von Memes werden aktuelle Weltgeschehnisse angesprochen. Diese sind jedoch im Fall der 14/15-Jährigen thematisch unter dem Begriff „Pop culture“ (333) zu verorten. Als besonders prominentes Beispiel wird hier der Rapper „21 Savage“ (335) genannt, der mutmaßlich gegen das US-Einwanderungsrecht verstoßen haben soll. Anhand des Beispiels wird deutlich, dass aktuelle Themen, die im Interessensbereich der Jugendlichen liegen, auch in einem hohen Wissensstand über eben diese resultieren.

Im weiteren Verlauf kommen die DiskutantInnen wieder zu der Konklusion, dass die meisten Memes, die sie konsumieren in irgendeiner Form „relatable“ sind. Außerdem kommt zur Sprache, dass genderbezogen manche Memes durch die Mädchen einfach nicht als lustig empfunden werden, was durch fehlendes Interesse und Wissen gegenüber der Thematik resultiert: „die ganzen Minecraft Memes nicht gecheckt“ (451).

Nachdem sich eine kurze Diskussionspause ergibt, nehmen alle Jugendlichen ihre Handys in die Hand und beginnen sich darauf irgendetwas anzusehen. Die Forschungsleiterin unterbricht das mit der Frage nach der Wichtigkeit von Memes für die Jugendlichen. Dabei reagiert Hf14 als erste mit der Aussage „Ich könnte ohne auch leben“ (499), woraufhin Lm15 und Km15 entgegnen „Also ich nicht“ (503-504). Im Laufe der Diskussion wird allerdings klar, dass Memes für alle Gruppenmitglieder eine Rolle in ihrem Leben einnehmen – allerdings für manche mehr, als für andere. So ist deren Wichtigkeit für die Burschen größer, was auch in einem höheren Tageskonsum von Memes resultiert. Auch was die Funktionen von Memes für Jugendliche angeht lässt sich ein geschlechtsspezifischer Unterschied feststellen. So wird der Unterhaltungsfaktor von den Burschen angesprochen „wann immer du auf Instagram gehst (.) bringt es dich zum Lachen“ (515-516) – wenn auch von den Mädchen bestätigt.

Die Mädchen wiederum bringen Identifikationsprozesse und Zugehörigkeitsgefühl mit dem Konsum von Memes in Verbindung „Man denkt man ist die einzige Person die das macht und dann gibt’s so ein Meme“ (530-531).

Nach einer kurzen Redepause sprechen die DiskutantInnen über die Rewind-Videos von YouTube und im Zuge einer Aufzählung von „geilen Memes“ (564) auch über die #metoo-Bewegung (da es dazu auch zahlreiche Memes gab). Dabei können die DiskutantInnen sowohl den Namen von Harvey Weinstein, als auch seine Funktion und was er getan hat aufzählen. Erneut zeigt sich das Potenzial der Informationsfunktion von Memes, allerdings unter der Voraussetzung vorhandenen Interesses.

Nachdem das Handy von Mm15 läutet und er erzählt, dass es nur sein „wöchentlicher Bericht“ war, entsteht ein Gespräch über die Dauer des Smartphonekonsums und insbesondere Instagram. Die Zeiten auf Instagram schwanken hier zwischen Minimum 0,5 Stunden täglich (Mm15) bis hin zu 5 Stunden täglich (Af14 und Km15). Dabei nimmt der Konsum von Memes bei den Burschen den größten Teil ein „80 Prozent so“ (678). Bei den Mädchen eher weniger „Ich verbring auf Instagram gar nicht so viel (.) so viel mit Memes“ (679-680).

An dieser Stelle wird durch die Mädchen noch eine weitere Funktion von Memes aufgeworfen: Die Kommunikationsfunktion. „Durch Memes schicken kommen wir so ur auf Konversationen (.) untereinander.“ (688-689). Im weiteren Gesprächsverlauf geht es um die „explore-page“ bei Instagram und um deutsche Meme-Seiten, die von allen Jugendlichen gleichermaßen als „so schlecht“ (718) und „so schlimm!“ (720) empfunden werden.

Nachdem das Gespräch über die „explore-page“ und „deutsche Memes“ ausgeschöpft ist, greift die Diskussionsleiterin nochmals ein und bittet die Jugendlichen zu erzählen, warum sie Memes an Freunde und Bekannte verschicken. Mm15 antwortet sofort mit „Was lustiges teilen“ (784). Der weitere Gesprächsverlauf zeichnet sich durch viele Überlappungen und parallele Gespräche zu zwei unterschiedlichen Themen aus. Einerseits zu der Frage *warum* Memes verschickt werden. Andererseits taucht dadurch auch ein weiteres Thema auf, nämlich *wem*

solche Memes geschickt, bzw. *nicht* geschickt werden. Hf14 wirft ein „ich schicks aber nur meinen Freunden ich zeigs nie meinen Eltern“ (786-787). Alle DiskutantInnen sind sich darüber einig und erzählen zahlreiche Anekdoten, bei denen ihre Eltern nicht angemessen auf Memes reagiert haben, da sie den Humor nicht verstanden haben „Meine Eltern sind immer so ,wer ist das?““ (789). Die Diskussionsdichte und die Anzahl der Redebeiträge zum Thema „Eltern und Memes“ scheint ein Indikator für die Wichtigkeit von Memes als Abgrenzungsmerkmal von Jugendlichen zu ihren Eltern zu sein. Zu einem späteren Gesprächszeitpunkt erwähnt die Gruppe noch einmal dass sie Memes nur an Leute in ihrem Alter schicken würden, „weil andere verstehns hald dann nicht“ (864-865).

Bezüglich der Frage *warum* Memes verschickt werden, werden neben „was Lustiges teilen“ folgende Gründe genannt: Andere werden dadurch als Gleichgesinnte empfunden, es entsteht ein Gefühl der Zugehörigkeit „Weil wir denken dass andere es checken“ (824-825). Das Teilen von Memes erfüllt außerdem die Funktion „sozialen Kontakt“ herzustellen, auch wenn Hf14 das etwas übertrieben darstellt: „Und sonst würd ich @mit niemandem reden@“ (833). Deshalb werden Memes auch geteilt, wenn sie einen an eine bestimmte Person erinnern, oder gut zum aktuellen Gesprächsthema passen. Es werden also erneut dieselben Funktionen von Memes herausgearbeitet, die bereits im vorherigen Gesprächsverlauf erwähnt wurden. Außerdem lassen sich die hier angeführten Gründe als eine Form der interpersonellen Kommunikation zwischen Jugendlichen zusammenfassen. Durch Memes wird sich also nicht nur unterhalten, sondern auch *unterhalten* – im Sinne von kommuniziert.

Ein weiteres Thema, das gegen Ende des ersten Teils durch die Jugendlichen angesprochen wird, sind „private“ Memeseiten auf Instagram. Die können nur von jemandem gesehen werden, der der Seite auch folgt, was von den Jugendlichen als sehr störend empfunden wird: „oh mein Gott warum sind diese ganzen pages private (.) ich verstehs einfach nicht“ (841-842).

Der zweite Teil der Gruppendiskussion beginnt ebenfalls mit dem Vorführen von Stimulus-Material durch die Studienleitung. Diesmal besteht es allerdings aus politischen Memes, die die Teilnehmenden zuvor noch nicht gesehen haben. Die Diskussion wird von Mm15 dominiert, der vergleichsweise recht gut informiert ist. Trotzdem muss der Großteil der Memes am Ende durch die Forschungsleiterin erklärt werden. Allerdings regen die Memes zu anderen Diskussionen über Themenbereiche an, über die die Jugendlichen besser informiert sind (zum Beispiel Trump Memes zu Diskussionen über das Wahlsystem in Amerika). Im Gegensatz zum ersten Teil, reden die Jugendlichen jetzt nicht durcheinander, sondern sehen sich alle erstmal in Ruhe die Memes an. Mf15 stellt fest „es sind alles politische Memes“ (908) und Hf14 merkt an, dass ihr „ein bisschen das Wissen über Politik“ (918-919) fehlt, um die Memes zu verstehen. Diese Tatsache zeigt sich auch zunächst bei den anderen TeilnehmerInnen.

Zu Beginn des Diskussionsteils werden durch die Jugendlichen zunächst nur Memes angesprochen, deren Inhalt sie *nicht* verstehen, etwa das „Iran MEME“, oder das „Papamonat MEME“ (935). Neben fehlendem Vorwissen zu manchen Themen, zeigen sich auch semantische Verständnisschwierigkeiten „Keine Ahnung was ‚the house of commons‘ is (948) oder „Das is so schwer zum verstehn“ (980). Trotzdem wird sichtbar, dass die 14/15-Jährigen zumindest einige Informationen aus den Memes verstehen. So werden die Personen „Theresa May“ (955) und Maduro, als „ehemaliger Präsident von Venezuela“ (968) richtig erkannt, ebenso „Donald Trump“ (972). Auch allgemeine Inhalte, wie der „Brexit“ (956) und die Diskussion zu „Artikel 13“ (960) werden durch die Jugendlichen richtig aus den Memes herausgelesen.

Mf15 findet als erste ein Meme über das sie Hintergrundinformationen besitzt, nämlich das „Papamonat MEME“, das sonst nur noch von Mm15 verstanden wird „Das is lustig ja“ (991). Nachdem die restlichen Gruppenmitglieder den Hintergrund nicht kennen, erklärt Mf15 „Hald der Strache is doch grad Vater geworden“ (996). Sf15 meint daraufhin, dass man die Memes zwar versteht, aber sie keinen Bezug zum Leben der Jugendlichen haben. Hier wird wieder der

gemeinsame Orientierungsrahmen der „relatable“ Memes als Bezugspunkt durch die Gruppe formuliert: „Es sind jetzt auch nicht so relatable Memes“ (1014). Als Konsequenz ziehen die Jugendlichen, dass die Memes daher für sie nicht lustig sind, aber „Eltern würden die vielleicht lustig finden“ (1015-1016). In diesem Zusammenhang lässt sich sagen, dass die Kernfunktion von Memes für Jugendliche, also *Unterhaltung*, von politischen Memes nicht erfüllt wird.

Als nächstes hält Mm15 das „El Chapo MEME“ hoch, das er „ganz cool“ (1022) findet. Hier zeigt sich sehr beispielhaft, wie unterschiedlich stark die Hintergrundinformationen der Jugendlichen ausgeprägt sind. Zwar wussten alle Jugendlichen, wer die Person auf dem Bild ist, und konnten ihr auch die Etikettierung „Drogendealer“ zuordnen, allerdings wusste nur Mm15, die ausschlaggebende Information, dass El Chapo auch *gefasst* wurde.

Nachdem Mf15 nachfragt, erklärt Mm15 auch das „Maduro MEME“. Er sagt, er war ein „Diktator“, der die Menschen in Venezuela verhungern ließ und sich jetzt über Neuwahlen wundert. Hf14 meint darauf: „Es is hald dumm wenn mans erklärn muss weil dann is es gar nicht mehr lustig“ (1057-1058). Dieser Satz ist prägend für den zweiten Teil der Diskussion, da die Jugendlichen immer wieder ansprechen, dass sie die Memes nicht lustig finden. Das Humorverständnis steht also in Abhängigkeit zum politischen Vorwissen.

Als weiteres Thema wird durch die Jugendlichen auch das Layout angesprochen, da ihnen das „Maduro MEME“, mit einem überraschten Pikachu, und das „Kickl MEME“¹⁴ bekannt vorkommen „weil das is ja ur bekannt“ (1079).

Im weiteren Diskussionsverlauf beginnt die Forscherin die Hintergründe der politischen Memes aufzuklären. Als sie den „National Emergency“ thematisiert, zeigt sich, dass die Jugendlichen über Ereignisse der jüngeren Vergangenheit, wie den „Government Shutdown“ in Bezug auf den Mauerbau Bescheid wissen: „alle die im Government arbeiten bekommen kein Geld oder?“

¹⁴ Das „Kickl MEME“ ist eine Photoshop Reaktion des bekannten „Drake Memes“. Diese Bild zeigt im oberen linken Viertel des Bildes den kanadischen Rapper Drake mit einer abwehrenden Handhaltung gegenüber dem Inhalt, der rechts davon steht. Das untere linke Viertel zeigt hingegen einen Gesichtsausdruck der Akzeptanz durch Drake gegenüber dem Inhalt, der rechts davon steht.

(1094-1095) und „Ja niemand will mehr gratis arbeiten und deshalb mussten sie McDonalds bestellen (.) bei der Sitzung“ (1098-1099). Die jüngsten Ereignisse, wie den Ausruf des „Nationalen Notstands“, hat ein Teil der Gruppe zwar mitbekommen, konnte diese jedoch nicht richtig einordnen: „Es gab auch überall auf Instagram war das so“ (1155-1156). „Na ich habs so gehört aber ich wusste nicht was das heißt“ (1156-1157).

Nachdem die Forscherin die Hintergründe dazu erklärt hat, regt das Meme die Teilnehmenden allerdings zu einer Diskussion über einen Themenbereich an, über den die Jugendlichen durch die Schule besser informiert sind, nämlich das Wahlsystem in Amerika: „die Leute haben ja nicht einmal ihn gewählt“ (1122). Dabei bringen die Jugendlichen ein sehr hohes allgemeines Hintergrundwissen über die Wahlabläufe in Amerika zum Ausdruck.

Nach einer Redepause durch die Teilnehmenden, erklärt die Forschungsleiterin weiter die Memes. Bei der Thematisierung des „Kickl MEMES“ und seinen Plänen zur Sicherungshaft entsteht erneut eine abschweifende Debatte, die mehr im Interesse und auch Erfahrungshorizont der Jugendlichen liegt. Dabei geht es um rechtsradikale Polizisten und ein Video zu dem Thema, das die Gruppe vor kurzem auf Instagram gesehen hat.

Die Forscherin versucht das Gespräch wieder zurückzulenken und fragt, woher die Jugendlichen ihre Informationen beziehen. Af14 nennt als erstes „Social Media“ (1270). Im Laufe der Diskussion kristallisieren sich Soziale Medien als wichtigste Informationsquelle für die 14/15-Jährigen heraus. Sie nutzen vor allem Instagramseiten wie „Buzzfeed News“ (1489) oder „Promiflash“ (1492) oder die „explore-page“ (1488), aber auch Internet-News-Feeds, um sich über das Weltgeschehen zu informieren. Ihre Informationen gehen dabei aber nicht über einen groben Überblick hinaus. Auch bei den analogen Medien, wie etwa Zeitungscovern werden „nur so schnell die Schlagzeilen“ (1284) gelesen. Vertiefende Informationen erhalten Jugendliche hingegen nur in der Schule – hier spielt vor allem das Fach „Politische Bildung“ eine tragende Rolle – oder im Gespräch mit ihren Eltern. „also wir also unter der Familie reden

hald einfach so drüber manchmal“ (1294-1295). Diese wiederum informieren sich größtenteils täglich in Nachrichten- oder Diskussionssendungen über das aktuelle Weltgeschehen.

Im weiteren Diskussionsverlauf sprechen die DiskutantInnen gemeinsam mit der Forscherin über das „Artikel 13 MEME“. Lm15 hat das Meme in genau der Form schon gesehen und alle bis auf Km15 haben grob mitbekommen, worum es bei Artikel 13 geht. Allerdings zeigt sich auch hier – wie bereits beim „National Emergency“ – dass die Jugendlichen mithilfe der Sozialen Medien nicht in der Lage waren, die erhaltene Information richtig einzuordnen: „ich hab mir mehrere Videos angeschaut aber jeder sagt was anderes (.) das das ist so:: verwirrend!“ (1343-1344). Alle wissen nur, dass es um Copyright-Rechte geht, aber keiner hat wirklich richtige Informationen darüber, was damit passieren soll.

Die Forschungsleiterin erklärt den Jugendlichen die restlichen Memes, deren Inhalt sie nicht gekannt haben. Zuerst das „Artikel 13 MEME“, dann das „May MEME“ und dann das „Iran MEME“. Außerdem ergänzt sie die Hintergründe zum „Maduro MEME“.

Den nächsten Themenblock nimmt die Frage ein, was Jugendliche machen, wenn sie ein Meme nicht verstehen. Allgemein auf Memes bezogen, antworten die meisten mit „weitscrollen“ (1499), da es ja ohnehin genug Memes gebe, die man sich anschauen könnte. Km15 erzählt, dass er einer Seite folgt, die explizit beliebte Memes erklärt. Als weitere Option werden von vielen die Kommentare genannt. Allerdings wird nicht bei jedem Meme in die Kommentare geschaut sondern nur, wenn man es „unbedingt verstehen will“ (1520). Bei der konkreten Nachfrage nach den politischen Memes, sind die Antworten zunächst auch „weitscrollen“ (1558-1560). Über die politischen Memes würde der Großteil der Jugendlichen sich nur aus zwei Gründen weiter informieren: 1. Wenn die Präsentationsform, also das Format des Memes, bekannt oder besonders beliebt ist und man deshalb auch Interesse an dem Inhalt bekommt. Oder 2. „wenns auch ein Meme ist (.) das schon so von fünf Meme- Memeseiten hochgeladen wurde“ (1570). Wenn also das Interesse aufgrund der Häufigkeit entsteht, mit der man das Meme bereits gesehen hat. Im späteren Verlauf dieser Passage spricht jedoch Af14 die

Vermutung aus, dass Jugendliche die Inhalte der politischen Memes vielleicht doch googlen würden, weil „die informieren ja auch (.) viel mehr (.) und ich glaub es is:: (.) attraktiver für Jugendliche als irgendein:: als irgendein (.) Nachrichtnding zu schau“ (1603-1607). Mf15 wirft jedoch den negativen Gegenhorizont auf: „Ja aber es is auch nicht lustig (.) und Jugendliche schau sichs dann aber auch nicht an wenn sies nicht verstehn“. Und das könnten sie wiederum nur, wenn sie das politische Wissen und Interesse bereits *vorher* hätten.

Die kritische Auseinandersetzung mit den Memes erfolgt erst nach der Intervention durch die Forschungsleiterin. Zunächst wird vermutet, dass die Memes nur zum Spaß gemacht wurden, doch kurz darauf nennen Sf15 und Lm15 die Gründe „Aufmerksamkeit auf Weltgeschehnisse lenken“ und „sich über Politik lustig zu machen“. Sie bezeichnen also die Funktion des Kritikübens durch Memes. Als Ansprechpersonen solcher Memes werden Erwachsene, oder besonders politisch Interessierte vermutet, da die Memes laut den Jugendlichen nicht „lustig genug sind“ um eine breitere Masse anzusprechen. Allerdings gehen die Meinungen bezüglich Lustigkeit der Memes generell auseinander: Während sich Mf15, Hf14 und Lm15 zunächst gar keine Zielgruppe vorstellen können, die solche Memes lustig finden könnte, besteht Sf15 darauf, dass das Humorverständnis mit den persönlichen Interessen zusammenhängt. Schließlich schafft sie es auch die anderen von dieser Meinung zu überzeugen. Dennoch sehen die Jugendlichen dieser Gruppe die politischen Memes nicht als Unterhaltungsfaktor, sondern als Lieferant von „facts“ (1620).

Am Ende des zweiten Diskussionsteils sprechen die Teilnehmenden – nach der Intervention durch die Forscherin – noch über den Unterschied zwischen ihren eigenen Memes und den politischen. Dabei fällt den Jugendlichen vor allem auf, dass hauptsächlich „echte“ (politische) Personen für die politischen Memes verwendet werden, also keine Zeichnungen o.Ä. Außerdem haben sie alle „ein spezifisches Thema“ (1653), während ihre eigenen Memes universelle Themen beinhalten.

Der dritte Teil der Gruppendiskussion setzt sich aus einer Assoziationsaufgabe zum Thema „Journalismus“ zusammen. Die Versuchsteilnehmenden werden dazu aufgefordert alles, was ihnen zu dem Begriff einfällt auf das Flipchart vor ihnen zu schreiben. Dieser Teil zeichnet sich durch einen oft sehr schnellen Sprecherwechsel aus. Häufig werden von den Jugendlichen nur einzelne Worte genannt, obwohl die Forscherin darum gebeten hat auch zu begründen, warum etwas aufgeschrieben wird. Außerdem werden die Teilnehmenden sehr oft unruhig, es kommt nicht mehr wirklich eine Diskussion zustande. Diese Passage spiegelt aber auch sehr deutlich die Bedeutung *Neuer Medien* bei der Informationsvermittlung für Jugendliche im Alter von 14/15 wieder, die bereits im zweiten Teil der Diskussion durchgedrungen ist.

Mf15 steht als erste auf und schreibt das Wort „Zeitung“ auf. Sie begründet es damit, dass zum Bereich Journalismus auch die Zeitung gehört. Es entsteht eine kurze Debatte darüber ob Journalismus zur Zeitung gehört oder umgekehrt. Im weiteren Verlauf erarbeitet die Gruppe eigenständig noch die Begriffe „(Soziale) Medien“, „Politik“, „Informationen“, „Meinungen“ (im Sinne von links- bzw. rechtsgerichteten Medienberichten), „Meinungsfreiheit“, „Radio“, „Recherche“, „Sport“, „Weltgeschehnisse“ und auch den Begriff „Memes“.

Nachdem Mm15 den Begriff „Memes“ nennt, entsteht eine Debatte darüber, inwiefern auch Memes ein Teil von Journalismus sein können. Dabei betrachtet zumindest die Hälfte der Jugendlichen Memes als Form von Journalismus. Zum einen, „Weil sie informieren genauso und man hat sie genauso (.) auf Sozialen Medien“ (1792-1793) und zum anderen, weil sie auch Themen vermitteln, „aber nur auf eine andere Art“ (1794-1795).

In einem weiteren Schritt werden die Jugendlichen direkt durch die Forschungsleiterin aufgefordert Memes und Journalismus miteinander in Verbindung zu setzen. Dabei wird ihr Zusammenhang durch die Jugendlichen nochmals verstärkt untermauert. Die Jugendlichen erkennen dabei einerseits gleiche Verbreitungswege: So werden sowohl Memes als auch klassischer Journalismus über Soziale Medien verbreitet. Andererseits werden Memes auch ähnliche Inhalte zugeschrieben, wie Journalismus; etwa „Nachrichten“ (1809) und Politik

1895 └ Jf17: Relatable
 1896 genau ((zeigt mit Finger zustimmend auf Bm16))
 1897 └ Bm16: Ja
 1898 └ Nf17: Ja: (.) aba sowas würd ich halt irgendw- (.) weil ich post (.) ((zeigt auf Jf17 die
 1899 zu wissen scheint worauf Nf17 hinaus will)) ja auch oft Sachen (.) und ich glaub ich würd das...
 1900 └ Jf17: Ja (.) ja
 1901 ...Nf17: (3) se:hr (2) postn (3) es kann auch sein dass ichs in die Gruppe geschickt hab keine
 1902 └ Jf17: Es is hald wirklich witzich
 1903 ... Ahnung
 1904 └ Jf17: @(.)@ Okey
 1905 Bm16: Ich mein (.) manche liken das wahrscheinlich weils relatable für sie is
 1906 └ Jf17: Ja (3)
 1907 oder weils so Spongebob is @(.)@ ((alle lachen kurz))
 1908 └ Bm16: Ja Spongebob Memes (2) beste
 1909 └ Jf17: Jap das stimmt
 1910 └ Bm16:
 1911 Ja ((so ein abschließendes „ja“))

Als Grund, bzw. als *Thema*, von Memes die verschickt werden, wurden in der oberen Passage „relatable“ Memes genannt. Die nächste Transkriptpassage führt diese Themen von geschickten Memes noch etwas näher aus und beginnt direkt mit einer Erzählaufforderung durch die Forschungsleiterin:

2364 Ich: Was:: ähm (.) worum geht's denn so in den (.) m::eisten Memes (.) die:: ihr euch anschauts
 2365 oder gegenseitig schickts gib'ts da irgendwelche (.) so bestimmte Themen (.) die man so nennen
 2366 kann?
 2367 └ Sm17: (3) Schule (.) also bei mir (.) meistens ((Nf17 und Bm16 nicken zustimmend))
 2368 └ Jf17: Politische @Sachen@ (.) bei mir
 2369 zumindest
 2370 └ Bm16: Social life
 2371 └ Nf17: Ja (.) so auch (.) so einfach so alltägliche Sachn ((Jf17
 2372 und Bm16 nicken zustimmend))
 2373 └ Bm16: (3) oder einfach so (.) was (.) recently (.) also was hald
 2374 (.) passiert is (.) keine Ahnung zum Beispiel (4) äh okay @es fällt mir nichts ein@ aber (.) oder
 2375 zum Beispiel wenn (.) irgendwas passiert ist und (.) da werden dann zum Beispiel direkt Memes
 2376 gemacht (.) zum Beispiel als 21 Savage hald (2) ja die 21 Savage Memes die warn so lustig...
 2377 └ Nf17: Ja:: (.) das war so lustig
 2378 ... Bm16: (2) also 21 Savage der:: (.) is hald in Amerika gwesn ohne Visa u::nd (2) ja (.) jetzt
 2379 musste er hald zurück nach Großbritannien u::nd (2) darüber gabs hald Memes und ich find
 2380 hald so recent Memes (.) ziemlich lustig
 2381 └ Jf17: Mhm
 2382 └ Nf17: (4) Aber solche Memes kann ich
 2383 dann auch nicht irgendwie jedem schickn
 2384 └ Bm16: Ja eh weil vielleicht (.) checkn dies nicht
 2385
 2386 └ Nf17: Oder sie kennen ihn einfach nicht (2) und das is dann (1) ja keine Ahnung

2387 ⊢ Bm16: Ja eh ⊢ Bm16:
2388 Awkward? (2) wenn sie dann danach hald „höhöhö wer is 21 Savage“?
2389 ⊢ Nf17 ((nickt)): Wer is das (.) und dann muss ich das
2390 hald alles erklärn so ja egal

2512 └ Jf17:
 2513 Ja (.) oder wenn du so Barney siehst ((Fernsehserie und die Figur, die auf dem Meme abgebildet
 2514 ist)) und du so oh:: @und dann musst du dran denkn@
 2515 └ Nf17: @(.)@ genau (.) genau
 2516 Jf17: Oder kennt's ihr das so irgendwas passiert (.) und dann denkt ihr so oh mein Gott da
 2517 könnte man ur gut einen Meme draus machen (.) und dann @ja@ ((alle lächeln))
 2518 └ Nf17: Ja eben └ Sm17 und Bm16: Ja
 2519 └ Nf17:
 2520 So beim Schreiben (.) ich sag da Person meistens so (.) ja @warte ganz kurz@ (.) ich such den
 2521 Meme @und schick es@ ((alle lachen)) (.) auch wenns dann nich mehr lustig is aber ich finds
 2522 persönlich dann einfach so witzich

7.2.1.1 **Formulierende Interpretation: Der allgemeine Meme-Stimulus**

Die ausgewählten, relevanten Transkriptpassagen werden nun, im Sinne der dokumentarischen Interpretation nach Ralf Bohnsack, in einem ersten Schritt zusammengefasst und verdichtet. Dazu wird das Gesagte auf der Ebene des immanenten Sinngehalts zu Ober- (OT) und Unterthemen (UT) strukturiert.

1891-1905 OT: Relatable Memes

Nf17 zeigt den Teilnehmenden das Meme, das sie in die WhatsApp-Gruppe geschickt hat. Bm16 und Jf17 beschreiben das Meme beide als „relatable“

1898-1904 Nf17 unterhält sich mit Jf17 und erklärt, dass sie dieses Meme auch posten würde, da sie häufiger ähnliche Memes postet. Jf17 kann das nachvollziehen „Es is hald wirklich witzich“ (1902).

1905-1907 UT: Warum würde man das Meme liken?

Bm16 fügt noch hinzu, dass manche Menschen das Meme vermutlich liken würden „weils relatable für sie is“ (1905). Jf17 sagt darauf „oder weils so Spongebob is“ (1907). Das ist sowohl für Bm16, als auch für Jf17 ein guter Grund, um ein Meme zu liken.

2364-2390 OT: Themen von konsumierten Memes

Die Forschungsleiterin stellt den DiskutantInnen die Frage, welche Themen ihre konsumierten Memes haben. Die Themen „Schule“ (2367), „Politische Sachen“ (2368), „Social life“ (2370), bzw. Alltägliches werden genannt. Bm16 erwähnt außerdem Memes über aktuelle Geschehnisse, etwa „21 Savage“ (2376).

2378-2390 UT: 21 Savage

Die „21 Savage“-Memes werden von Nf17, Bm16 und Jf17 als sehr „lustig“ bezeichnet. Bm16 erklärt außerdem den Hintergrund zu den Memes „also 21 Savage der: (.) is hald in Amerika gwesn ohne Visa u::nd (2) ja (.) jetzt musste er hald zurück nach Großbritannien“ (2378-2379).

2382-2390 Die Teilnehmenden sprechen auch an, dass man solche Memes nicht jedem schicken kann, weil viele entweder die Memes nicht „checkn“ (2384) oder die Person gar nicht kennen „Wer is das (.) und dann muss ich das hald alles erklärn“ (2389-2390).

2476-2522 OT: Bedeutung und Funktionen von Memes für Jugendliche

2476-2477 Die Forschungsleiterin bittet die Gruppe zu erzählen, ob und warum Memes für sie wichtig sind.

2478-2493 Lustige Memes werden als gute „Erheiterung“ (2479) „in schlechteren Zeiten“ (2478) gesehen. Auch ihre Funktion als Ablenkung bei Langeweile und ihre Unterhaltungsfunktion wird von Nf17 erwähnt. Trotzdem bezeichnen Bm16, Nf17 und Jf17 Memes als „nicht wichtig“ für sie. Jf17 findet „dann doch lieber so Freunde (.) die einen zum lachn bringen“ (2491) wichtiger; genauso wie Bm16 und Nf17.

2494-2501 Die Forschungsleiterin fragt nun den „Rest“ (2494) der Gruppe nach ihrer Meinung. Sm17 erzählt, dass er Memes auch nicht so wichtig findet und in letzter

Zeit auch gar nicht mehr so viele konsumiert, außer „wenn mir langweilig ist“ (2496). Tf17 meint „Es wär halt komisch ohne Memes (.) aber so richtig will ich sie nicht“ (2499-2500) sehen. Dennoch beschreibt sie gute Memes als „erheiternd“ (2504).

2505-2515 UT: Memes beeinflussen

Nf17 erwähnt auch, dass Memes ihren Humor „prägn irgendwie“ (2505). Über Memes die sie lustig findet, denkt sie auch häufiger nach. Jf17 und Bm16 beschreiben, dass sie auch schon ähnliche Erfahrungen bei sich beobachtet haben.

2516-2522 UT: Memes die *genau* zum Thema passen

Jf17 fragt in die Runde, ob die anderen das auch kennen, wenn „irgendwas passiert (.) und dann denks ihr so oh mein Gott da könnte man ur gut einen Meme draus machen“ (2516-2517). Die anderen Teilnehmenden bestätigen das. Nf17 erzählt auch, dass sie oft beim Schreiben die andere Personen bittet kurz zu warten, um das passende Meme zu der Situation herauszusuchen, „ich such den Meme @und schick es@“ (2520-2521).

7.2.1.2 Reflektierende Interpretation: Der allgemeine Meme-Stimulus

Im zweiten Schritt erfolgen nun die Rekonstruktion und Explikation des Orientierungsrahmens der Gruppe. Das Begriffsinventar, dass zur Beschreibung der Diskursorganisation verwendet wird, findet sich in Anhang C.

Die nachfolgende Passage bildet einen Ausschnitt vom Anfang der Diskussion ab, während die DiskutantInnen sich gegenseitig erzählen, warum sie bestimmte Memes in die Gruppe gestellt haben.

1891- 1911 Proposition durch Nf17, Validierung und beginnende exemplifizierende Elaboration durch Jf17, Elaboration durch Bm16 und Validierung durch Jf17, Elaboration im Modus der Exemplifizierung durch Nf15 und argumentative Elaboration durch Jf17, Elaboration durch Bm16, Validierung und Differenzierung durch Jf17, Elaboration durch Bm16 und Validierung durch Jf17, echte Konklusion

Nf17 hält ein neues Meme für die Gruppe hoch, über das sie reden möchte, das „Spongebob MEME“. Jf17 beginnt zu erklären, welche Art von Meme das ist, doch Bm16 beendet ihren Satz mit „Relatable Sachen“ (1894). Jf17 ist mit seiner Definition einverstanden. Nf17 spricht in Richtung Jf17, da die beiden sehr gut miteinander befreundet sind und sich daher gut kennen. Sie erzählt, dass – wie Jf17 ja weiß – sie solche Art von Memes auch posten würde. Jf17 stimmt ihr zu „Es ist halt wirklich witzig“ (1902). Bm16 äußert die Vermutung, dass manche Menschen das Meme sicher aus dem Grund liken, dass es „relatable für sie ist“ (1905). Jf17 stimmt ihm zu, ergänzt aber, dass es auch an Spongebob liegen könnte. Bm16 stimmt zu denn „Spongebob Memes (2) beste“ (1908). Dem stimmt wiederum Jf17 wieder zu. Es kommt zu einer echten Konklusion.

Zusammenfassende Eindrücke: In dieser Passage werden die eigens präferierten Memes erneut mit der Eigenschaft beschrieben, dass die Jugendlichen sie zu sich selbst in Bezug setzen können. Dafür verwendet auch die Gruppe der 16/17-Jährigen, wie bereits die Gruppe der 14/15-Jährigen den englischen **Begriff „relatable“**. Es wird auch die Absicht geäußert, dass man solche Memes sowohl liken, als auch selbst posten würde, um sie mit anderen zu teilen.

Als *Thema* von Memes wurden in der oberen Passage also „relatable“ Memes genannt. Die nächste Transkriptpassage findet etwas später im Gesprächsverlauf statt, nachdem die Forschungsleiterin die Themeninhalte der konsumierten Memes nochmals konkret erfragt.

2364-2390 Erzählaufforderung durch „Ich“, Proposition durch Sm17, Validierung durch Nf17 und Bm16, Propositionen durch Jf17 und Bm16, Validierung und Elaboration durch Nf17, Validierung durch Jf17 und Bm16, Proposition durch Bm16, Elaboration durch Nf17 und Validierung durch Jf17, Differenzierung durch Nf17, Validierung und argumentative Elaboration durch Bm16, Elaboration durch Nf17, Validierung und Elaboration durch Bm16, Validierung und Elaboration durch Nf17

Die Forschungsleiterin fordert die Gruppe dazu auf zu erzählen, welche Themen ihre konsumierten Memes haben. Sm17 beginnt und erzählt, dass es bei ihm meistens um das Thema „Schule“ (2367) geht. Nf17 und Bm16 bestätigen das durch ein nicken. Jf17 erwähnt „Politische Sachen“ (2368), führt dies aber nicht näher aus (Im späteren Gesprächsverlauf wird klar, dass sie damit politisch, geschichtliche Themen gemeint hat). Bm16 sagt „Social life“ (2370) und Nf17 stimmt ihm zu. Sie ergänzt „alltägliche“ Sachen, was durch Jf17 und Bm16 nickend bestätigt wird. Bm16 ergänzt die Liste mit Inhalten, die „recently“ (2373) passiert sind, also aktuelle Weltgeschehnisse. Zunächst fällt ihm kein konkretes Beispiel ein, doch dann nennt er die „21 Savage“-Memes. Nf17 nennt diese „lustig“ (2377). Bm16 erklärt den Hintergrund der Memes „21 Savage der:: (.) is hald in Amerika gwesn ohne Visa u::nd (2) ja (.) jetzt musste er hald zurück nach Großbritannien“ (2378-2379) und bezeichnet sie ebenfalls als „ziemlich lustig“, was von Jf17 bestätigt wird. Nf17 wirft auf, dass man solche Memes aber nicht „jedem schickn“ (2383) kann. Bm16 stimmt ihr zu, da viele den Inhalt vielleicht gar nicht „checkn“ (2384). Nf17 ergänzt „Oder sie kennen ihn einfach nicht“ (2386). In einem interaktiven Gespräch werden sich Bm16 und Nf17 einig, dass es ziemlich „Awkward“ (2388) wäre, wenn eine Person „21 Savage“ nicht kennt und dann nachfragt wird das ist und dann müsste man „das hald alles erklärn“

(2389-2390). Diese Tatsache wird von beiden Jugendlichen als lästig empfunden, weshalb die eben „21 Savage“-Memes nur bestimmten Leuten zeigen würden.

Zusammenfassende Eindrücke: Diese Passage bestätigt nochmals die Ergebnisse der vorangegangenen Passage, nämlich dass die konsumierten Memes vorrangig Themen behandeln, die den Erfahrungshorizont der Jugendlichen widerspiegeln, also „relatable“ sind. Als erstes Thema wird daher auch die „Schule“ (2367) genannt, später „social life“ (2370) und „alltägliche Sachen. Im Gegensatz zur ersten Gruppe, der 14/15-Jährigen, sprechen diese Jugendlichen auch „politische Sachen“ als präferierte Meme-Themen an. Allerdings stellt sich im späteren Verlauf der Diskussion heraus, dass damit nicht aktuelle politische Themen gemeint waren. Dennoch gehört das aktuelle Weltgeschehen auch zu den Themeninteressen der Gruppe. Als Beispiel dafür wird auch hier – wie bereits bei Gruppe 1 – der Rapper „21 Savage“ genannt. Die Jugendlichen sind sich allerdings darüber einig, dass solche Memes aufgrund des benötigten Hintergrundwissens nicht für jeden geeignet sind.

2476-2493 *Erzählaufforderung durch „Ich“, Proposition durch Bm16, Validierung durch Jf17 und Sm17, exemplifizierende Elaboration und Differenzierung durch Bm16, Validierung und Differenzierung durch Nf17, Validierung durch Bm16, argumentative Elaboration durch Nf17 und Validierung durch Jf17 und Bm16, Elaboration durch Jf17 und Validierung durch Bm16 und Nf17*

Dieser Teil der Passage zeichnet sich durch eine sehr hohe Rededichte der Parteien Nf17, Bm16 und Jf17 aus, weshalb die Diskussionsleiterin zu einem späteren Zeitpunkt auch einschreitet.

Zu Beginn der Passage werden die Gruppenmitglieder gebeten zu erklären, warum Memes für sie wichtig sind. Bm16 beginnt nach einer kurzen Pause zu erzählen, dass er Memes gerne in „schlechteren Zeiten“ als Erheiterung nützt. Jf17 und

Sm17 stimmen ihm nickend zu. Er führt weiter aus, dass man sich dann „bessa“ (2481) fühlt, wenn man lustige Memes schaut. Trotzdem betont Bm16 auch „Memes sind nicht das wichtigste für mich“ (2481-2482). Nf17 stimmt ihm zu und erzählt, dass Memes ihr nur zum Zeitvertreib dienen, wenn ihr „langweilich“ ist (2484). Bm16 stimmt ihr zu. Nf17 erzählt weiter, dass Memes unterhaltsamer für sie sind, als „Bilder von andern Leuten“ (2486) auf Instagram zu betrachten. Jf17 findet Memes „auch nicht“ (2490) wichtig; ihr sind dann doch ihre Freunde, die sie zum lachen bringen „wichtiger als Bilder“ (2491-2492). Bm16 und Nf17 stimmen ihr zu.

2494-2515 *Erzählaufforderung durch „Ich“, Proposition durch Sm17, Antithese und direkt anschließende Synthese durch Tf17, Differenzierung durch Jf17 und erzählende Elaboration durch Tf17, Proposition durch Nf17, Validierung durch Jf17 und Bm16, exemplifizierende Elaboration durch Nf17, Validierung und Differenzierung durch Jf17, Validierung durch Nf17*

Nachdem bisher nur Nf17, Bm16 und Jf17 geredet haben, fordert die Diskussionsleiterin auch den „Rest“ (2494) auf ihre Meinung zu äußern. Sm17 sagt auch als erstes, dass er Memes nicht so wichtig findet. Er habe momentan „generell wenig mit Memes“ (2495) zu tun. Wenn er sich aber Memes ansieht, dann nur wenn ihm „langweilig“ ist. Tf17 widerspricht ihm zwar und sagt „Es wär hald komisch ohne Memes“ (2499). Im nächsten Satz sagt sie aber bereits, dass sie eigentlich auch nicht mehr wirklich Memes konsumieren will und es schon „fast seit einem Jahr“ (2500) auch nicht mehr tut. Jf17 will wissen ob das „beabsichtigt“ (2502) ist. Tf17 antwortet ihr, dass es unabsichtlich ist und vermutlich etwas mit dem Algorithmus von Instagram und Co. zu tun hat. Sie schließt damit ab zu erwähnen, dass sie gute Memes, wenn sie einmal welche sieht, aber schon „erheiternd“ (2504) findet.

Es entsteht wieder ein interaktives Gespräch zwischen Nf17, Jf17 und Bm16, nachdem Nf17 eine neue Proposition aufwirft. Sie erzählt, dass Memes ihrer Meinung nach auch ihren Humor „prägn“ (2505) würden und sie dadurch beeinflussen. Bm16 und Jf17 stimmen dem zu. Nf17 nennt als Beispiel das „People testing me MEME“ und sagt, dass sie daran oft denken muss, weil sie es besonders lustig finde. Jf17 kann das gut nachvollziehen und drückt das durch ein Beispiel aus, dass Nf17 sehr treffend findet.

2516-2522 *Proposition durch Jf17, Validierung durch Nf17, Sm17 und Bm16, exemplifizierende Elaboration durch Nf17*

Zum Schluss der Passage wirft Jf17 noch ein weiteres Thema auf, dass im Zusammenhang mit dem Einfluss lustiger Memes auf das eigene Leben steht. Sie fragt in die Runde, ob jemand die Situation kennt, wenn etwas passiert und man sich dann denkt „oh mein Gott da könnte man ur gut einen Meme draus machen“ (2516-2517). Alle Gruppenmitglieder können diese Situation sehr gut nachvollziehen. Nf17 nennt sogar ein Beispiel. Immer, wenn sie mit einer Person schreibt und eine Situation auftaucht, wo ein bestimmtes Meme sehr gut passen würde, bittet sie die Person kurz zu warten „ich such den Meme @und schick es@“ (2520-2521).

Zusammenfassende Eindrücke: Dieser Abschnitt verdeutlicht, dass Jugendliche Memes zwar als unwesentlich für ihr Leben wahrnehmen, diese aber trotzdem wichtige Funktionen für die Jugendlichen einnehmen. Die Passage ist gekennzeichnet durch eine sehr hohe Rededichte der Parteien Nf17, Bm16 und Jf17. Als Hauptfunktionen von Memes kristallisieren sich „Erheiterung“, „Ablenkung“ und „Unterhaltung“ heraus. Zwei der Teilnehmenden, nämlich Sm17 und Tf17, erzählen, dass sie mittlerweile kaum noch Memes konsumieren. Falls doch, sind aber auch bei ihnen „Eskapismus“ und „Erheiterung“ die Funktionen, die sie sich von

Memes erwarten und auch erhalten. Am Ende der Passage wird noch eine weitere Funktion von Memes deutlich, nämlich „Kommunikation“. Alle Gruppenmitglieder haben bereits die Erfahrung gemacht, dass ein Meme perfekt zu einer Situation – häufig einer Gesprächssituation – passt, in der man das Meme dann auch mit den anderen Teilen möchte. Nf17 erzählt etwa, dass sie in Gesprächen oft die Person bittet kurz zu warten, um dann das passende Meme rauszusuchen und der Person zu präsentieren.

7.2.2 Transkription: Die politischen Memes

Aus dem zweiten Teil der Gruppendiskussion von Gruppe 2 wurden insgesamt 4 Passagen herausgesucht, die für die Beantwortung der Forschungsfragen inhaltliche Relevanz haben. Die erste Passage bildet ein erstes Resümee der Gruppenmitglieder ab, nachdem sie die politischen Memes auf dem Tisch betrachtet haben. Dabei wird eine eher negative Grundhaltung sichtbar:

2609 Sm17: Politische Memes versteh ich generell (.) fast gar nicht
2610 └ Nf17: Ich auch nicht
2611 └ Jf17: Ich
2612 mag so mehr so:: (2) was hald so (.) früher passiert ist (.) @in der Vergangenheit@
2613 └ Bm16 ((nickt eifrig)): Ja:
2614 └ Nf17: Ja eh (.)
2615 aber das jetzt (.) ich ich verfolg einfach gar nichts
2616 └ Tf17: Na ich find (.) das eine find ich schon gut ((zeigt auf das „Papamonat
2617 MEME“)) (.) es gibt
2618 └ Nf17: Halt das zum Bei- (.) halt ich verfolge nichts in Österreich (.) sag ma so
2619 └ Bm16:
2620 Ja (.) in Österreich nicht └ Jf17: Ja (.)
2621 das einzige was ich mittbekomm is das halt was meine Eltern vielleicht so redn (.) @und das
2622 wars@

2623 Tf17: Na wir müssn ein Mal pro Woche mindestens (2) also wir redn in Geschichte über
2624 politische Bildung und müssn einmal in der Woche so (2) Ereignisse die jetzt in der Woche
2625 passiert sind besprechn

Die nächste Transkriptpassage zeigt noch einmal verstärkt den Zusammenhang zwischen dem Unverständnis und dem Humorempfinden und schlägt erneut eine Brücke zu den „relatable“ Memes:

[illegible]

2666 Der nachfolgende Abschnitt beginnt direkt mit einer Fragestellung durch die
Forschungsleiterin, die die Jugendlichen zu einer kritischen Auseinandersetzung anregen soll:

2763 Ich: Wie würdets ihr die Memes die ä::hm (.) vor euch liegen denn einschätz'n (.) also was glaubts
2764 ihr (.) von wem oder (.) zu welchem Zweck wurd'n die gemacht?
2765 └ Jf17: Ich find (.) das is so::
2766 (.) wie früher (.) oder eigentlich macht man das noch imma so (.) Karikaturen über Politika (.)
2767 nur jetzt sinds hald (.) @Memes@
2768 └ Nf17 und Tf17: Memes
2769 └ Bm16: Ja @(.)@
2770 └ Jf17: Und es is genau derselbe Zweck
2771 man macht sich hald lustich drüba
2772 └ Bm16: Und ich glaube das Meme ((zeigt auf das „Artikel
2773 13 MEME“)) dient sozusagen auch als Protest (.) geg'n (.) den Artikel 13 dass ma hald (.) die
2774 ganze Scheiße verbietet hald mit (2) also hald ja (.) mehr Datenschutz und Me- (.) hald keine
2775 Memes und so

Anschließend schweift die Diskussion etwas in Richtung der Sinnhaftigkeit von Artikel 13 ab. Die Transkriptionspassage setzt wieder dort ein, wo die Diskussion sich erneut der kritischen Auseinandersetzung mit den politischen Memes widmet:

2784 Tf17: Ich find politische Memes (2) sind nicht so hilfreich u::m (.) das Thema bessä zu verstehn
 2785 (.) weil jemand der zum Beispiel (.) das jetzt nicht versteht wird jetzt auch nicht sofort googlen
 2786 ums verstehn zu wolln
 2787 └ Jf17: Ich glaub ich würd mir @jetzt nicht die Mühe machn@
 2788 └ Bm16: Ja eh (.) viel zu anstrengend └ Nf17: Na

 2789 (10) Nf17: Ich glaub auch solche Memes sind so eher fü::a (.) zum Beispiel wenn man sich
 2790 wirklich damit ver- (.) also (.) -fasst und es dann auch noch irgendwem schickt der sich zum
 2791 Beispiel echt gut in dem auskennt ((Bm16 nickt zustimmend)) (2) aber jetzt irgendwie drüba
 2792 lachn (.) is es dann glaub ich trotzdem nicht
 2793 └ Jf17: Ja aba schau wer in unserem Alter kennt sich jetzt so ur gut außer Tf17 aus?
 2794 @(.)@
 2795 └ Nf17: Ja eh
 2796 └ Tf17: Aber zum Beispiel der Meme von dir ((zeigt auf Jf17)) so (.) Syria
 2797 und ein Hummer (.) der war irgendwie so mehr für unser Alter weil wir kenn uns alle aus (.)
 2798 aba das (.) verbildlicht nochmal diesen Konflikt dass es eigentlich so Außenstehende sind die
 2799 (2) anfeuern und nicht helfen ((Jf17 lacht)) (.) aber es is zu viel @(.)@
 2800 └ Nf17: Ich mein die hier
 2801 ((zeigt auf die Memes am Tisch)) (.) sind ziemlich spezifisch (.) also ich glaub das is
 2802 wahrscheinlich auch ()
 2803 └ Tf17: Und innenpolitisch (.) da steigt (2) also ich steig auch aus (.) oder die meisten steigen
 2804 auch aus
 2805 └ Jf17: Mhm

 2806 (10) Tf17: Und meistens werdn diese Memes glaub ich von Erwachsenen gemacht und (.) das
 2807 is └ Jf17:
 2808 Wahrscheinlich
 2809 └ Bm16: Ja und die verstehn dann
 2810 └ Tf17: Die treffn unseren Humor nicht @(.)@ ((Bm16, Jf17 und
 2811 Hf16 lachen und nicken zustimmend))
 2812

7.2.2.1 **Formulierende Interpretation: Die politischen Memes**

Die relevanten Transkriptpassagen werden nun auch für den zweiten Diskussionsteil im Sinne der dokumentarischen Interpretation nach Ralf Bohnsack, zu Ober- (OT) und Unterthemen (UT) zusammengefasst.

2609-2625 OT: Verständnis von politischen Memes

Sm17 gibt zu, „Politische Memes versteh ich generell (.) fast gar nicht“ (2609).

Nf17 gesteht, dass es ihr auch so geht und Jf17 erzählt, dass sie Dinge bevorzugt, die „in der Vergangenheit“ (2612) passiert sind. Auch Bm16 und Nf17 geht es so.

Vor allem, weil sie österreichische Nachrichten „gar nicht“ verfolgen. Tf17 sagt hingegen, dass sie das „Papamonat MEME“ „schon gut“ (2616) findet.

2620-2625 UT: Informationsquellen

Zum Thema „keine österreichischen Nachrichten mitbekommen“ fügt Jf17 noch hinzu, dass das einzige, das sie mitbekommt das ist „was meine Eltern vielleicht so redn“ (2621). Tf17 erzählt hingegen, dass sie durch das Schulfach politische Bildung dazu gezwungen ist aktuelle politische Nachrichten zu verfolgen.

2666-2675 OT: Politische Memes sind nicht „relatable“ und daher nicht lustig

Nf17 nimmt das „Venezuela MEME“ hoch und fragt in die Runde „wie soll das relatable für jemanden sein?“ (2668-2669). Bm16 schließt daraus, dass Memes, die nicht „relatable“ sind, auch nicht lustig sind. Nf17 nimmt das „Papamonat MEME“ zur Untermauerung von Bm16s These „aus dem hätte man locker (.) irgendwas Lustiges machen können aba es is einfach nur (.) okay“ (2673-2674).

2676-2680 UT: Das „Papamonat MEME“

Tf17 erklärt, warum das „Papamonat MEME“ ihrer Meinung nach schon lustig ist und zwar weil Strache „kein Familienmensch ist (.) aba sich so:: einsetzt (.) dass dieser Papamonat eingeführt wird“ (2679-2680).

2763-2775 OT: Kritische Auseinandersetzung mit politischen Memes

Die Forscherin fordert die Jugendlichen dazu auf die Memes vor sich kritisch einzuschätzen. Jf17 erklärt, dass sie diese Memes an „Karikaturen über Politika“ (2766) erinnern, wie man sie früher gemacht hat. Nf17, Tf17 und Bm16 sind der selben Meinung. Auch der Zweck von politischen Memes ist laut Jf17 der selbe wie bei Karikaturen „man macht sich hald lustich drüba“ (2771). Bm16 fügt dem

noch hinzu, dass seiner Meinung nach Memes, wie das „Artikel 13 MEME“ auch als „Protest (.) gegn (.) den Artikel 13“ (2773) gelesen werden können.

2784-2788 OT: Memes sind kein Ausgangspunkt für weitere Informationsgewinnung

Tf17 spricht an, dass politische Memes „nicht so hilfreich“ (2784) sind, um Themen besser zu verstehen, da man sicher „nicht sofort googlen“ (2785) wird, um das Thema besser zu verstehen. Jf17, Bm16 und Nf17 sind derselben Meinung „viel zu anstrengend“ (2788).

2789-2795 OT: Aktuelle politische Memes sind für eine andere Zielgruppe

Nf17 glaubt, solche Memes sind eher für eine andere Zielgruppe, die sich „echt gut in dem auskennt“ (2791). Sie kann sich allerdings trotzdem nicht vorstellen, dass diese Personen über solche Memes lachen. Jf17 knüpft an ihrer Aussage an und meint, dass sich Jugendliche generell eher *nicht* mit den Themen politisch aktueller Memes auskennen, „außer Tf17“ (2793).

2796-2799 UT: Jugendliche bevorzugen politische Themen der jüngeren Vergangenheit

Was laut Tf17 für Jugendliche ihres Alters allerdings *schon* interessant ist, sind politische Ereignisse, die etwas zurück liegen und immer wieder einmal aktuelle Wendungen erfahren. Als Beispiel dafür nennt sie die Syrien-Problematik, die im „Syria MEME“ von Jf17 thematisiert wird.

2800-2805 UT: Aktuelle politische Memes sind zu spezifisch

Die aktuellen politischen Memes sind laut den Jugendlichen hingegen zu „spezifisch“ (2801). Sie vermuten, dass die meisten in ihrem Alter sich auch nicht für innenpolitische Themen interessieren „die meisten steigen auch aus“ (2803-2804).

2806-2811 OT: Aktuelle politische Memes werden von Erwachsenen gemacht

Als Konsequenz, dass aktuelle politische Memes für Jugendliche weder verständlich noch interessant oder lustig sind, schließt die Gruppe, dass solche Memes „von Erwachsenen gemacht“ (2806) werden. Und „Die treffen unseren Humor nicht“ (2810).

7.2.2.2 Reflektierende Interpretation: Die politischen Memes

Während der erste Schritt der Analyse dazu diente, den immanenten Sinngehalt der Passagen zusammenzufassen, soll im zweiten Analyseschritt der dokumentarische Sinngehalt herausgearbeitet werden. Dafür erfolgen eine Rekonstruktion und Explikation des Orientierungsrahmens der Gruppe.

Im Vorfeld der zu analysierenden Passage wurden der Gruppe einige politische Memes präsentiert. Sie reagierten – ähnlich wie die Gruppe der 14/15-Jährigen – zunächst mit einer Abwehrhaltung gegenüber den Memes. Die Memes wurden wegen des „vielen Texts“ kritisiert. Außerdem merkten die Jugendlichen an, dass sie viele der Memes nicht verstehen würden, was in einem „nicht lustig finden“ resultierte. Die nachstehende Passage bildet ein erstes Resümee der Gruppenmitglieder ab.

2609-2625 Proposition durch Sm17, Validierung durch Nf17, Elaboration durch Jf17 und Validierung durch Bm16 und Nf17, Opposition durch Tf17, argumentative Elaboration durch Nf17, Validierung durch Bm16 und Jf17 mit anschließender Differenzierung, Opposition mit exemplifizierender Elaboration durch Tf17

Sm17 fasst den bisherigen Status quo des zweiten Diskussionsteils zusammen „Politische Memes versteh ich generell (.) fast gar nicht“ (2609) und wird dabei durch Nf17 und Jf17 bestärkt. Jf17 erzählt anschließend, dass sie Memes lieber

mag, die die „Vergangenheit“ thematisieren. Im späteren Diskussionsverlauf stellt sich heraus, dass damit ebenfalls politische Memes gemeint sind, allerdings welche die Geschehnisse der jüngeren Vergangenheit zum Inhalt haben, wie etwa die Syrien-Krise. Auch Bm16 und Nf17 finden solche Memes ansprechend. Tf17, die einige Meme-Inhalte erkennt und versteht, findet hingegen bspw. das „Papamonat MEME“ „schon gut“ (2616).

Der Hauptgrund, wieso die anderen Gruppenmitglieder die Inhalte nicht erkennen und verstehen ist laut Nf17, dass sie aktuelle politische Themen aus Österreich nicht mitverfolgen. Bm16 und Jf17 stimmen ihr zu und Jf17 ergänzt noch, dass sie aktuelle Themen nur dann mitbekommt, wenn ihre „Eltern vielleicht so redn“ (2621). Tf17 ist hingegen deshalb sehr gut informiert, weil sie in ihrer Schule im Fach Politische Bildung „einmal in der Woche so (2) Ereignisse die jetzt in der Woche passiert sind besprechn“ (2624-2625).

Zusammenfassende Eindrücke: Die Diskussionspassage veranschaulicht gut, dass politisches Vorwissen scheinbar notwendig ist, um die aktuellen politischen Memes zu verstehen, und sie auch in Folge dessen lustig zu finden. Das zeigt sich daran, dass die einzige Person, die ein relativ großes politisches Knowhow hat, nämlich Tf17, die Memes, wie etwa das „Papamonat MEME“, nicht nur versteht, sondern auch lustig findet. Die anderen verfolgen hingegen das Tagesgeschehen nicht und verstehen die politischen Memes deshalb „fast gar nicht“ (2609). Politische Themen, die in der jüngeren Vergangenheit liegen und immer wieder Thema aktueller Berichterstattung sind, wie etwa die Syrien-Krise, werden hingegen von allen Jugendlichen als „lustig“ empfunden. Weiters zeigt sich, dass die Hauptinformationsquellen der Gruppe 16/17 vor allem die Schule und zum Teil die Eltern sind. Zu einem späteren Zeitpunkt der Diskussion kristallisieren sich auch noch die peripheren Informationsquellen Radio, Fernsehen und Internetzeitungen heraus.

Im weiteren Diskussionsverlauf wird das Verständnis als Voraussetzung für das Humorempfinden noch konkreter durch die Jugendlichen ausformuliert. Außerdem wird der persönliche Erfahrungshorizont mit dem kognitiven Verständnis in Verbindung gebracht.

2666-2680 *Proposition durch Nf17, Elaboration durch Bm16 und Validierung durch Jf17, Proposition durch Nf17, Opposition und argumentative Elaboration durch Tf17*

Im Vorfeld bezeichnet Tf17 die politischen Memes als „lustig“. Nf17 entgegnet, dass sie sie dafür verstehen müsste. Als plakatives Beispiel dafür nimmt sie das „Venezuela MEME“ in die Hand und liest es vor. Anschließend wirft sie die Frage auf, wie dessen Inhalt für irgendjemanden „relatable“ sein soll. Dadurch impliziert Nf17, dass Memes vor allem dann verständlich sind, wenn sie den eigenen Erfahrungshorizont widerspiegeln, also nachvollziehbar sind. Bm16 und Jf17 bestätigen, dass „relatable“ Memes „lustiger“ (2670) sind.

Um dieses Argument zu veranschaulichen nimmt Nf17 ein weiteres politisches Meme zur Hand, nämlich das „Papamonat MEME“ und meint, daraus „hätte man locker (.) irgendwas Lustiges machen können aba es is einfach nur (.) okay“ (2673-2675). Tf17 widerspricht ihr und meint, dass das Meme bereits jetzt lustig ist, weil es mit der Tatsache spielt, dass „Strache hald (2) kein Familienmensch ist“ (2676) und jetzt trotzdem das Papamonat für alle fordert.

Zusammenfassende Eindrücke: Die vorher aufgestellte These, dass politisches Vorwissen notwendig zu sein scheint, um aktuelle politische Memes zu verstehen, wird hier noch einmal verdeutlicht. Außerdem wird ein weiterer Grund eruiert, wieso die Mehrzahl der 16/17-Jährigen aktuelle politische Memes nicht lustig findet: Sie spiegeln nicht ihren eigenen Erfahrungshorizont wieder, sind also nicht nachvollziehbar.

Während im weiteren Gesprächsverlauf die Form und die Inhalte der politischen Memes durch fast alle Gruppenmitglieder kritisiert werden, findet eine kritische Auseinandersetzung über die Produktionsgründe solcher Memes erst durch die Initiation durch die Gruppenleitung statt.

2763-2775 *Erzählaufforderung durch „Ich“, Proposition durch Jf17, Validierung durch Nf17, Tf17 und Bm16, Differenzierung durch Jf17, Elaboration durch Bm16*

Die Forscherin fragt die DiskutantInnen, was sie glauben, zu welchem Zweck diese Memes gemacht wurden. Jf17 assoziiert die politischen Memes mit „Karikaturen über Politika“ (2766). Nf17, Tf17 und Bm16 stimmen ihr zu. Jf17 führt weiter aus, dass die Memes auch denselben Zweck erfüllen wie Karikaturen „man macht sich halt lustig“ (2771) über die Politik. Bm16, der den Inhalt des „Artikel 13 MEMES“ im Vorfeld richtig verstanden und erklärt hat, nennt eine weitere Funktion politischer Memes, und zwar „Protest“ (2773). Es werden also auch in dieser Gruppe politische Memes als Sprachrohr für Kritik verstanden.

Anschließend schweift die Diskussion etwas in Richtung der Sinnhaftigkeit von Artikel 13 ab. Die Gruppe besinnt sich aber schnell wieder zurück auf die kritische Auseinandersetzung mit den präsentierten politischen Memes.

2784-2811 *Proposition durch Tf17, Validierung durch Jf17, Bm16 und Nf17, Proposition durch Nf17, Validierung durch Bm16, Differenzierung durch Nf17, weitere Differenzierung der Proposition durch Jf17, Validierung durch Nf17, Proposition durch Tf17, Elaboration der vorherigen Proposition durch Nf17, Elaboration durch Tf17, Validierung durch Jf17, Proposition durch Tf17, Validierung durch Jf17, beginnende Elaboration durch Bm16 und echte Konklusion durch Tf17*

In dieser Passage werden mehrere neue Orientierungsgehalte durch die Jugendlichen aufgeworfen. Dennoch steht über dem ganzen der Orientierungsrahmen, dass aktuelle politische Memes eigentlich für eine andere Zielgruppe gedacht sind.

Tf17 äußert zu Beginn die Vermutung, dass politische Memes „nicht so hilfreich“ (2784) seien, um ein Thema besser zu verstehen, „weil jemand der zum Beispiel (.) das jetzt nicht versteht wird jetzt auch nicht sofort googlen ums verstehn zu wolln“ (2785-2786). Jf17 bestätigt, dass sie sich „nicht die Mühe machn“ (2787) würde. Auch Bm16 und Nf17 finden es „viel zu anstrengend“ (2788). Die Jugendlichen äußern an dieser Stelle also direkt, dass sie Memes nicht als Ausgangspunkt für weitere Informationsgewinnung verwenden würden. Nur Tf17, die allerdings bereits ein recht gutes politisches Wissen besitzt, sagt zu einem späteren Zeitpunkt, dass sie einer politischen Memeseite folgen würde, um ihr politischen Wissen zu erweitern (2884-2891).

Diese Thematik wird bereits in der nächsten Proposition durch Nf17 in dieser Passage angedeutet. Sie stellt die Hypothese auf, dass solche Memes nur für Menschen sind, die sich sehr stark mit Politik befassen und sich deshalb „echt gut“ (2791) mit der Thematik auskennen. Bm16 stimmt ihr zu. Trotzdem kann sich Nf17 nicht vorstellen, dass Politikinteressierte über diese Memes lachen würden. Jf17 ergänzt zu der vorherigen Aussage von Nf17 noch, dass sie keine Jugendlichen, „außer Tf17“ (2793) kennen würde, die ein derart großes politisches Interesse besitzen, um solche politischen Memes zu konsumieren. Sie konstatiert dadurch, dass politische Memes für Jugendliche nur ein Randphänomen sind. Nf17 stimmt ihr zu.

Tf17 wirft einen neuen Orientierungsgehalt auf, indem sie ein Beispiel von politischen Memes nennt, die schon interessant und lustig für ihre Altersgruppe

sind. Bei dem „Syria MEME“, von dem die Rede ist, handelt es sich allerdings um kein Meme mit tagesaktuellem politischen Inhalt, sondern um politische Ereignisse, die in der jüngeren Vergangenheit liegen und durch neue Wendungen immer wieder aktuell werden. Allerdings stimmt die Gruppe mit diesem Orientierungsgehalt überein.

Dadurch wird eine weitere Problematik der tagesaktuellen politischen Memes aufgeworfen: Sie erfordern ein konstantes Informationsverhalten, während politische Ereignisse der jüngeren Vergangenheit nur ein allgemeines politisches Interesse erfordern, welches bei der Gruppe der 16/17-Jährigen gegeben ist. Die aktuellen Memes sind hingegen „ziemlich spezifisch“ (2800) und behandeln auch innenpolitische Themen, wo selbst Tf17 „aussteigt“ (2803).

Die Jugendlichen ziehen daraus den Schluss, dass „diese Memes von Erwachsenen gemacht“ (2806) werden. In einem späteren Abschnitt äußert Tf17 die Vermutung, dass die Memes dazu dienen sollen, Jugendliche „zu beeinflussen“ (2824). Dies erreichen sie laut Jf17 aber nicht (2816), da sie den Humor der Jugendlichen „nicht treffen“ (2810).

Zusammenfassende Eindrücke: Die letzten beiden analysierten Passagen fassen die kritische Auseinandersetzung der 16/17-Jährigen mit den präsentierten politischen Memes zusammen. Ihnen wird die Funktion zugeschrieben sich über politische Missstände „lustig zu machen“ (2771), bzw. diese zu kritisieren – dieselben Funktionen wurden bereits durch die Gruppe der 14/15-Jährigen ausgemacht. Allerdings wird eine Funktion als Informationsquelle, bzw. Ausgangspunkt für weitere Informationsgewinnung dezidiert verneint, „weil jemand der zum Beispiel (.) das jetzt nicht versteht wird jetzt auch nicht sofort googlen ums verstehn zu wolln“ (2785-2786). Vielmehr wird davon ausgegangen, dass solche Memes eine andere Zielgruppe ansprechen sollen, nämlich Menschen, die bereits im Vorhinein an aktuellen politischen

Themen interessiert sind. Für die Diskussionsgruppe der 16/17-Jährigen trifft das laut den Teilnehmenden nur auf Tf17 zu, während politisch aktuelle Memes für die *breite* Masse der Jugendlichen eher als Randphänomen vermutet werden.

Anders verhält es sich in dieser Gruppe allerdings mit dem Interesse zu politischen Themen *aus der jüngeren Vergangenheit*, das sehr wohl vorhanden ist. Der Unterschied zu den tagesaktuellen politischen Memes liegt darin, dass die Jugendlichen hier mehr Zeit hatten sich das Wissen anzueignen, was auch in einem höheren Humorverständnis resultiert. Das Verständnis der tagesaktuellen politischen Memes mit „ziemlich spezifischen“ (2801) Memeinhalten setzt jedoch ein konstantes Informationsverhalten der Jugendlichen voraus, das lediglich bei Tf17 gegeben ist. Als ProduzentInnen aktueller politischer Memes vermuten die Jugendlichen „Erwachsene“ (2806). Das begründen sie durch die Verwendung von Humor, der ihren Geschmack „nicht trifft“ (2810) und daher von einer anderen Altersgruppe stammen muss. Als Ziel der Produktion vermuten die Jugendlichen ihre eigene Beeinflussung (2824), was den „Erwachsenen“ aber aufgrund des falschen Humoreinsatzes nicht gelingt.

7.2.3 Transkription: Assoziationsaufgabe

„Journalismus“

Während des dritten Teils wurden die DiskutantInnen gebeten, ihre gesamten Assoziationen zum Thema „Journalismus“ auf ein Flipchart zu schreiben. Das Ergebnis dieser Assoziationsaufgabe findet sich in Abbildung 12. Bei Gruppe 2 ist auffallend, dass die meisten Assoziationen dem Verständnis von klassischem Journalismus zugeordnet werden können.

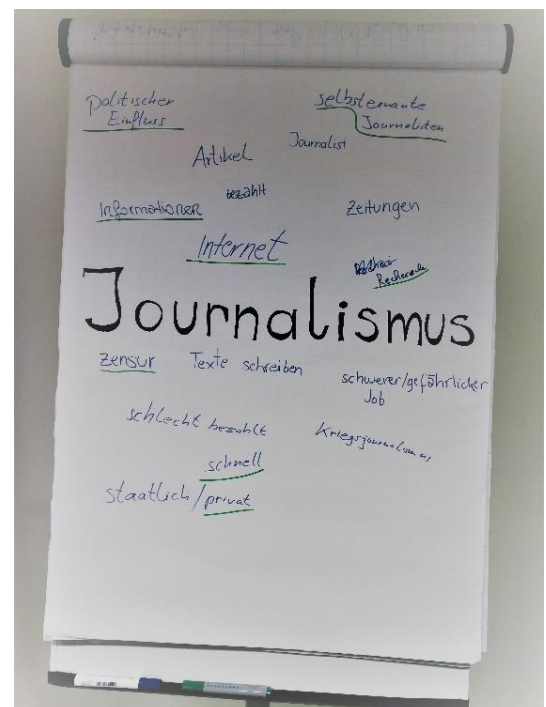


Abbildung 12: Assoziation Gruppe 2 –
Quelle eigenes Foto

Der Begriff „Internet“, als Teil von Journalismus, wird erst ganz am Ende des ersten Redeblocks und nur durch Initiation der Forschungsleiterin erarbeitet.

Diese Erarbeitung soll mithilfe der entsprechenden Transkriptpassage aufgezeigt werden. Im Vorfeld der Passage debattieren die Jugendlichen über den Stellenwert vom Medium „Fernsehen“ als Teil von Journalismus:

3212 └ Jf17: Und Fernsehr (.)
3213 also was ich zumindest so mitbekomme (.) ist nicht mehr so beliebt bei Jugendlichn (2) also
3214 @bei mir schon@ aba:: (.) viele sind mehr so im Internet und (.) holn sich da die Information
3215 (2) oda ja (.) solche Sachn
3216 └ Tf17: Wir hattn das Thema grad in der Schule und ich glaub (.) das
3217 Durchschnittalter von denen die Medien über (2) Fernsehgeräte (2) konsumiern ist 45 (.)
3218 deshalb meistens die die schon in Pension gegangen sind und zu Hause sitzen und das anschau
3219 (.) aba ich finds bequemer so zu Haus zu sitzen und (.) ZIB 2 zu schaun und einfach (.) @nicht
3220 selbst googlen zu müssn@ (2) oda ne Zeitung kaufn zu müssn
3221 └ (3) Ich ((zu
3222 Tf17)): Also du schaust schon die ZIB? ((sie nickt)) (2) sonst noch jemand? ((Jf17 und Bm16
3223 zeigen auf)) (2) ah doch okay (5) **gut** ah das heißt irgendwer hat jetzt grad gesagt ä:::h (.) online
3224 (.) das heißt (.) köhrt dann (.) Internet zum Beispiel auf diese Flipchart? ((alle nicken; die
3225 Forscherin steht auf und fügt den Begriff „Internet“ hinzu))

Da die Jugendlichen der Gruppe 2 Memes nicht *aktiv* als Form von Journalismus wahrnehmen – im Gegensatz zu Gruppe 1 – wurden sie in der nächsten Passage *direkt* durch die Versuchsleitung aufgefordert, die Begriffe „Memes“ und „Journalismus“ einander gegenüber zu stellen. Dazu sollten sie überlegen, welche ihrer Assoziationen zum Begriff „Journalismus“ auch auf Memes zutreffen könnten:

3231 └ Jf17:
3232 Informationen
3233 └ Ich: Okay... ((Die Forscherin unterstreicht die Worte,
3234 die ihrer Meinung nach auch auf Memes
3235 zutreffen grün)) (3) sind das dann dieselbe Art von Informationen wie bei Journalismus (.)
3236 oda is das was anderes?
3237 └ Jf17: A::hm naja (.) bei Memes kann man jetzt nicht 100 Prozent
3238 sicher sein dass es richtig ist (.) oda (.) es is hald quasi nur ein Aspekt belichtet (.) dass man
3239 sagt oke es wird nur kurz das angesprochen (.) aba es steckt viel mehr dahinter (.) beim Thema
3240 └ Tf17: Oda
3241 es is kurzgefasst wie mit Kickl (.) wenn man das Thema kennt kennt man auch den Satz (.) aba
3242 man kann keine Informationen draus beziehn (4) ich find sonst Zensur fällt auch noch als
3243 Thema für Memes (2) hald dass man (.) Witze über Zensur macht

3244 ⊥ Ich: Okay
3245 ⊥ Bm16: Internet

((Jf17 nickt so, als wäre das eh logisch))
3247 ⊥ Jf17: Äh (.) selbsternannte Journalisten weil (.) wenn
3248 wir das schon so als (.) Medium sehn dann sind ja alle Menschen die Memes machen (.) auch
3249 Journalisten (.) °so zusagen°

3250 ⊥ Bm16: Vielleicht politischen Einfluss dass (.) dass man zum
3251 Beispiel die Trump Memes (.) dass man Trump anscheinend (.) als schlechten Menschen
3252 darstellt

3253 ⊥ Ich: Also meints ihr (.) dass Memes dann auch durchaus Menschen (.) beeinflussen
3254 können bestimmte Dinge zu denken oda? ((alle nicken))

3255 ⊥ Tf17: Voll

3256 ⊥ Sm17: Ja

3257 ⊥ Ich: Habts ihr selber
3258 irgendwie schon mal so ne Erfahrung gemacht dass ihr:: (.) euch irgendwas angeschaut habts
3259 (.) u::nd euch dann eine Meinung dazu gebildet habts und dann is euch ä:h aufgefalln so (.) hey
3260 ich weiß eigentlich gar nicht so viel darüber aba weil das Meme das jetzt so gesagt hat glaub
3261 ich das auch? ((alle nicken))

3262 ⊥ Tf17: Ich glaub Trump is so das Paradebeispiel dafür ((alle
3263 lächeln)) ⊥ Bm16: Ja

(5) Jf17: Und das Ding is hald einfach dass mans (.) ganz schnell sharen kann (.) also (.) ich
3264 werd jetzt nicht mit irgendeiner Zeitung @zur Nf17 hinlaufen@ und (.) schau ((alle lachen))
3265 lies dir das durch (.) sondern (.) ich wird ihr einfach irgendwas schicken und dann wird sie das
3266 (.) viel schneller verarbeiten

3267 ⊥ Tf17: Und weiterschickn

3268 ⊥ Jf17: Und eventuell weiterschickn

3269 genau

Tf17: Vielleicht privat? (.) Obwohls eigentlich offensichtlich is dass die Memeseiten privat sind
3270 (.) ich glaub es gibt keine staatlichen

3271 ⊥ (5) Sm17: Schnell

3272 ⊥ Ich: Okay (3) schnell weil man
3273 sie (.) schnell konsumiern kann (.) oder schnell produziern kann

3274 ⊥ Sm17: Beides (2) also (.) wenn
3275 man schon eine Idee hat (.) dann kann man sie schnell produziern (.) verschickn (.) weiterleiten
3276 ja

3277 ⊥ Nf17: Ich würde auch sagn Recherche (.) weil man kann jetzt kein Meme
3278 erstellen sag ich mal (.) ohne (.) gar nichts zu wissen

3279 ⊥ Bm16: Also könnte man schon (.) aba
3280 dann steht man dumm da

3281 ⊥ Nf17: @Ja@ ((alle lachen kurz))

3282 ⊥ Jf17: Ja aba das hat keine
3283 Auswirkungen (.) weil Memes normalerweise privat sind ((alle nicken zustimmend))

7.2.3.1 Formulierende Interpretation: Assoziationsaufgabe „Journalismus“

Die Transkriptpassagen des Diskussionsteils „Assoziationsaufgabe Journalismus“ werden wieder im Zuge der formulierenden Interpretation zuerst zu Ober- (OT) und Unterthemen (UT) zusammengefasst, um das Gesagte besser zu strukturieren.

2312-3225 OT: Fernsehen und Internet als Teil von Journalismus

Jf17 merkt an, dass das Fernsehen vor allem bei Jugendlichen nicht mehr das bevorzugte Medium ist: „viele sind mehr so im Internet und (.) holen sich da die Information“ (3214). Vielmehr ist das Fernsehen, laut Tf17, das Informationsmedium der Generation 45+. Für Jf17 und Tf17 gehört das Fernsehen hingegen immer noch zu ihren bevorzugten Informationsmedien.

3219-3220 UT: Lieber berieseln lassen als selbst suchen

Tf17 nennt als vorrangigen Grund dafür, dass sie es einfacher findet „zu Haus zu sitzen und (.) ZIB 2 zu schaun“ (3219), als „selbst googlen zu müssn@ (2) oda ne Zeitung kaufn zu müssn“ (3220).

3221-3225 OT: Fernsehen und Internet als Teil von Journalismus

Auf Nachfrage der Forscherin stellt sich heraus, dass drei der sechs Jugendlichen daheim die ZIB schauen. Nachdem das Thema Onlinemedien vorher nebenbei angesprochen, aber nicht konkret ausformuliert wurde, fragt die Forscherin nochmals explizit nach, ob „Internet“ auch „auf diese Flipchart“ (3224) gehört. Alle Teilnehmenden bestätigen das durch ein nicken.

3231-3285 OT: Was trifft sowohl auf Journalismus als auch auf Memes zu?

Jf17 nennt den Begriff „Informationen“, grenzt diesen aber vom Informationsbegriff klassischer journalistischer Medien ab „bei Memes kann man

jetzt nicht 100 Prozent sicher sein dass es richtig ist (.) oda (.) es is hald quasi nur ein Aspekt belichtet“ (3237-3238). Tf17 ergänzt, dass man mit dem Thema vorher vertraut sein muss, da man aus dem Meme selbst „keine Informationen“ beziehen kann (3242). Als weitere gemeinsame Begriffe werden „Zensur“, als *Memeinhalt* und „Internet“ genannt.

3247-3249 UT: Meme-Produzenten als selbsternannte Journalisten

Jf17 schlägt auch „selbsternannte Journalisten“ als gemeinsamen Begriff vor. Unter der Annahme, dass Memes auch ein „Medium“ (3248) sind, wären „alle Menschen die Memes machen (.) auch Journalisten“ (3248-3249).

3250-3262 UT: Memes beeinflussen die Meinung

Bm16 nennt „politischen Einfluss“ als Gemeinsamkeit von „Journalismus“ und „Memes“. Die Jugendlichen verstehen darunter allerdings die Möglichkeit von Memes, die eigene Meinung zu Beeinflussen und nennen die Negativdarstellung von Präsident Trump als „Paradebeispiel dafür“ (3262).

3264-3270 UT: Verbreitungsgeschwindigkeit von Memes

Als Problem der (negativen) Beeinflussung wird auch die Möglichkeit gesehen, die gebildete Meinung ganz schnell mit anderen zu „sharen“ (3264). Das geht Beispielsweise bei einer Zeitung nicht.

3271-3285 OT: Was trifft sowohl auf Journalismus als auch auf Memes zu?

Als weitere Begriffe, die auf beides zutreffen werden „privat“ (3271), „schnell“ (3273) und „Recherche“ (3279) genannt, weil man laut Nf17 kein Meme erstellen kann, „ohne (.) gar nichts zu wissen“ (3280). Bm16 sieht das anders, aber „dann steht man dumm da“ (3282). Jf17 sieht darin allerdings kein Problem, da es „keine Auswirkungen“ (3284-3285) gibt, weil die ProduzentInnen von Memes meist ohnehin anonym sind.

7.2.3.2 Reflektierende Interpretation: Assoziationsaufgabe „Journalismus“

An dieser Stelle soll wieder der dokumentarische Sinngehalt der Diskussion für die LeserInnen extrahiert werden. Die erste Passage des dritten Teils, die dafür der reflektierenden Interpretation unterzogen wird, beginnt inmitten eines Brainstormings darüber, welche Begriffe die Diskussionsteilnehmenden dem Begriff „Journalismus“ zuordnen würden. Zuvor wurden bereits die folgenden Begriffe erarbeitet: „Artikel“, „Informationen“, „Journalist“, „Zensur“, „Recherche“, „politischer Einfluss“ (im Sinne von links-, bzw. rechtsgerichteten Journalisten), „schwerer/gefährlicher Job“, „schlecht bezahlt“, „Kriegsjournalismus“, „schnell“, „selbsternannte Journalisten“ (vor allem in Zeiten von Social Media), „bezahlt“ (im Sinne von bestechliche Journalisten) und „staatlich/privat“.

Nach einer Anmerkung durch die Forscherin, dass das Medium Fernsehen bereits in unterschiedlichen Formen angesprochen, aber nicht aufgeschrieben wurde, entsteht eine Diskussion zu diesem Thema. Die nachfolgende Passage setzt innerhalb dieser Diskussion an.

3212-3225 Proposition durch Jf17, exemplifizierende Elaboration und Differenzierung durch Tf17, Fragestellung durch „Ich“, Validierung durch Jf17 und Bm16, erneute Fragestellung durch „Ich“, Validierung durch alle

Jf17 stellt die These auf, dass das Fernsehen „nicht mehr so beliebt bei Jugendlichen“ (3213) ist. Sie würden sich ihre Informationen eher „im Internet“ (3214) holen. Jf17 selbst differenziert sich aber davon. Tf17 bestätigt, dass sie „in der Schule“ (3216) gelernt hat, dass die HauptkonsumentInnen von Fernsehen die Generation 45+ ist. Sie selbst sieht hingegen auch fern, da es „bequemer“ für sie ist „so zu Haus zu sitzen und (.) ZIB 2 zu schauen und einfach (.) @nicht selbst googlen zu müßn@ (2) oda ne Zeitung kaufn zu müßn“ (3219-3220). Jf17, Tf17

und auch Bm16 sehen sich also selbst als Ausnahme unter den Jugendlichen bezüglich ihres Konsumverhaltens.

Nachdem das Internet durch die Teilnehmenden angesprochen, aber ebenfalls nicht aufgeschrieben wurde, fragt die Forscherin noch einmal aktiv nach, ob das Internet als Teil von Journalismus gesehen wird. Die Jugendlichen stimmen dem alle nickend zu.

Zusammenfassende Eindrücke: Diese Passage verdeutlicht, dass die Gruppe der 16/17-Jährigen, im Gegensatz zur Gruppe der 14/15-Jährigen, *Neue Medien* fast gänzlich vom Begriff des Journalismus abgrenzt. Weder werden Memes noch allgemein Soziale Medien als Form von Journalismus angesehen. Selbst das „Internet“ wird als journalistisches Medium erst ganz am Ende der Passage und nur mithilfe der Forscherin erarbeitet. Im Vordergrund der Assoziationen stehen viel mehr Begriffe klassischer Mediendefinitionen, wie „Artikel“, „Informationen“, „Recherche“ oder „staatlich/privat“. Auch im Bezug auf das eigene Informationsverhalten setzt zumindest die Hälfte der Gruppenmitglieder eher auf klassische Medien, wie das Fernsehen, als auf Neue Medien: „ich finds bequemer so zu Haus zu sitzen und (.) ZIB 2 zu schaun und einfach (.) @nicht selbst googlen zu müssn@“ (3219-3220).

Da die Jugendlichen der Gruppe 2 Memes nicht *aktiv* als Form von Journalismus wahrnehmen, wurden sie *direkt* durch die Versuchsleitung aufgefordert, die Begriffe „Memes“ und „Journalismus“ einander gegenüber zu stellen. Dazu sollten sie überlegen, welche ihrer Assoziationen zum Begriff „Journalismus“ auch auf Memes zutreffen könnten. Die genannten Begriffe wurden auf dem Plakat grün unterstrichen, wie in Abbildung 13 zu sehen ist. Die folgende Passage stellt den Beginn dieser Assoziation durch die Teilnehmenden dar.

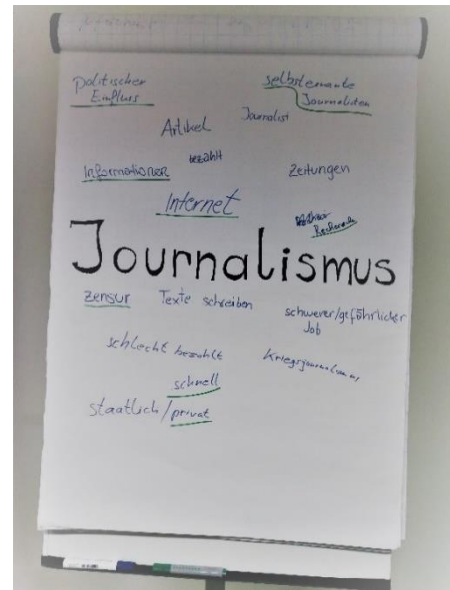


Abbildung 13: Memes-Journalismus Gruppe 2
- Quelle eigenes Foto

3231-3249 Proposition durch Jf17, Ratifizierung und Differenzierung durch die Forschungsleiterin „Ich“, argumentative Elaboration, Differenzierung durch Tf17 und anschließende Proposition, Ratifizierung durch „Ich“, Proposition durch Bm16 und Validierung durch Jf17, Proposition und argumentative Elaboration durch Jf17

Jf17 wirft den Begriff „Informationen“ auf, ohne dies näher zu begründen. Auf Nachfrage durch die Forscherin, ob „dieselbe Art von Informationen wie bei Journalismus“ (3235) gemeint ist, verneint Jf17: „bei Memes kann man jetzt nicht 100 Prozent sicher sein dass es richtig ist“ (3237-3238). Dies impliziert die Annahme durch Jf17, dass das bei klassischem Journalismus schon der Fall ist. Gleichzeitig wird dadurch die Kritikfähigkeit der 16/17-Jährigen gegenüber Quellen und Aufbereitungsart von Memes deutlich. Jf17 ergänzt, dass Memes „quasi nur ein Aspekt“ (3238) der Information beleuchten, während der Rest unausgesprochen bleibt. Tf17 zieht daraus denn Schluss, dass man solche Memes

dann auch nur versteht, „wenn man das Thema kennt“ (3241), da man aus solchen „kurzgefassten“ Memes keine Informationen „beziehn“ (3242) kann. Die These Memes als Ausgangspunkt für weitere Informationsgewinnung zu betrachten wird hier also dezidiert verneint.

Als weiteren gemeinsamen Begriff nennt Tf17 „Zensur“ allerdings wird diese für Memes ebenfalls nicht im selben Kontext verstanden, wie für klassischen Journalismus, sondern „als Thema für Memes (2) hald dass man (.) Witze über Zensur macht“ (3242-3243). Während klassischer Journalismus also durch Zensur beeinträchtigt wird, dient er Memes als Inhalt, um sich über diesen Missstand lustig zu machen und dadurch Kritik zu üben.

Bm16 nennt kommentarlos den Begriff „Internet“, als Gemeinsamkeit zwischen Journalismus und Memes. Jf17 nickt so, als ob das logisch wäre. In diesem Fall kann also davon ausgegangen werden, dass der Begriff tatsächlich im selben Kontext betrachtet wird. Jf17 nennt einen weiteren Begriff, der für Journalismus und Memes den gleichen Sinngehalt hat, nämlich „selbsternannte Journalisten“ (3247). Bei der Erarbeitung des Begriffes im Vorfeld wurde Kritik darüber geäußert, dass sich im Zeitalter von Social Media viele UserInnen „selbst (.) als Journalist ansehen und so Info::rmation weitergebn die manchmal nicht stimmt“ (3190-3191). Diese Ansicht wird nun von Jf17 auf Memes umgemünzt. Sie meint: „wenn wir das schon so als (.) Medium sehn dann sind ja alle Menschen die Memes machen (.) auch Journalisten“ (3247-3248).

3250-3263 *Proposition und exemplifizierende Elaboration durch Bm16, Differenzierung durch „Ich“ und Validierung durch alle, exemplifizierende Elaboration mit implizierter Fragestellung durch „Ich“, Elaboration durch Tf17 und Validierung durch Bm16*

Bm16 nennt „politischen Einfluss“ als einen gemeinsamen Begriff von Journalismus und Memes mit demselben Kontext. Gemeint ist damit die politische Einstellung der JournalistInnen/ProduzentInnen, die in das Ergebnis miteinfließt: „zum Beispiel die Trump Memes (.) dass man Trump anscheinend (.) als schlechten Menschen darstellt“ (3254). Alle Jugendlichen stimmen der Aussage zu. Die Forscherin fragt daraufhin nach, ob die Teilnehmenden schon einmal die Erfahrung gemacht hätten durch Memes auf diese Weise beeinflusst worden zu sein. Alle nicken und Tf17 bestätigt nochmals, dass Präsident Trump das „Paradebeispiel“ (3262) dafür wäre und Bm16 stimmt ihr zu.

3264-3270 *Proposition und exemplifizierende Elaboration durch Jf17, Elaboration durch Tf15 und Validierung durch Jf17*

In diesem Zusammenhang wirft Jf17 auch einen neuen Orientierungsgehalt auf, der die Verbreitungsgeschwindigkeit auf Social Media kritisiert. Denn die geformte Meinung könne dank der Sozialen Netzwerke auch „ganz schnell geshared“ (3264) werden. Man würde zum Beispiel nicht „mit irgendeiner Zeitung“ (3265) zu jemandem hinlaufen, um der Person einen Inhalt zu zeigen, allerdings würde man den selben Inhalt schon verschicken und die Person würde den erhaltenen Inhalt „viel schneller verarbeiten“ (3267) und laut Tf17 auch „weitschicken“ (3268). Dadurch wird eine Beeinflussung durch Memes als noch einfacher und wahrscheinlicher kritisiert.

3271-3285 *Proposition und argumentative Elaboration durch Tf17, Proposition durch Sm17, Ratifizierung und Differenzierung durch „Ich“, Elaboration durch Sm17, Proposition durch Nf17 und argumentative Elaboration durch Nf17, Antithese durch Bm16, Ratifizierung durch Nf17, Synthese durch Jf17*

Tf17 konstatiert den Begriff „privat“, in Abgrenzung zu „staatlich“, ebenfalls als Eigenschaft von Memes, die sie mit Journalismus gemeinsam hat. Sm17 nennt

nun den Begriff „schnell“ und knüpft damit am vorherigen Orientierungsgehalt über die schnelle Verbreitung durch Social Media an. Die Forscherin fordert Sm17 dazu auf seine Aussage zu spezifizieren. Woraufhin er meint, Memes könne man „schnell produziern (.) verschickn (.) weiterleiten“ (3277).

Als letzten Begriff nennt Nf17 „Recherche“ (3279), weil man kein Meme erstellen kann, „ohne (.) gar nichts zu wissen“ (3280). Bm16 sieht das anders: „Also könnte man schon (.) aba dann steht man dumm da“ (3281-3282). Jf17 sieht darin allerdings kein Problem, da es „keine Auswirkungen“ (3284-3285) gibt, weil die ProduzentInnen von Memes meist ohnehin anonym sind. Dieser letzte Orientierungsgehalt unterstreicht nochmals die Kritikfähigkeit der Jugendlichen im Bezug auf die Memeproduktion: Zwar wird durch die Gruppe Wissen der ProduzentInnen als Idealvorstellung formuliert, den Jugendlichen ist jedoch auch bewusst, dass die Richtigkeit der Memes aufgrund der Anonymität der ProduzentInnen nicht garantiert werden kann.

Zusammenfassende Eindrücke: Die letzte Passage von Teil 3 der Diskussion zeichnet sich bei Gruppe 2 im Vergleich zur ersten Gruppe durch wesentlich mehr Redebeiträge und eine begründete Begriffsauswahl aus. Außerdem wird deutlich, dass die 16/17-Jährigen eine viel kritischere Einstellung gegenüber (politischer) Memes haben, als die jüngere Diskussionsgruppe. Die dominierenden SprecherInnen in dieser Passage sind Tf17, Jf17 und Bm16. Es finden sich auch einzelne Gesprächsbeiträge von Nf17 und Sm17; nur Hf16 fällt durch ausschließliche nonverbale Validierung anderer Orientierungsgehalte auf.

Die Tatsache, dass die Jugendlichen Memes nicht von sich aus als Teil von Journalismus bezeichnet haben, spiegelt sich auch in ihrer Auseinandersetzung mit den beiden Begriffen wieder. Die Gruppe nennt zwar Worte, die sowohl für Journalismus als auch für Memes zutreffend sind, diese werden allerdings mit unterschiedlichen Sinngehalten versehen, wodurch

die beiden Begriffe voneinander abgegrenzt, anstatt miteinander in Verbindung gesetzt zu werden. So schreiben die Jugendlichen etwa dem Wort „Zensur“ nicht dieselbe Bedeutung für den Journalismus zu, wie für Memes. Für letztere wird der Begriff als Themeninhalt gesehen, um sich über diesen Missstand lustig zu machen und dadurch Kritik zu üben: „hald dass man (.) Witze über Zensur macht“ (3242-3243). Klassischer Journalismus wird hingegen als durch Zensur beeinträchtigt gesehen.

Während in diesem Beispiel die Kritikfunktion von Memes durch die 16/17-Jährigen angesprochen wird, setzen sie sich im gesamten Gesprächsteil *selbst* sehr kritisch mit Memes auseinander. Die Gruppe sieht Memes dabei als dem klassischen Journalismus unterlegen an, was sich etwa bei der Begriffsdefinition „Informationen“ zeigt: „bei Memes kann man jetzt nicht 100 Prozent sicher sein dass es richtig ist“ (3237-3238). Dies impliziert die Annahme durch Jf17, dass das bei klassischem Journalismus schon der Fall ist. Die Problematik mit der Richtigkeit von (politischen) Memeinhalten wird am Ende der Diskussion nochmals aufgeworfen. Zwar formuliert die Gruppe „Wissen der ProduzentInnen“ durch „Recherche“ (3279) als Idealvorstellung für die Produktion von Memes; den Jugendlichen ist jedoch auch bewusst, dass die Richtigkeit der Memes aufgrund der Anonymität der ProduzentInnen nicht garantiert werden kann.

Schließlich wird in diesem Abschnitt auch die These, Memes als Ausgangspunkt für weitere Informationsgewinnung zu betrachten, nochmals dezidiert verneint. Der Grund dafür ist, dass politische Memes „quasi nur ein Aspekt“ (3238) der Information beleuchten, während der Rest unausgesprochen bleibt. Tf17 zieht daraus denn Schluss, dass man solche Memes dann auch nur versteht, „wenn man das Thema kennt“ (3241), da man aus solchen „kurzgefassten“ Memes keine Informationen „beziehn“ (3242) kann.

7.2.4 DISKURSBESCHREIBUNG Gruppe 2

Die Gesamtheit der Diskussion lässt sich als oppositionelle Diskursorganisation¹⁵ betrachten, die vor allem durch Redebeiträge der Parteien Jf17, Nf17 und Bm16 geprägt wird. Allerdings werden im ersten Teil die meisten Themenblöcke durch Sm17 initiiert. Besonders im zweiten Teil der Diskussion steht den dominierenden Parteien Tf17 mit einem negativen Gegenhorizont gegenüber. Hf16 fällt durch überwiegendes Schweigen und höchstens nonverbale Zustimmung- bzw. Ablehnungsbekundungen auf. Die folgende Diskursbeschreibung soll sich entlang der drei Teile der Gruppendiskussion orientieren.

Der erste Teil der Gruppendiskussion beginnt mit dem Vorführen des Stimulus-Materials durch die Forscherin, welches aus ausgewählten Memes besteht, die die Teilnehmenden im Vorfeld in eine WhatsApp-Gruppe geschickt haben. Anschließend erfolgt eine Erzählaufforderung an die Jugendlichen, warum sie diese Memes geliked und geteilt haben. Im Gegensatz zu Gruppe 1, beginnt Gruppe 2 die Aufgabenstellung strukturiert zu erarbeiten. Die Herangehensweise wird durch Nf17 aufgeworfen „Soll jemand so eins hochhalten“ (1855). Anschließend findet eine geordnete Erarbeitung der Memes statt, wobei relativ bald der Orientierungsgehalt von nachvollziehbaren Memes aufgeworfen wird. Dafür verwendet auch die Gruppe der 16/17-Jährigen, wie bereits die Gruppe der 14/15-Jährigen den englischen Begriff „**relatable**“ (1894). Im weiteren Verlauf der Diskussion wird auch allen präsentierten Memes die Etikettierung „relatable“ durch die Jugendlichen zugeschrieben. Im Zusammenhang mit dem Migrationshintergrund der Teilnehmenden umfassen „relatable“ Memes auch Stereotype über slawische Völker (vgl. „Adidas tracksuit MEME“): „das is hald auch so ein internes Ding zwischen uns so (.) mit Adidas tracksuit“ (1929-1930). Ebenfalls als Thema in Bezug auf „relatable“ Memes wird auch die Absicht geäußert, solche Memes selbst sowohl zu liken als auch zu posten „Das würd ich auch einfach liken weils relatable is“ (1947), bzw. mit

¹⁵ Vergleiche die Typen der Diskursorganisation nach Loos & Schäffer (2001).

Freunden zu teilen an die sich die Teilnehmenden durch das Meme erinnert fühlen, „an einen Freund (.) der das einfach mal gmacht hat“ (1988-1991).

Nachdem die Diskussion der präsentierten Memes erschöpft ist, wird durch Sm17 eigenständig ein neuer Themeninhalt aufgeworfen: „Schaut ihr generell Memes (.) so (.) jeden Tag?“ (2010). Diese Frage wird von den Teilnehmenden unterschiedlich beantwortet: Während Nf17, Jf17 und Bm16 sehr exzessiv Memes konsumieren „ich glaub es gibt kein Tag wo ich nichts mit Memes zu tun hab“ (2097-2098), antwortet Tf17 mit „Nicht wirklich (.) nur ab und zu“ (2014) und Sm17, der die Frage aufgeworfen hat: „ich bin nicht wirklich so (.) der Meme Typ (2) höchstens bekomm ich ein paar“ (2100-2101). Diese Divergenz spiegelt sich auch im weiteren Diskursverlauf wider, etwa als Memes in der eigenen Bildergalerie am Handy thematisiert werden. Während Tf17 „kein Meme so wichtig“ (2177) findet, um es abzuspeichern, besteht die Galerie von Nf17 zu einem großen Teil aus Memes: „ich hab (.) 1106 @Bildschirmfotos@ (.) und das sind glaub ich einfach nur so (2) 80 Prozent Memes“ (2174-2175). Bm16 hat sogar ein eigenes Ordnersystem entwickelt und speichert Memes in Kategorien ab, „die man in so Situationen perfekt einsetzen kann“ (2198-2199).

Auch Gruppe 2 thematisiert – wie bereits Gruppe 1 – beleidigende Memes. Das Thema wird hierbei erneut von Sm17 initiiert: „Habt ihr euch mal beleidigt gefühlt von einem Meme?“ (2247). Die Frage wird von den Teilnehmenden verneint „Die kann man nicht ernst nehmen find ich“ (2251). Außerdem wird Unverständnis gegenüber solchen Menschen geäußert, die „triggered sind dadurch“ (2257). Im weiteren Verlauf unterhalten sich Jf17 und Nf17 über die Grenzen von Memes und nennen dabei den Begriff „schwarzn Humor“ (2293). Im Gegensatz zu Gruppe 1 lässt sich hier allerdings kein geschlechtsspezifischer Unterschied feststellen. Die Mädchen fühlen sich zwar „schlecht darüber zu lachn“ (2291-2292), finden solche Memes aber trotzdem lustig.

Das Verhalten im Falle eines nicht verstandenen Memes wird in Gruppe 2 bereits im ersten Teil für allgemeine Memes erarbeitet. Wieder erfolgt die Themeninitiation durch Sm17: „Und was macht ihr (.) wenn ihr ein Meme nicht versteht?“ (2319). Als Informationsquelle nutzen die Jugendlichen entweder die „comment section“ (2321), ignorieren das Meme einfach, oder fragen direkt bei der Person nach, die ihnen das Meme geschickt hat, worum es geht.

Im nächsten Gesprächsabschnitt wurden die Themen der konsumierten Memes noch einmal direkt durch die Studienleitung erfragt, nachdem die Jugendlichen diese bereits zu Beginn kurz in Bezug auf „relatable“ Memes angesprochen haben. Diese Passage bestätigt nochmals die Ergebnisse, dass die konsumierten Memes vorrangig Themen behandeln, die den Erfahrungshorizont der Jugendlichen widerspiegeln, also „relatable“ sind. Als erstes Thema wird daher auch die „Schule“ (2367) genannt, später „social life“ (2370) und „alltägliche Sachen“. Im Gegensatz zur ersten Gruppe, der 14/15-Jährigen, sprechen diese Jugendlichen auch „politische Sachen“ (2368) als präferierte Meme-Themen an. Allerdings stellt sich im späteren Verlauf der Diskussion heraus, dass damit nicht *aktuelle* politische Themen gemeint waren, sondern eher „geschichtliche Memes“ (2392) mit politischen Inhalten. Dennoch gehört das aktuelle Weltgeschehen im Bereich Popkultur auch zu den Themeninteressen der Gruppe 2. Als Beispiel dafür werden auch hier „21 Savage Memes“ (2376) genannt– wie bereits bei Gruppe 1. Die Jugendlichen sind sich allerdings darüber einig, dass solche Memes aufgrund des benötigten Hintergrundwissens nicht für jeden geeignet sind, „weil vielleicht (.) checkn dies nicht“ (2384), „Oder sie kennen ihn einfach nicht“ (2386). Auch hier wird die These benötigten Vorwissens für das Humorverständnis durch die Gruppe kommuniziert.

Die nächste Gesprächspassage dreht sich wieder um die Bedeutung von Memes im Alltag von Jugendlichen „bei uns in der Schule seh ich jetzt so (.) nur Leute am Handy und Memes rumzeigen“ (2441-2442). Auch die eigene Produktion von Memes wird hier angesprochen: „Ich hab glaub ich (.) über fast jedn aus meiner Klasse ein Meme gemacht“ (2457-2458). Dabei war die Intention von Bm16 aber alle zu erheitern und niemanden bloßzustellen. Im Zusammenhang

mit der Bedeutung, fragt die Studienleiterin nochmals explizit nach, wie wichtig Memes für die Jugendlichen sind. Dabei wird deutlich, dass die Jugendlichen Memes zwar als unwesentlich für ihr Leben wahrnehmen, diese aber trotzdem wichtige Funktionen für die Jugendlichen einnehmen. Dies zeigt sich einerseits durch die oftmals verwendete Formulierung „Ich finds nicht wichtig aba...“ (2483). Zum anderen ist die Passage gekennzeichnet durch eine sehr hohe Rededichte, erneut vor allem durch die Parteien Nf17, Bm16 und Jf17. Als Hauptfunktionen von Memes kristallisieren sich „Erheiterung“ (2479), Ablenkung, wenn einem „einfach langweilig ist“ (2484) und „Unterhaltung“ heraus. Zwei der Teilnehmenden, nämlich Sm17 und Tf17, betonen an dieser Stelle erneut, dass sie mittlerweile kaum noch Memes konsumieren. Falls doch, sind aber auch bei ihnen Eskapismus und Erheiterung die Funktionen, die sie sich von Memes erwarten und auch erhalten. Am Ende der Passage wird noch eine weitere Funktion von Memes deutlich, nämlich „Kommunikation“. Alle Gruppenmitglieder haben bereits die Erfahrung gemacht, dass ein Meme perfekt zu einer Situation – häufig einer Gesprächssituation – passt, in der man das Meme dann auch mit den anderen Teilen möchte: „So beim Schreiben (.) ich sag da Person meistens so (.) ja @warte ganz kurz@ (.) ich such den Meme @und schick es@“ (2520-2521).

Der zweite Teil der Gruppendiskussion beginnt mit dem Vorführen von Stimulus-Material in Form von politischen Memes, die die Teilnehmenden zuvor noch nicht gesehen haben. Der Diskussionsteil zeichnet sich durch oppositionelle Orientierungsrahmen von Tf17 und der Gruppe Jf17, Nf17 und Bm16 aus, die aus einem unterschiedlichen Wissensstand zum Thema Politik resultieren. Während Tf17 vergleichsweise sehr gut informiert ist und daher manche Memeinhalte auch als lustig bezeichnet, finden die anderen die politischen Memes nicht lustig. Diese Abwehrhaltung äußert sich bereits zu Beginn der Passage durch Nf17, die die langen Texte der Memes kritisiert: „Irgendwie hab ich echt keine Lust manche von diesn zu lesn“ (2544). Kurz darauf werden die Memes durch Nf17, Jf17 und Bm16 allgemein als „Nicht

lustig“ (2563) bezeichnet. Diese Einstellung wird durch die drei während der gesamten Diskussion immer wieder zum Ausdruck gebracht.

Nachdem sich die Teilnehmenden einen ersten Überblick über die Memes verschafft haben, wird bereits eine erste Bilanz gezogen: „Politische Memes versteh ich generell (.) fast gar nicht“ (2609). Diese Aussage trifft auf den Großteil der Gruppe zu. Im weiteren Gesprächsverlauf zeigt sich im Zusammenhang damit deutlich die Notwendigkeit politischen Vorwissens, nicht nur für das inhaltliche Verständnis der Memes, sondern auch für ein Humorverständnis. Daher ist Tf17, die viel über politische Bildung durch die Schule mitbekommt, die einzige, die das „Papamonat MEME“ nicht nur versteht, weil sie dessen Hintergrund kennt, sondern auch lustig findet: „das eine find ich schon gut“ (2616). Die anderen verfolgen hingegen das Tagesgeschehen nicht „ich verfolg einfach gar nichts“ (2615), oder bekommen es nur am Rande mit „das einzige was ich mittbekomm is das halt was meine Eltern vielleicht so redn“ (2621) und verstehen deshalb auch die aktuellen politischen Memes nicht. Tf17 streicht sogar den Zusammenhang von Vorwissen und Humorverständnis nochmals explizit hervor: „wenn man so den Hintergrund wirklich gut kennt und weiß worums geht (.) dann sind manche schon mega witzich“ (2645-2647). Nf17, Bm16 und Jf17 sind jedoch anderer Meinung, da die politischen Memes nicht den persönlichen Erfahrungsraum widerspiegeln und sie sich daher nicht damit identifizieren können: „wie soll das relatable für jemanden sein?“ (2668-2669), „ich find Memes die relatable sind lustiger einfach“ (2670-2671).

Auch die Auseinandersetzung mit dem „May MEME“ und dem „Typisch Trump MEME“ verdeutlicht im weiteren Diskursverlauf die oppositionellen Orientierungsrahmen von Tf17 und der Gruppe Jf17, Nf17 und Bm16. Während letztere die Themen „Brexit“ und die „wall“ als „ausgelutscht“ (2688) und daher nicht lustig auffassen, kann Tf17 aufgrund ihres Hintergrundwissens dem „Typisch Trump MEME“ sehr wohl etwas abgewinnen: „das find ich schon lustig es ging ja um den Shutdown (.) dass er einfach so @ganz Amerika@ (2) zerstört

hat (.) für eine Woche“ (2701-2703). In weiterer Folge diskutieren die Teilnehmenden unterschiedliche Auffassungen zu Trumps bisherigen Handlungen.

Dann widmen sich die Teilnehmenden wieder den politischen Memes, konkret dem „Iran MEME“, dessen Inhalt wieder durch die Gruppe nicht verstanden, aber durch Tf17 richtig erklärt wird: „Es ging darum dass die Leute so gefeiert haben weil (2) Iran sanktioniert wird von USA und Europa (.) und die Leute dann einfach so auf der Straße so als Protest (.) US- (.) also amerikanische Flaggen verbrannt (.) und einfach so der Joke sie haben so viel verbrannt dass (.) hättest du so viel verkauft wärest du so reich geworden“ (2739-2743). Zu einem späteren Zeitpunkt der Diskussion trägt sie zu dem Thema noch weiteres Hintergrundwissen bei: „Vorige Woche (2) (es war so) eigentlich Gründungstag (.) also die Leute ham so geschrien dass sie Amerika zerstörn wolln und (.) der Präsident war so (.) ja ich arbeite dran (...) hald seine militärischen Kräfte auszubauen und einfach stärker zu werd'n“ (2992-2997).

Als nächstes wird auch durch Gruppe 2, wie bereits durch Gruppe 1 das Layout der „Maduro“ und „Kickl“ Memes bemerkt: „Mein zum Beispiel so ein Meme ((zeigt auf „Maduro MEME“)) (.) so mit Pikachu ja okay das kennt glaub ich auch schon mittlerweile jeder (4) oder Drake“ (2746-2750). Allerdings werden diese als „overused“ (2754) empfunden und daher mittlerweile ignoriert.

Die Forschungsleiterin fordert die Gruppe durch eine Intervention auf einzuschätzen, von wem und zu welchem Zweck die politischen Memes gemacht wurden. Jf17 meldet sich als erste zu Wort und vergleicht politische Memes mit „Karikaturen über Politika“ (2766), die denselben Zweck erfüllen: „man macht sich hald lustig drüba“ (2771). Als weiterer Zweck solcher Memes wird die Protestfunktion (2773) gegenüber Missständen beschrieben. Allerdings wird eine Funktion als Informationsquelle, bzw. Ausgangspunkt für weitere Informationsgewinnung dezidiert verneint, „weil jemand der zum Beispiel (.) das jetzt nicht versteht wird jetzt auch nicht sofort googlen ums verstehn zu wolln“ (2785-2786). Vielmehr wird davon ausgegangen, dass solche Memes eine andere Zielgruppe ansprechen sollen, nämlich Menschen, die bereits

im Vorhinein an aktuellen politischen Themen interessiert sind. Für die Diskussionsgruppe der 16/17-Jährigen trifft das laut den Teilnehmenden nur auf Tf17 zu, während politisch aktuelle Memes für die *breite* Masse der Jugendlichen eher als Randphänomen vermutet werden. Anders verhält es sich in dieser Gruppe allerdings mit dem Interesse zu politischen Themen *aus der jüngeren Vergangenheit*, das sehr wohl vorhanden ist. Der Unterschied zu den tagesaktuellen politischen Memes liegt darin, dass die Jugendlichen hier mehr Zeit hatten sich das Wissen anzueignen, was auch in einem höheren Humorverständnis resultiert: „Aber zum Beispiel der Meme (...) so (.) Syria und ein Hummer (.) der war irgendwie so mehr für unser Alter weil wir kenn uns alle aus“ (2796-2799). Das Verständnis der tagesaktuellen politischen Memes mit „ziemlich spezifischen“ (2801) Memeinhalten setzt jedoch ein konstantes Informationsverhalten der Jugendlichen voraus, das lediglich bei Tf17 gegeben ist.

Als ProduzentInnen aktueller politischer Memes vermuten die Jugendlichen Erwachsene: „Und meistens werdn diese Memes glaub ich von Erwachsenen gemacht“ (2806). Zwar glauben die Jugendlichen nicht, dass Erwachsene selbst Memes konsumieren, aber, dass sie welche produzieren, um die Jugendlichen damit „zu beeinflussen“ (2824). „das erreichens:: aber nicht“ (2826), weil „Der Humor trifft sich einfach nicht“ (2828).

Die DiskutantInnen werden jetzt durch die Forscherin explizit aufgefordert ihre eigenen Memes mit den politischen Memes zu Vergleichen. Dabei nehmen sie wieder den Begriff „relatable“ als Referenzrahmen und sagen, dass die politischen Memes „weniger witzich“ (2866) sind, weil „die anderen relatable sind die haben was mit uns zu tun“ (2867-2868). Auch die „Qualität“ (2870) der politischen Memes und die Textlänge wird bemängelt. Tf17 formuliert hier jedoch wieder einen negativen Gegenhorizont zum aufgeworfenen Orientierungsgehalt und meint, sie würde eine Memeseite mit politischen Memes trotzdem abonnieren, um besser informiert zu sein: „wenn ich sowas seh und mir dann denk so (.) hä wieso kennst du dich jetzt nicht aus (.) würds mich hald schon so bisschen zwingen mehr (.) mich jetzt so mit dem Thema zu befassen“ (2887-2891). Die anderen würden hingegen keine politische Memeseite abonnieren: „ich würd

mir das hald echt nicht anschaun“ (2913). Die einzige aus der Gruppe die politische Memes konsumieren würde ist also diejenige, die bereits ein recht gutes politisches Vorwissen und Interesse *besitzt*. Zu einem späteren Zeitpunkt sprechen die TeilnehmerInnen allerdings auch den nicht intentionalen Konsum von politischen Memes an und bemerken dazu, dass sie dadurch „Sachn erfahrn die man zum Beispiel nicht wusste“ (2946-2947). Jf17 erzählt „auf Social Media bekomm ich meistens irgendwie die Info (.) zum Beispiel das mit 21 Savage (.) hab ich zuerst im Internet erfahrn“ (2954.2955).

Die Forscherin fragt die Gruppe nun, wie sie generell mit Memes umgeht, die sie nicht versteht. Die erste Reaktion darauf ist „Einfach weiter“ (2975), also ignorieren, die von den meisten Gruppenmitgliedern präferiert wird. Ausnahmen sind nur: „wenn ich merke ich sollte es wissen“ (2976), wenn der Inhalt der Person also vertraut erscheint, oder „wenns einen so wirklich packt“ (2980), also das Interesse geweckt wird. Als Informationslieferant in diesen Fällen wird „entweder in den Comment-Sections oda im Internet“ (2978) nachgeforscht. Wobei die Kommentare als Informationslieferant durch Tf17 kritisch hinterfragt werden, weil „in den Comments steht meistens so viel Kacke“ (2982-2983).

Kurze Zeit später fragt Tf17 in die Gruppe ob die anderen mit ihren Freunden generell über Politik reden würden. Während die anderen das alle verneinen, erzählt Tf17: „also in meiner sind alle (.) aus Akademiker-Familien und dann wolln alle über Politik redn damit sie dann selbst auch (.) bescheid wissen“ (3021-3023). Das wird durch Tf17 eigentlich als angenehm empfunden, da sie so gezwungenermaßen auf dem Laufenden bleibt.

Die Forschungsleitung interveniert nun mit den ausstehenden Erklärungen der präsentierten Memes und fragt die Jugendlichen im Anschluss woher diese ihre Informationen beziehen. Als Hauptinformationsquellen der Gruppe 16/17 werden vor allem die Schule und zum Teil die Eltern genannt. Außerdem noch Radio, Fernsehen und Internetzeitungen.

Der dritte Teil der Gruppendiskussion setzt sich aus einer Assoziationsaufgabe zum Thema „Journalismus“ zusammen. Die Jugendlichen werden dazu aufgefordert alles, was ihnen zu dem Begriff einfällt, auf das Flipchart zu schreiben. Im Gegensatz zur ersten Gruppe begründen die Teilnehmenden der Gruppe 2 ihre Begriffe etwas ausführlicher, allerdings auch nur auf Nachfrage durch die Forscherin. Die meisten Begriffe werden von Jf17 und Tf17 beigetragen. Interessanterweise werden vorher genannte Informationsquellen, wie Radio oder Fernsehen gar nicht in der Assoziation zu Journalismus aufgeschrieben. Außerdem verdeutlicht die Passage, dass die Gruppe der 16/17 Jährigen, im Gegensatz zur Gruppe der 14/15-Jährigen, *Neue Medien* fast gänzlich vom Begriff des Journalismus abgrenzt. Weder werden Memes noch allgemein Soziale Medien als Form von Journalismus assoziiert. Selbst das „Internet“ wird als journalistisches Medium erst ganz am Ende der Passage und nur mithilfe der Forscherin erarbeitet.

Als ersten Begriff formuliert Tf17 „Zeitungsartikel oder generell (.) Artikel“ (3144). Im weiteren Verlauf der Assoziationsaufgabe werden zunächst weitere Begriffe aufgeschrieben, die den klassischen Medien zugeordnet werden können: „Informationen“, „Journalist“, „Zensur“, „Recherche“ und dann „politischer Einfluss“. Letzteren führt Tf17 näher aus: „ein Artikel ist anders (.) wenn ein Journalist rechts oder links gestimmt ist (2) oder @neutral@ wie er sein sollte“ (3155-3156). Durch diese Aussage wird der Modus in dem sich die Gruppe mit dem Begriff „Journalismus“ und auch im späteren Verlauf mit dem Begriff „Memes“ auseinandersetzt erkennbar: Von den drei Gruppen hat sich Gruppe 2 am kritischsten mit den beiden Begriffen auseinandergesetzt.

Als weitere Assoziationen werden „schwerer/gefährlicher Job“, „schlecht bezahlt“, „Kriegsjournalismus“ und „schnell“ aufgeschrieben. Als Jf17 nachfragt, was mit „schnell“ gemeint ist erklärt ihr Tf17: „es (.) geht ja darum die Information schnell (.) zu veröffentlichen und deswegen sind ja Internetzeitungen so beliebt weil (.) die nicht gedruckt werden und es schneller geht“ (3174-3176). Im weiteren Diskurs kristallisiert sich erneut eine kritische

Auseinandersetzung mit dem Thema heraus, das wieder durch Tf17 und Jf17 initiiert wird. Tf17 schreibt „selbsternannte Journalisten“ auf und spricht im Zusammenhang mit Social Media das Problem der vertrauenswürdigen Quelle an: „Ich glaub dass (.) auf den ganzn Social Media Seitn (.) dass diese ganzn (2) Nachrichtnseitn oda so gibt (.) und ich glaub da viele einfach glaubn (.) selbst etwas zu wissen (.) und sich selbst (.) als Journalist ansehn und so Info::rmation weitergebn die manchmal nicht stimmt“ (3188-3191). Jf17 schreibt währenddessen den Begriff „bezahlt“ auf und unterstellt den Journalisten Käuflichkeit: „Also (.) man kann (.) so (.) Zeitungen und so bezahln (.) damit sie irgendwas ganz Konkretes schreiben (2) so (.) für gewisse Politiker zum Beispiel“ (3193-3194).

Nachdem Tf17 „staatlich/privat“ aufschreibt, fragt die Forscherin nach, ob es einen bestimmten Grund hat, weshalb die Jugendlichen den Begriff „Fernsehen“ nicht auf das Flipchart geschrieben haben. Tf17 entgegnet, dass sie bei „Fernsehen“ mehr an Moderatoren denkt, als an Journalisten „eigentlich vergisst man dass dahinter jemand steht der das ganze eigentlich zusammenfasst“ (3210). Jf17 begründet das Fehlen des Begriffs hingegen mit seiner schwindenden Relevanz für Jugendliche: „Und Fernsehr (.) also was ich zumindest so mitbekomme (.) ist nicht mehr so beliebt bei Jugendlichn (2) also @bei mir schon@ aba:: (.) viele sind mehr so im Internet und (.) holn sich da die Information“ (3212-3214). Bei der Gruppe der 16/17-Jährigen zeigt sich jedoch ein anderes Medienkonsumverhalten: Etwa die Hälfte der Gruppenmitglieder nutzt eher klassische Medien, wie das Fernsehen als Informationsquelle, als Neue Medien: „ich finds bequemer so zu Haus zu sitzen und (.) ZIB 2 zu schaun und einfach (.) @nicht selbst googlen zu müssn@“ (3219-3220). Dennoch wird „Internet“ als letzter Begriff auf das Flipchart geschrieben.

Anschließend werden die DiskutantInnen durch die Forscherin aufgefordert in einem nächsten Schritt Journalismus und Memes miteinander in Verbindung zu setzen, indem sie bereits erarbeitete Begriffe von Journalismus nennen, die ihrer Meinung nach auch auf Memes zutreffen. Diese Passage verdeutlicht noch stärker, dass die 16/17-Jährigen eine viel kritischere

Einstellung gegenüber (politischer) Memes haben, als die jüngere Diskussionsgruppe. Die dominierenden SprecherInnen in dieser Passage sind Tf17, Jf17 und Bm16. Es finden sich auch einzelne Gesprächsbeiträge von Nf17 und Sm17; nur Hf16 fällt durch ausschließliche nonverbale Validierung anderer Orientierungsgehalte auf.

Die Tatsache, dass die Jugendlichen Memes nicht von sich aus als Teil von Journalismus bezeichnet haben, spiegelt sich auch in ihrer Auseinandersetzung mit den beiden Begriffen wieder. Die Gruppe nennt zwar Worte, die sowohl für Journalismus als auch für Memes zutreffend sind, diese werden allerdings mit unterschiedlichen Sinngehalten versehen, wodurch die beiden Begriffe voneinander abgegrenzt werden, anstatt miteinander in Verbindung gesetzt zu werden. So schreiben die Jugendlichen etwa dem Wort „Zensur“ nicht dieselbe Bedeutung für den Journalismus zu, wie für Memes. Für letztere wird der Begriff als Themeninhalt gesehen, um sich über diesen Missstand lustig zu machen und dadurch Kritik zu üben: „hald dass man (.) Witze über Zensur macht“ (3242-3243). Klassischer Journalismus wird hingegen als durch Zensur beeinträchtigt gesehen. Während dieses Beispiel Memes als überlegener gegenüber dem Journalismus erscheinen lässt, werden sie im Laufe der restlichen Diskussion durch die Gruppe als dem klassischen Journalismus *unterlegen* angesehen. Dies zeigt sich etwa in der Diskussion der Begriffsdefinition „Informationen“: „bei Memes kann man jetzt nicht 100 Prozent sicher sein dass es richtig ist“ (3237-3238). Dies impliziert die Annahme durch Jf17, dass das bei klassischem Journalismus schon der Fall ist. Die Problematik mit der Richtigkeit von (politischen) Memeinhalten wird am Ende der Diskussion nochmals aufgeworfen. Zwar formuliert die Gruppe „Wissen der ProduzentInnen“ durch „Recherche“ (3279) als Idealvorstellung für die Produktion von Memes; den Jugendlichen ist jedoch auch bewusst, dass die Richtigkeit der Memes aufgrund der Anonymität der ProduzentInnen nicht garantiert werden kann.

Im Zuge der kritischen Betrachtung von Memes wird auch der Begriff „politischer Einfluss“ erwähnt, der im Sinne einer Manipulation zu Gunsten der eigenen Meinung verwendet wird und damit auch dem Verständnis des Begriffs im Kontext „Journalismus“ ähnelt.

Schließlich wird in diesem Abschnitt auch die These, Memes als Ausgangspunkt für weitere Informationsgewinnung zu betrachten, nochmals dezidiert verneint. Der Grund dafür ist, dass politische Memes „quasi nur ein Aspekt“ (3238) der Information beleuchten, während der Rest unausgesprochen bleibt. Tf17 zieht daraus denn Schluss, dass man solche Memes dann auch nur versteht, „wenn man das Thema kennt“ (3241), „aba man kann keine Informationen draus beziehn“ (3242).

7.3 Auswertung Gruppe 3

Die folgenden Ausführungen beziehen sich auf die Gruppe der 18/19-Jährigen. Die Gruppe besteht aus insgesamt 7 Personen, die sich aus einer gemeinsamen Freundesgruppe kennen und auch zum Teil miteinander verwandt (Hf18 und If19 sind Cousinen) sind. Außerdem sind Bm19 und If19 ein Paar. Mit Gruppe 3 wurde die zweite Gruppendiskussion durchgeführt und zwar am So, 17.02.19, zwischen 14:30 Uhr und 16:30 Uhr.

Abbildung 14: Teilnehmendentabelle Gruppe 3

Person	Alter	Geschlecht
Km18	18	männlich
Hf18	18	weiblich
Cf19	19	weiblich
Nf18	18	weiblich
If19	19	weiblich
Bm19	19	männlich
Mm19	19	männlich

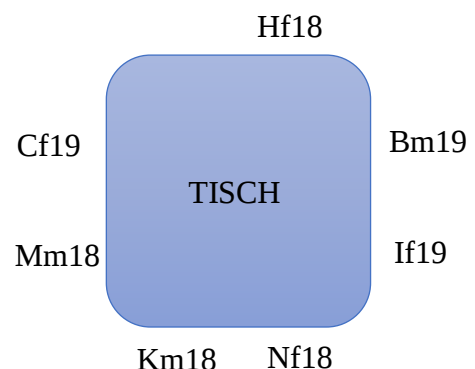


Abbildung 15: Sitzordnung Gruppe 3

7.3.1 Transkription: Der allgemeine Meme-Stimulus

Aus Teil 1 der Gruppendiskussion 3 wurden insgesamt 3 Passagen herausgesucht, die für die Beantwortung der Forschungsfragen inhaltliche Relevanz haben. Ihre Transkription soll im Folgenden aufgeführt werden. Die erste Transkriptpassage präsentiert eine Begründung durch die Gruppe, aus welchen Gründen sie Memes lustig finden:

3322 └ If19: Ich glaub (.)
3323 ä::h die meistn Memes sind mir lustig weil wir andere Leute damit in Verbindung setzn (2)
3324 meiner Meinung nach └ Cf19:
3325 Na ich find (.) wir setzn uns selba in Verbindung damit (.) nicht andere
3326 └ Hf18: Ja weil (.) das (so oft) vorkommt
3327 └ If19: Ja uns oda andere (.) beides ja
3328 └ Cf19: Genau
3329 Nf18: Weil du dich selba in dieser Situation siehst zum Beispiel ((hält das „Bless you MEME“
3330 für alle sichtbar hoch)) @(5)@
3331 └ Km18: Genau (.) genau

3332 (5) If19: Weitere Gründe?
3333 └ (8) Hf18: Also zum Beispiel das hier ((hält das „Mom MEME“
3334 hoch)) passiert (.) mir fast jedn Tag (.) also alltäglich ((Nf18 nickt zustimmend)) @(3)@ @aba
3335 ich glaub bei euch auch (.) nicht nur bei mir@
3336 └ Km18: Bei dem hier ((hält das „That one friend
3337 MEME“ hoch)) musste ich selba lachn weil ich selba so ein Typ bin der was ganze Zeit @geht
3338 so@ ((alle lachen)) deswegn (.) fand ich das lustig (.) weils mich selba betroffn hat

Die nachstehende Passage beginnt direkt mit der Initiation durch die Forschungsleitung und zeigt einen Teil der Funktionen auf, die Memes für Jugendliche im Alter 18/19 erfüllen. Dabei werden auch geschlechtsspezifische Unterschiede durch die Gruppenmitglieder angesprochen:

3535 Ich: Warum verschickts ihr denn allgemein Memes an Freunde oda Bekannte? Hat das
3536 irgendein bestimmten Grund oda was denkts ihr euch dabei?
3537 └ Mm19: Es is ein ur gutes Gefühl wenn
3538 die dann auch lachn
3539 └ Km18: Ja:: (.) wenn man schon so lustig drauf is dann will man auch
3540 jemanden zum lachn bringen
3541 └ Bm19: Oda man fühlt sich irgendwie behindert wenn man nur alleine lacht
3542 so ((alle lachen kurz auf))
3543 └ Cf19: Oda es is so:: (.) wenn jetzt irgendein Thema angesprochn is (.) damit
3544 man dann drüber spricht (.) also (.) irgendein Thema kommt dann auf (.) mit dem Meme
3545 gemeinsam
3546 └ Hf18: Ja zum Beispiel wir habn zusammen eine Gruppe wir Mädels (.) und dann
3547 redn wir über irgendwas (.) und dann schicken wir Memes (.) und das passt dann genau dazu

3548 └ Cf19:
 3549 Ja es is hald meistens so:: (.) man kann ja auch Insta jetzt auch Gruppn bildn und ich find (.)
 3550 diese Gruppn sind hald nur dafür da dass man Memes reinschickt (.) weil (.) normal schreibn...
 3551 └ If19: Genau
 3552 ...Cf19: tun wir auf WhatsApp ((zeigt auf die Mädels)) eigentlich
 3553 └ If19: Ja es kommt auch drauf an
 3554 (.) weil bei den Jungsgruppn is es so die schickn (.) sichs die Memes in die Gruppn und lachn
 3555 drüba (.) bei den Mädchen (.) sie schickn sich die Memes und kommentiern es und dann lachn
 3556 sie drüba und kommentiern es weiter damits noch lustiga wird oda
 3557 └ Cf19: Ja genau weil (.) da kommt dann
 3558 so ein Thema auf
 3559 └ Km18: Ihr kommentiert das? (2) ich schreib nur haha
 3560 └ Cf19: Ja:: └ If19: Ja ebn (.) sag ich ja
 3561 └ Alle: @(5)@

Die letzte Transkriptpassage des ersten Teils beinhaltet weitere Funktionen, die Memes für Jugendliche erfüllen. Dabei wird auch der Stellenwert politischer Memes für die Gruppe durch die Jugendlichen selbst angesprochen, weshalb die Passage zusätzliche Relevanz besitzt:

3583 └ Mm19: Aba wenn
 3584 was Großes passiert gibt's ja auch gleich Memes dazu (.) wenn jetzt zum Beispiel:: (.) hier war
 3585 └ If19: Ja └ Km18:
 3586 Habib ((Chabib Abdulmanapowitsch Nurmagomedow ist ein russischer Mixed-Martial-Arts-
 3587 Kämpfer))
 3588 └ Mm19: Ja (.) oda ein Kampf oda ein Spiel oda so war (.) gibt's sofort Memes dazu
 3589 └ Cf19:
 3590 Ja das stimmt
 3591 └ Bm19: Die sind hald alle aktuell so
 3592 └ Cm19: Oda es is hald wie gesgat ((zeigt zu Bm19)) (.) aktuelle
 3593 Themen kommen dann auf (.) ahm bei den Memes (.) u:::nd (.) wenn man nicht weiß worums
 3594 geht (.) dann informiert man sich drüba was überhaupt passiert is damit
 3595 └ If19: Ja genau
 3596 └ Bm19: Stimmt stimmt
 3597 stimmt
 3598 └ Mm19: So wars (.) ich weiß nicht ob ihr von (.) dem Kampf mitbekommen habt (.)
 3599 McGregor und so ((Conor Anthony McGregor ist ein irischer Mixed Martial Arts-Kämpfer))
 3600 └ Alle Mädels gleichzeitig: Ja
 3601 └ Km18: Na sicha (3) jeda hat davon mitbekommn
 3602 └ Mm19: Jeda hat mitbekommn aba die Mädchen
 3603 warn hald bisschen ausgeschlossn (.) weil (.) ihr habt das nicht geschaut und dann nach paar
 3604 Wochn (.) wussten auch alle Mädchen darüber bescheid ((alle Mädchen nicken zustimmend
 3605 und sagen „Ja“))
 3606 └ If19: Weil das so verbreitet worden is
 3607 └ Mm19: Ja (.) also es beeinflusst schon
 3608 └ Cf19: Oda allgemein (2) es gibt
 3609 auch hald auch ur viele Memes mit Politikan und so weita

3610 └ If19: Ja:: (.) die versteh ich nicht
 3611 und die interessiern mich auch nicht └ Nf18: Ja Trump ((lächelt))
 3612 └ Km18: Ja die vasteh ich hald (.)
 3613 die vasteh ich nicht
 3614 └ If19: Ich auch nicht und das interessiert mich auch nicht
 3615 └ Hf18: Ich vielleicht nur bei Trump (.) aba das @wars
 3616 dann auch@ └ Nf18: Ja
 3617 └ Km18: Ja o- (.) ja
 3618 bei ihm auch
 3619 └ Bm19: Ja
 3620 └ Nf18: Oda früha bei Obama
 3621 └ Hf18: Ja:: (.) früha
 3622 └ Km18: Oda @Lugna@
 3623 ((alle lachen)) (.) diese Lugna Memes sind lustig

7.3.1.1 Formulierende Interpretation: Der allgemeine Meme-Stimulus

Der erste Analyseschritt in der dokumentarischen Interpretation nach Bohnsack (1999) beinhaltet die (Re-)Formulierung des immanenten Sinngehalts der Diskussion durch die Zusammenfassung der Passagen zu Ober- (OT) und Unterthemen (UT).

3322-3338 OT: Warum Memes als lustig empfunden werden

If19 nennt den Grund, dass sie „andere Leute damit in Verbindung“ (3323) setzt. Andere TeilnehmerInnen fügen hinzu, dass man sich auch selbst mit den Memes in Verbindung setzt: „Weil du dich selba in dieser Situation siehst zum Beispiel“ (3329). Dabei ist es besonders lustig, wenn die Situation aus dem „alltäglichen“ (3334) Leben stammt.

3535-3561 OT: Warum Memes verschickt werden

3535-3536 Die Forscherin fordert die Jugendlichen dazu auf zu beschreiben, in welchem Kontext sie Memes an andere verschicken.

3537-3542 UT: Lustiges mit anderen teilen

Die Burschen erzählen, dass sie Memes an Freunde verschicken, um mit ihnen Lustiges zu teilen. Dies hat zwei unterschiedliche Gründe: Entweder, man möchte

der anderen Person eine Freude machen „wenn man schon so lustig drauf is dann will man auch jemanden zum lachn bringen“ (3539-3540), oder es dient dem Identifikationsprozess und Zugehörigkeitsgefühl „man fühlt sich irgendwie behindert wenn man nur alleine lacht“ (3541).

3543-3552 UT: Kommunikation über aufkommende Themen

Die Mädchen sprechen hingegen an, dass sie *über* Memes reden „wenn jetzt irgendein Thema angesprochn is (.) damit man dann drüber spricht“ (3543-3544), aber auch *mittels* Memes untereinander kommunizieren: „wir habn zusammen eine Gruppe wir Mädels (.) und dann redn wir über irgendwas (.) und dann schicken wir Memes (.) und das passt dann genau dazu“ (3546-3547).

3553-3561 UT: Geschlechtsspezifische Unterschiede in der Verwendung von Memes

Diese unterschiedliche Verwendung von Memes nach Geschlecht, wird auch von den Teilnehmenden selbst erkannt und angesprochen: „bei den Jungsgruppn is es so die schickn (.) sichs die Memes in die Gruppn und lachn drüba (.) bei den Mädchen (.) sie schickn sich die Memes und kommentiern es und dann lachn sie drüba und kommentiern es weiter damits noch lustiga wird“ (3554-3556)

3583-3607 OT: Memes als Lieferant von Informationen zu aktuellen Großereignissen

„Aba wenn was Großes passiert gibt's ja auch gleich Memes dazu“ (3583-3584). Als Beispiele dafür werden allgemein „ein Kampf oda ein Spiel“ (3588), also sportliche Ereignisse genannt. Cf19 sagt in dem Zusammenhang vom Aufkommen aktueller Themen auch: „wenn man nicht weiß worums geht (.) dann informiert man sich drüba was überhaupt passiert is“ (3592). Diese Aussage wird durch die Teilnehmenden mit einem konkreten Beispiel belegt: Dem „Mixed Martial Arts“ – Kampf zwischen dem Russen Chabib Abdulmanapowitsch Nurmagomedow und dem Iren Conor Anthony McGregor. Zwar sei der Kampf

als mediales Ereignis hauptsächlich für die Burschen relevant gewesen, durch die zahlreichen Memes dazu hätten „nach paar Wochn“ (3603-3604) aber „auch alle Mädchen darüber Bescheid“ gewusst (3604).

3608-3623 OT: Memes über Politiker

Die Teilnehmenden sprechen auch eigenständig an, dass es politische Memeinhalte zu aktuellen Themen gibt: „es gibt auch halt auch ur viele Memes mit Politikan und so weita“ (3608-3609). Allerdings äußern die meisten Teilnehmenden ein Desinteresse an solchen Memeinhalten: „die versteh ich nicht und die interessiern mich auch nicht“ (3610-3611). Die einzigen politischen *Personen* die in Memes als lustig empfunden werden sind der aktuelle amerikanische Präsident Donald „Trump“ (3615), sein Vorgänger Barak „Obama“ (3620) oder der Geschäftsmann und einstige Kandidat für die österreichische Bundespräsidentschaftswahl Richard Lugner „diese Lugna Memes sind lustig“ (3623).

7.3.1.2 Reflektierende Interpretation: Der allgemeine Meme-Stimulus

Im zweiten Analyseschritt erfolgt die Darstellung des dokumentarischen Sinngehalts der Diskussion. Dieser wird durch die Rekonstruktion und Explikation des Orientierungsrahmens der Gruppe erarbeitet. Das Begriffsinventar, dass zur Beschreibung der Diskursorganisation verwendet wird, findet sich in Anhang C.

Die erste zu analysierenden Passage befindet sich relativ am Anfang der Diskussion, kurz nachdem die Forschungsleiterin der Gruppe den allgemeinen Meme-Stimulus präsentiert hat. Die Teilnehmenden versuchen zunächst ihre eigenen Memes ausfindig zu machen, um strukturiert beantworten zu können, warum sie die jeweiligen verschickt oder geliked haben.

Schließlich entscheiden sie sich allerdings dazu eine allgemeine Begründung zu formulieren, weshalb sie Memes lustig finden. Hier beginnt die zu analysierende Passage.

3322-3338 *Proposition durch If19, Antithese durch Cf19, Validierung und Elaboration durch Hf18, Synthese durch If19, Validierung durch Cf19, Elaboration zur Antithese von Cf19 durch Nf18, Validierung durch Km18, Erzählaufforderung durch If19, exemplifizierende Elaborationen durch Hf18 und Km18*

If19 wirft den ersten Orientierungsgehalt auf und sagt, dass sie die meisten Memes lustig findet, weil sie „andere Leute damit in Verbindung“ setzt. Cf19 widerspricht ihr und meint „wir setzn uns selba in Verbindung damit (.) nicht andere“ (3325). Hf18 stimmt ihr zu, woraufhin If19 die Synthese formuliert „Ja uns oda andere“ (3327). Im Kontext des Selbstbezugs nennt Nf18 den Grund „Weil du dich selba in dieser Situation siehst“ (3329) und Km18 stimmt ihr zu. In diesem ersten Gesprächsverlauf wird durch die Jugendlichen also formuliert, dass lustige Memes für sie diejenigen sind, die sie mit ihrem eigenen Erfahrungshorizont in Verbindung bringen können – Gruppe 1 und Gruppe 2 bezeichneten diese Art von Memes als „relatable“. Diese Feststellung wird im weiteren Gesprächsverlauf durch Erzählungen von Hf18 und Km18 noch untermauert. Eingeleitet werden die exemplifizierenden Elaborationen durch eine Erzählaufforderung von If19 „Weitere Gründe?“ (3332). Hf18 stellt den persönlichen Bezug zum „Mom MEME“ her und sagt, dass ihr das „fast jedn Tag“ (3334) passieren würde, also eine „alltägliche“ Situation widerspiegelt. Nf18 stimmt ihr nickend zu. Km18 erläutert den Selbstbezug zum „That one friend MEME“ und meint, er fand „Bei dem hier musste ich selba lachn weil ich selba so ein Typ bin der was ganze Zeit @geht so@“ (3336-3337).

Zusammenfassende Eindrücke: Der Verlauf der Passage wird wesentlich durch die Teilnehmerin If19 gesteuert, die nicht nur den Orientierungsgehalt aufwirft, sondern auch die anderen Teilnehmenden durch eine Erzählaufforderung dazu animiert ihre vorher getätigten Aussagen weiter auszubauen. In der Auseinandersetzung darüber, welche Art von Memes als lustig empfunden werden, zeigt sich für die Gruppe der 18/19-Jährigen ein bereits bekanntes Muster: Als lustig werden diejenigen Memes empfunden, die mit dem eigenen Erfahrungshorizont in Verbindung gebracht werden können. Gruppe 1 und Gruppe 2 bezeichneten diese Art von Memes als „relatable“. Dieser Bezug zum Erfahrungshorizont kann sich dabei entweder auf andere beziehen „die meisten Memes sind mir lustig weil wir andere Leute damit in Verbindung setzn“ (3323) oder auf sich selbst „Weil du dich selba in dieser Situation siehst“ (3329).

Die nächste Passage beginnt direkt mit der Intervention durch die Forschungsleitung und zeigt einen Teil der Funktionen auf, die Memes für Jugendliche im Alter 18/19 erfüllen. Dabei sprechen die Gruppenmitglieder auch selbst geschlechtsspezifische Unterschiede bei der Funktionszuschreibung an.

3535-3561 Erzählaufforderung durch „Ich“, Proposition durch Mm19, Elaboration durch Km18, Differenzierung durch Bm19, Proposition durch Cf19, Divergenz durch Hf18, Elaboration durch Cf19, Validierung und anschließende Differenzierung durch If19, Validierung und Elaboration durch Cf19, Elaboration durch Km18, Validierung durch If19

Die Forscherin fragt die Jugendlichen, warum sie allgemein Memes verschicken. Mm19 antwortet gleich „Es is ein ur gutes Gefühl wenn die dann auch lachn“ (3537-3538). Km18 bestätigt das Teilen lustiger Inhalte zur Unterhaltung anderer als Grund. Bm19 ergänzt außerdem die Funktion von Identifikationsprozessen und einem Zugehörigkeitsgefühl „man fühlt sich irgendwie behindert wenn man

nur alleine lacht“ (3541). Während die Burschen alle die Unterhaltungsfunktion von Memes in unterschiedlichen Formen benennen, sprechen die Mädchen die Kommunikationsfunktion an.

Cf19 wirft den neuen Orientierungsgehalt der Kommunikation *über* Memeinhalte auf: „wenn jetzt irgendein Thema angesprochn is (.) damit man dann drüber spricht“ (3543-3544). Hf18 setzt versehentlich den Orientierungsrahmen von Cf19 in einen anderen Kontext und beschreibt dadurch allerdings die Kommunikation *mittels* Memes als weitere Funktion: „Ja zum Beispiel wir habn zusammen eine Gruppe wir Mädels (.) und dann redn wir über irgendwas (.) und dann schicken wir Memes (.) und das passt dann genau dazu“ (3546-3547). Cf19 erweitert den Orientierungsgehalt von Hf18 mit der Aussage, dass ihrer Meinung nach Gruppen auf Instagram ohnehin nur für das Memes-Schicken sind und If19 stimmt ihr zu, „weil (.) normal schreibn tun wir auf WhatsApp eigentlich“ (3550-3552). If19 spezifiziert die Aussage von Cf19, indem sie sagt, dass die Benutzung von Memegruppen geschlechtsabhängig variiert: „bei den Jungsgruppn is es so die schickn (.) sichs die Memes in die Gruppnn und lachn drüba (.) bei den Mädchen (.) sie schickn sich die Memes und kommentiern es und dann lachn sie drüba und kommentiern es weiter damits noch lustiga wird“ (3554-3556). Cf19 stimmt ihr zu und Km18 fragt verwundert „Ihr kommentiert das?“ (3559). Cf19 bestätigt ihm die Frage auf der Ebene des immanenten Sinngehalts. Km18 fügt noch hinzu, dass er – wenn er überhaupt auf ein Meme antwortet – nur „haha“ (3559) schreibt. If19 fühlt sich durch diese Aussage in ihrer These über die geschlechtsspezifischen Unterschiede bestätigt „Ja ebn (.) sag ich ja“ (3560).

Zusammenfassende Eindrücke: Die Passage verdeutlicht, dass Memes geschlechtsabhängig unterschiedliche Funktionen für die 18/19-Jährigen haben. Die Burschen sprechen dabei vor allem eine unterhaltende Funktion an, wobei es nicht um die eigene Unterhaltung, sondern um die Belustigung anderer geht: „Es is ein ur gutes Gefühl wenn die dann auch lachn“ (3537-3538). Diese unterhaltende Funktion korrespondiert in manchen Fällen auch mit einem Zugehörigkeitsgefühl „man fühlt sich irgendwie behindert wenn man nur alleine lacht“ (3541). Deshalb wird der Inhalt mit Gleichgesinnten geteilt. Die Mädchen sprechen hingegen die Kommunikationsfunktion von Memes an. Dabei sind Memes sowohl *Inhalt* von Kommunikation „wenn jetzt irgendein Thema angesprochn is (.) damit man dann drüber spricht“ (3543-3544) als auch *Mittel* zur Kommunikation „wir habn zusammen eine Gruppe wir Mädels (.) und dann redn wir über irgendwas (.) und dann schicken wir Memes (.) und das passt dann genau dazu“ (3546-3547). Die geschlechtsabhängige Unterscheidung von Meme-Funktionen wird dabei auch durch die Teilnehmenden selbst bemerkt: „bei den Jungsgruppn is es so die schickn (.) sichs die Memes in die Gruppn und lachn drüba (.) bei den Mädchen (.) sie schickn sich die Memes und kommentiern es und dann lachn sie drüba und kommentiern es weiter damits noch lustiga wird“ (3554-3556).

Im weiteren Gesprächsverlauf kristallisieren sich kurz darauf weitere Funktionen heraus, die Memes für Jugendliche erfüllen. Die zu analysierende Passage wird dabei allerdings durch eine ganz andere Fragestellung von If19 eingeleitet: „Findet ihr dass uns diese Memes eigentlich beeinflussn“ (3578).

3583-3607 *Proposition durch Mm19, Validierung durch If19, Elaboration durch Km18, Validierung und Elaboration durch Mm19, Validierung durch Cf19, Elaboration durch Bm19, Elaboration und neue Proposition durch Cf19, Validierung durch If19 und Bm19, exemplifizierende Elaboration durch Mm19, Ratifizierung durch If19, Nf18, Cf19, Hf18 und Km18, anschließende*

Elaboration durch Km18, Differenzierung durch Mm19, Validierung durch If19, Nf18, Cf19 und Hf18, argumentative Elaboration durch If19, echte Konklusion durch Mm19

Mm19 spricht als erster die Informationsfunktion von Memes an: „wenn was Großes passiert gibt’s ja auch gleich Memes dazu“ (3583-3584). If19 stimmt ihm zu und Km18 nennt als Beispiel für solche aktuellen Weltgeschehnisse „Habib“ (3586) (dabei handelt es sich um den russischen Mixed-Martial-Arts-Kämpfer Chabib Abdulmanapowitsch Nurmagomedow). Mm19 verallgemeinert die Aussage von Km18 zu aktuellen Sportereignissen, wie „ein Kampf oda ein Spiel“ (3588).

Cf19 wirft einen neuen Orientierungsgehalt auf, indem sie auch den persönlichen Umgang mit Memeinhalten aktueller Themen anspricht: „aktuelle Themen kommen dann auf (.) ahm bei den Memes (.) u:::nd (.) wenn man nicht weiß worums geht (.) dann informiert man sich drüba was überhaupt passiert is“ (3592-3594). If19 und Bm19 stimmen ihr zu. Mm19 möchte zur Untermauerung von Cf19 das Beispiel des bereits angesprochenen MMA-Kampfes zwischen dem Russen Chabib Abdulmanapowitsch Nurmagomedow und dem Iren Conor Anthony McGregor anführen. Da er sich aber nicht sicher ist, ob die Teilnehmenden auch wissen, was er damit meint, fragt er in die Runde, ob alle die Thematik um den Kampf mitbekommen haben. Alle Mädchen antworten gleichzeitig mit Ja und Km18 ergänzt „Na sicha (3) jeda hat davon mitbekommn“. Mm19 erklärt, weshalb er gefragt hat und begründet es damit, dass die wenigsten Mädchen den Kampf tatsächlich geschaut hätten; sie wären nur aufgrund der zahlreichen Memes darauf aufmerksam geworden: „ihr habt das nicht geschaut und dann nach paar Wochn (.) wussten auch alle Mädchen darüber bescheid“ (3603-3604). Die Mädchen bestätigen nickend seine Aussage und If19 ergänzt

noch die Begründung „Weil das so verbreitet worden ist“ (3606). Mm19 zieht aus den besprochenen Aussagen die Konklusion „Ja (.) also es beeinflusst schon“ (3607), die sich auf die Eingangsfrage von If19 bezieht.

3608-3623 *Proposition durch Cf19, gleichzeitige Elaborationen durch If19, Nf18 und Km18, Validierung der Elaboration von Km18 durch If19, Differenzierung durch Hf18, Validierung durch Nf18, Km18 und Bm19, Elaboration durch Nf18, Validierung durch Hf18, Elaboration durch Km18*

Gleichzeitig wirft Cf19 bereits einen neuen Orientierungsgehalt auf. Dieser bezieht sich allerdings auch auf den Orientierungsrahmen „aktuelle Themen“. Als weiteres Beispiel nennt Cf19 „Memes mit Politikan“ (3609). If19, Nf19 und Km18 antworten gleichzeitig auf die Proposition, wobei If19 und Km18 negativ darauf reagieren „Ja: (.) die versteh ich nicht und die interessieren mich auch nicht“ (3610-3611). Nf18 nennt währenddessen ein Beispiel zum Orientierungsgehalt von Cf19: „Ja Trump“ (3611). If19 wiederholt nochmals ihr fehlendes Verständnis und Interesse für solche Themen. Hf18 stimmt ihr prinzipiell zu, nennt aber „Trump“ (3615) als Ausnahmebeispiel. Das wird von Nf18, Km18 und Bm19 zustimmend aufgenommen. Nf18 nennt als weiteres Beispiel „Obama“ und Km18 fügt noch hinzu: „Oda @Lugna@ (.) diese Lugna Memes sind lustig“ (3622-3623).

Zusammenfassende Eindrücke: In dieser Passage kann eine weitere Funktion von Memes für Jugendliche im Alter 18/19 ausgemacht werden, nämlich die Informationsfunktion: „wenn was Großes passiert gibt’s ja auch gleich Memes dazu“ (3583-3584). Diese hat sich auch schon bei den anderen beiden Gruppen herauskristallisiert. Allerdings beschränkt sich diese Informationsfunktion vor allem auf Großereignisse die im Interessensbereich der Jugendlichen liegen, wie in Fall von Gruppe 3 im Bereich Sport ein Kampf oda ein Spiel“ (3588). Bei solchen

Themen ist auch die Bereitschaft gegeben die Memes als Ausgangspunkt für weitere Informationsgewinnung zu nutzen: „wenn man nicht weiß worums geht (.) dann informiert man sich drüba was überhaupt passiert is“ (3593-3594). Dies ist bei einem weiteren Thema aktueller Memeinhalte nicht der Fall: „Memes mit Politikan“ (3609). Ihre Existenz wird durch die Gruppe eigenständig angesprochen und ihr Stellenwert diskutiert. Dabei wird deutlich, dass ein prinzipielles Desinteresse und Unverständnis gegenüber politischen Memes in Gruppe 3 gegeben ist: „Ja: (.) die versteh ich nicht und die interessiern mich auch nicht“. Diese Grundeinstellung zeigt sich auch im weiteren Gesprächsverlauf bei der Präsentation des zweiten Stimulus-Materials, den politischen Memes.

7.3.2 Transkription: Die politischen Memes

Für den zweiten Teil der Gruppendiskussion wurden insgesamt 2 inhaltlich relevante Transkriptpassagen eruiert. Die erste angeführte Passage spiegelt sehr gut den allgemeinen Umgang mit den präsentierten politischen Memes durch die einzelnen Teilnehmenden im Verlauf des zweiten Diskussionsteils wieder:

- 3826 ((Km18 hält das „Papamonat MEME“ in Richtung Mm19 hoch)): Das check ich nicht
- 3827 └ Mm19:
- 3828 Zeig mal ((liest sich das Meme durch)) Also diesn Meme gibt's weil (.) er hat ein Sohn
- 3829 bekommn (.) oda ein Kind bekommn (.) ja (.) u::nd er hat dann ein Monat Vaterschaftsurlaub...
- 3830 └ Hf18: Is das Strache?
- 3831 ...Mm19: genomn für sich (.) und er hat dann danach gesagt jeda Vata sollte das habn aba
- 3832 davor hat er gar nichts dazu gesagt (.) deswegen habn sie ein Meme draus gemacht
- 3833 └ If19: Und
- 3834 zu dem ((zeigt vor sich auf das „May MEME“)) (.) Theresa May war ja dafür dass der Brexit
- 3835 jetzt endlich stattfindn sollte (.) das Volk war aba dann plötzlich doch wieda dagegn u::nd ((sie
- 3836 hält es für alle sichtbar hoch)) sie habn dann hald diskutiert (.) beziehungsweise in diesm Meme
- 3837 geht's einfach über Brexit (.) über das Brexit (.) aba das vasteht nicht jeda (.) das würd nicht
- 3838 jeda vastehn └ Cf19 ((zu dem
- 3839 „Kickl MEME“ vor Nf18)): Was steht da? ((Nf18 gibt Cf19 das „Kickl MEME“))
- 3840 └ Km18: Ich check gar keinen Meme ((alle lachen))
- 3841 └
- 3842 Cf19: Soll ich euch das ((hält das „Kickl MEME“ hoch)) erklären?

3843 └ Mm19: Ja
 3844 └ Cf19: A::hm
 3845 (.) also da steht „Politik folgt dem Recht“ und untn a::hm „Recht folgt der Politik“ (.) u::nd ahm
 3846 (.) ich weiß nicht (.) wie er heißt
 3847 └ Hf18: Is das da Song von:: ((Das Meme entspricht einer adaptierten
 3848 Version des „Drake“-Memes; Drake ist ein kanadischer Rapper, daher „Song“))
 3849 └ If19: Diesn Meme kennt ja jeda
 3850 eigentlich (.) das is ja von (2)
 3851 └ Mm19 und Nf18 gleichzeitig: Drake
 3852 └ Cf19: Genau aba es geht hald darum (.) dass dass (.) der Typ
 3853 gesagt hat ahm:: (.) das Recht soll sich nach der Politik richtn (.) und (.) die Politik sollte sich
 3854 nicht nach dem Recht richtn
 3855 └ If19: Aso ja das von diesem „nein danke“ ((macht die
 3856 Handbewegung auf dem „Kickl MEME“ nach)) und das andere aso ja
 3857 └ Cf19: Genau also er er
 3858 hat gesagt (.) das Recht soll sich nach der Politik richtn (2) ja
 3859 (4) If19: Zum Beispiel geht's bei zwei (.) Memes über (.) die ((engl.)) wall (.) eine Wand (.)
 3860 und Trump (2) aba da ich keine Ahnung darüber hab kann ichs auch nicht vastehn
 3861 └ Km18: Irgendwas üba
 3862 └ Mm19: Die Mauer
 3863 └ If19: Ja eh (.) aba ich weiß nicht (.) ich hab (.) keine
 3864 Ahnung └ Km18 ((ganz leise zu Mm19)):
 3865 °Diese chinesische Mauer oda°?
 3866 └ Mm19 ((schaut Km18 ganz entsetzt an)): Was für chinesische
 3867 Mauer (.) er will
 3868 └ Alle ((ganz laut)): @(5)@
 3869 └ Km18: Aso:: ja (.) ich weiß schon diese Mauer zwischen (.)
 3870 Mexiko
 3871 └ Cf19: @Ja zwischn Mexiko@
 3872 └ Km18: Ja ja
 3873 └ If19: **Mein für Memes (.) braucht man**
 3874 **hald das Wissen dazu**

Die zweite Passage beinhaltet sowohl die kritische Auseinandersetzung der 18/19-Jährigen mit
 den politischen Memes, als auch die Frage nach Memes als Ausgangspunkt weiterer
 Informationsgewinnung:

4074 Ich: Wie schätzts ihr die Memes denn ein also was glaubts ihr von wem und zu welchem Zweck
 4075 wurdn sie gemacht (.) das is eh jetzt ein bisschen:: (.) anschließend an das was die (.) Cf19
 4076 gesagt hat
 4077 └ If19: Propaganda
 4078 └ Mm19: Ja um vielleicht auf die Probleme aufmerksam zu machn (2)...
 4079 └ Cf19:
 4080 Ja das kann auch sein
 4081 ...Mm19: vielleicht hat das jemand aus einer älteren Generation gemacht (.) damit er damit die
 4082 Jugendlichn erreicht
 4083 └ Bm19: Oda irgendwie die Probleme lus-

4084 ⊥ Cf19: Aba hie- (.) aba hier is es hald genau ((hebt das „Papamonat MEME“
4085 hoch)) (.) man will den Strache einfach verspottn oda den (.) Kickl genauso
4086 ⊥ Mm19: Ja
4087 ⊥ Bm19: Oda einfach
4088 die Probleme um lustig darzustellen zum Beispiel das ((zeigt auf die Memes am Tisch)) sind
4089 alles Probleme die so:: (.) eigentlich so Länd betreffn u::nd (2) aba (.) wenn wir die anschau...
4090 ⊥ Km18, Nf18 und If19 gleichzeitig: Ernst sind
4091 ⊥ Hf18: Ja
4092 ...B19: dann lachn wir drüba
4093 ⊥ Cf19: Oda hald manche Argumente von vaschiedernen Politikan
4094 sind so absurd (.) ebn dass man ein Meme drüba macht (2) also sie meinens selba ernst (.) aba
4095 für die:: (.) für das Volk is hald absurd
4096 ⊥ Mm19: Aba bei manchn Memes hier (.) sagn sie dir ja
4097 nicht worums geht sondan du musst selbst wissn wie bei dem (.) „Baby Daddy“ Ding ((= das
4098 „Papamonat MEME“) und (.) bei manchn erklärn sies dir hald bisschen
4099 ⊥ Cf19: Ja eh
4100 If19: Vielleicht sind das auch (.) mit manchn wolln sie Leute erreichn (.) dumme Leute die sich
4101 nicht auskennen (.) und ihnen (.) die Meinung gebn (.) die geg'n Trump is zum Beispiel oda so
4102 ⊥
4103 Mm19: Ja weils lustig is (.) und man sich denkt (.) oke ja dann muss stimmen
4104 ⊥ Cf19: Aba ich
4105 finds cool dass auch solche gibt wei::l (.) wenn ich zum Beispiel nicht weiß worums geht dann
4106 würd ichs nachgooglen (.) also wenns mich intressiert ((If19 sieht sie skeptisch an)) (2) wenn
4107 do::ch dann wär ich schon (.) aktueller
4108 ⊥ Hf18: Und wenn nicht dann @drückn wir einfach
4109 weg@ ((alle lachen))
4110 ⊥ If19: Es kommt drauf an wenn ich jetzt zum Beispiel einen Meme (.)
4111 üba::: (.) ein Thema (.) öfta seh dann denk ich mir schon oke es muss schon was passiert sein
4112 (.) das (.) darüba muss ich mich jetzt auch informiern
4113 ⊥ Cf19: Ja das stimmt (3) oda hier genauso ((hebt
4114 das „Papamonat MEME“ hoch)) wenn ich das jetzt 5 Mal auf meiner Seite sehn würde dann
4115 würd ichs natürlich nachgoogln (.) weil ich mir später nicht dumm vorkommen will wenn...
4116 ⊥ If19: Ja ich auch
4117 ...Cf19: jemand (.) @das Thema anspricht@

7.3.2.1 Formulierende Interpretation: Die politischen Memes

Der erste Analyseschritt der dokumentarischen Interpretation wird nun ebenfalls für die Passagen des zweiten Teils der Gruppendiskussion durchgeführt. Dafür wird der immanente Sinngehalt der Diskussion durch die Zusammenfassung der Passagen zu Ober- (OT) und Unterthemen (UT) herausgearbeitet.

3826-3858 OT: Der Umgang mit den präsentierten politischen Memes

Zum Beginn der Passage wird das „Papamonat MEME“ durch Km18 thematisiert, der dessen Inhalt nicht versteht „Das check ich nicht“ (3826).

3828-3832 UT: Das „Papamonat MEME“

Mm19 erklärt die Hintergründe des Memes zu Straches Forderung nach einem „Papamonat für alle“ richtig und vollständig. Hf18 erkennt die Person auf dem Meme richtig als „Strache“ (3830).

3833-3838 UT: Das „May MEME“

If19 beschreibt als nächste das „May MEME“. Sie erkennt darin richtig die dargestellte Person als „Theresa May“ und erzählt den Inhalt des Memes wie folgt: „Theresa May war ja dafür dass der Brexit jetzt endlich stattfinden sollte (.) das Volk war aba dann plötzlich doch wieda dagegn u:::nd sie habn dann hald diskutiert (.) beziehungsweise in diesm Meme geht’s einfach über Brexit“ (3834-3837). Am Ende ihrer Erklärung sagt If19 noch „das würd nicht jeda vastehn“ (3837-3838).

3842-3858 UT: Das „Kickl MEME“

Cf19 beginnt das Meme vorzulesen „da steht ‚Politik folgt dem Recht‘ und untn a::hm ‚Recht folgt der Politik‘ (3845), sagt aber auch, dass sie den Namen des Politikers nicht weiß. Hf18, If19, Mm19 und Nf18 beginnen sich anschließend über die Form, also das *Layout* des Memes zu unterhalten. Dabei handelt es sich nämlich um eine Photoshop Reaktion des ursprünglichen „Drake-Memes“¹⁶ (Drake ist ein kanadischer Rapper). „Diesn Meme kennt ja jeda“ (3849). Das Wissen um die Bedeutung des ursprünglichen Drake-Memes aus der Popkultur im

¹⁶ Das Bild zeigt im oberen linken Viertel des Bildes den Rapper Drake mit einer abwehrenden Handhaltung gegenüber dem Inhalt, der rechts davon steht. Das untere linke Viertel zeigt hingegen einen Gesichtsausdruck der Akzeptanz durch Drake gegenüber dem Inhalt, der rechts davon steht.

Zusammenhang mit der Hintergrundbeschreibung des „Kickl MEMES“ durch Cf19 führt am Ende dazu, dass alle Teilnehmenden den Inhalt des Memes verstehen: „Genau also er er hat gesagt (.) das Recht soll sich nach der Politik richtn“ (3857-3858).

3859-3874 OT: Der Umgang mit den präsentierten politischen Memes

Die Jugendlichen finden aber auch Memes, deren Inhalt sie *nicht* verstehen. Als Beispiel werden in dieser Passage die „wall“- bzw. Trump-Memes genannt: „Zum Beispiel geht’s bei zwei (.) Memes über (.) die ((engl.)) wall (.) eine Wand (.) und Trump (2) aba da ich keine Ahnung darüber hab kann ichs auch nicht vastehn“ (3859-3860). Es fehlt also das Vorwissen für das Verständnis. Mm19 korrigiert, dass es nicht um „eine Wand“, sondern um „Die Mauer“ (3862) geht. Einige TeilnehmerInnen wissen auch, dass es um die“ Mauer zwischen (.) Mexiko“ (3869-3870) und den USA geht. If19 sagt am Ende der Passage noch „**Mein für Memes (.) braucht man hald das Wissen dazu**“ (3873-3874).

4074-4103 OT: Kritische Auseinandersetzung mit politischen Memes

Die Forschungsleitung fragt die Jugendlichen von wem und zu welchem Zweck die politischen Memes ihrer Meinung nach erstellt wurden. Neben dem Begriff „Propaganda“, der von If19 gesagt wird, nennt Mm19 den Grund „um vielleicht auf die Probleme aufmerksam zu machn“ (4078). Dahinter wird „jemand aus einer älteren Generation“ (4081) vermutet, der die Jugendlichen so erreichen möchte. Weitere Vermutungen sind das „Verspotten“ von Politikern, aber auch ernste Themen durch Humor etwas abzuschwächen „Oda einfach die Probleme um lustig darzustellen“ (4087-4088). Als weiteren Grund nennt Cf19 das Aufzeigen von Absurditäten im politischen Kontext: „manche Argumente von vaschiedernen Politikan sind so absurd (.) ebn dass man ein Meme drüba macht“ (4093-4094).

4096-4099 UT: Vorwissen ist beim Verständnis zum Teil Voraussetzung

Mm19 spricht im Zuge der kritischen Auseinandersetzung mit politischen Memes auch das eigene Vorwissen an: „bei manchn Memes hier (.) sogn sie dir ja nicht worums geht sondan du musst selbst wissn“ (4096-4097). Andere Memes würden hingegen auch selbst ein bisschen erklären.

4074-4103 OT: Kritische Auseinandersetzung mit politischen Memes

4100-4103 If19 erklärt jetzt ihren vorhin aufgeworfenen Begriff „Propaganda“ etwas näher. Sie meint das manche sicher auch versuchen würden „dumme Leute die sich nicht auskennen“ (4100-4101) zu manipulieren und ihnen die eigene Meinung aufzuzwingen. Mm19 kann sich das auch vorstellen: Ja weils lustig is (.) und man sich denkt (.) oke ja dann muss stimmen“ (4103).

4104-4117 OT: Politische Memes als Ausgangspunkt weiterer Informationsgewinnung

Cf19 spricht an, dass sie es trotzdem „cool“ (4105) findet, dass es auch solche politischen Memes gibt, weil „wenn ich zum Beispiel nicht weiß worums geht dann würd ichs nachgooglen (.) also wenns mich intressiert“ (4105-4106). Als zusätzlichen Grund zur weiterführenden Recherche über den Memeinhalt wird auch die Häufigkeit seines Erscheinens genannt: „wenn ich jetzt zum Beispiel einen Meme (.) üba::: (.) ein Thema (.) öfta seh dann denk ich mir schon oke es muss schon was passiert sein (.) das (.) darüba muss ich mich jetzt auch informiern“ (4110-4112). In diesem Fall möchte man sich nämlich „nicht dumm vorkommen“ (4115), wenn man auf das Thema angesprochen wird.

7.3.2.2 Reflektierende Interpretation: Die politischen Memes

Ziel dieses Interpretationsschrittes ist es, die Orientierungen und den Habitus der Gruppe zu explizieren und zu rekonstruieren. Dafür wird die Diskursorganisation mithilfe eines speziellen Begriffsinventars beschrieben. Dieses findet sich in Anhang C.

Die erste zu analysierende Passage in Teil 2 stellt den Zeitpunkt kurz nach der Präsentation des Stimulus-Materials dar. Die Teilnehmenden haben sich die politischen Memes angesehen und äußern nun erste Reaktionen dazu. Diese wiederum spiegeln sehr gut den allgemeinen Umgang mit den präsentierten politischen Memes durch die einzelnen Teilnehmenden im Verlauf des zweiten Diskussionsteils wieder.

3826-3840 *Proposition durch Km18, exemplifizierende Elaboration durch Mm19, die durch eine kurze Differenzierung durch Hf18 unterbrochen wird, Proposition durch If19, Opposition durch Km18*

Km18 äußert sich als erster zu den präsentierten Stimuli mit einer Demonstration von Verständnislosigkeit, im speziellen zum „Papamonat MEME“: „Das check ich nicht“ (3826). Gleichzeitig zeigt sich sofort die Wissensverteilung zu politischen Themen innerhalb der Gruppe, da Km18 die Äußerung in Richtung Mm19 ausspricht und dadurch impliziert, dass er davon überzeugt ist, dass Mm19 ihm das Meme erklären kann. Dieser kann es ihm auch tatsächlich erklären und beginnt zu erzählen „Also diesn Meme gibt’s weil (.) er hat ein Sohn bekommen (.) oda ein Kind bekommen“ (3828-3829). Er wird kurz von Hf18 unterbrochen, die die Person auf dem Meme richtig als „Strache“ (3830) identifiziert. Mm19 erzählt fertig, dass Strache „ein Monat Vaterschaftsurlaub“ (3829) für sich genommen hat und dann den Papamonat für alle gefordert hat. Mm19 kann also die wichtigsten Details zum Memehintergrund benennen.

If19 thematisiert anschließend den Inhalt eines neuen Memes, nämlich des „May MEMES“. Dabei benennt sie die abgebildete Person richtig als „Theresa May“, kann aber sonst nur allgemeine Details über den Brexit erzählen, die sich nicht konkret auf das Meme beziehen: „Theresa May war ja dafür dass der Brexit jetzt endlich stattfinden sollte (.) das Volk war aba dann plötzlich doch wieder dagegen

u:::nd ((sie hält es für alle sichtbar hoch)) sie habn dann hald diskutiert (.) beziehungsweise in diesm Meme geht's einfach über Brexit“ (3834-3836). Diese Informationen hat If19, wie sich im späteren Verlauf der Diskussion herausstellt auch nur deshalb, weil sie in der Schule ein Referat über den Brexit halten musste. Zum allgemeinen Meme-Verständnis meint If19 auch noch „das würd nicht jeda vastehn“ (3837-3838). Sie nennt also vorhandenes Vorwissen als Voraussetzung für das Memeverständnis. Cf19 fordert nun Nf18 auf ihr des „Kickl MEME“ zu geben „Was steht da?“ (3839).

Km18 äußert einen oppositionellen Orientierungsgehalt zu den bisherigen. Während die Jugendlichen nämlich zuvor (unterschiedlich stark ausgeprägtes) Vorwissen zu den politischen Hintergründen der Memes äußern konnten, behauptet Km18 ihm würde gänzlich das Vorwissen fehlen: „Ich check gar keinen Meme“ (3840). Diese Aussage wird von den anderen Jugendlichen humorvoll aufgenommen, alle lachen.

3841-3858 Proposition durch Cf19, Ratifizierung durch Mm19, beginnende exemplifizierende Elaboration durch Cf19, die durch eine Elaboration von Hf18 unterbrochen wird, weitere Elaborationen durch If19, Mm19 und Nf18, Ratifizierung durch Cf19 und exemplifizierende Elaboration der eigenen Proposition, Elaboration durch If19, erneute Ratifizierung und exemplifizierende Elaboration durch Cf19

Cf19, die sich zuvor das „Kickl MEME“ durchgelesen hat, demonstriert hingegen wieder politisches Wissen: „Soll ich euch das erklärn?“ (3842). Mm19 bestätigt die Frage mit einem „ja“ und Cf19 beginnt das Meme vorzulesen: „also da steht ‚Politik folgt dem Recht‘ und unt'n a::hm ‚Recht folgt der Politik‘“ (3845). Allerdings kann Cf19 nicht den Namen des Politikers benennen: „ich weiß nicht (.) wie er heißt“ (3846).

Hf18 unterbricht die Erklärungen von Cf19 mit der Frage „Is das da Song von:“ (3847). If19 fügt hinzu „Diesn Meme kennt ja jeda eigentlich (.) das is ja von“ (3849-3850). Mm19 und Nf18 beenden ihren Satz gleichzeitig mit „Drake“ (3851). Dieser eben aufgeschlüsselte Abschnitt demonstriert einen Übergang zwischen der *inhaltlichen* Diskussion zur *formalen* Diskussion. Während auf inhaltlicher Ebene nur Cf19 über das benötigte politische Wissen verfügt „es geht hald darum (.) dass dass (.) der Typ gesagt hat ahm:: (.) das Recht soll sich nach der Politik richtn (.) und (.) die Politik sollte sich nicht nach dem Recht richtn“ (3852-3854), haben alle Teilnehmenden das benötigte formale Wissen, um das Meme richtig interpretieren zu können¹⁷: „Aso ja das von diesem ‚nein danke‘ (3855) (If19 macht dabei die abweisende Handbewegung nach). Cf19 bestätigt die Aussage von If19.

3859-3874 *Proposition durch If19 mit unterbrechender Differenzierung durch Mm19, Validierung und argumentative Elaboration durch If19, Elaboration durch Km18, beginnende exemplifizierende Elaboration durch Mm19, die durch Gelächter unterbrochen wird, Differenzierung durch Km18, Validierung durch Cf19 und Ratifizierung durch Km18, echte Konklusion durch If19*

Während die Jugendlichen in dieser Passage vorwiegend Memes thematisiert haben, deren Inhalt sie verstanden haben, spricht If19 jetzt Memes an, die sie *nicht* verstanden hat: „Zum Beispiel geht’s bei zwei (.) Memes über (.) die ((engl.)) wall (.) eine Wand (.) und Trump (2) aba da ich keine Ahnung darüber hab kann ichs auch nicht vastehn“ (3859-3860). Mm19 bessert sie aus, dass es um „Die Mauer“ (3862) und nicht um die Wand geht. If19 bestätigt die Aussage auf der Ebene des

¹⁷ Bei dem „Kickl MEME“ handelt es sich um eine Photoshop Reaktion eines sehr bekannten Memes innerhalb der Popkultur über den kanadischen Rapper Drake. Das Bild zeigt im oberen linken Viertel des Bildes den Rapper mit einer abwehrenden Handhaltung gegenüber dem Inhalt, der rechts davon steht. Das untere linke Viertel zeigt hingegen einen Gesichtsausdruck der Akzeptanz durch Drake gegenüber dem Inhalt, der rechts davon steht.

immanenten Sinngehalts, wiederholt aber nochmals, dass nicht das fehlende englische Vokabular das Problem ist, sondern das fehlende politische Vorwissen zu dem Thema „aba ich weiß nicht (.) ich hab (.) keine Ahnung“ (3863-3864). Km18 möchte sein fehlendes Wissen nicht eingestehen und fragt daher nur ganz leise Mm19: „°Diese chinesische Mauer oda°?“ (3865). Mm19 sieht Km18 jedoch ganz entsetzt an und wiederholt laut „Was für chinesische Mauer“ (3866-3867), wodurch auch die anderen Teilnehmenden die Frage mitbekommen und Km18 auslachen. Km18 korrigiert sich jedoch gleich, nachdem ihm einfällt, dass es um „diese Mauer zwischen (.) Mexiko“ (3869-3870) und den USA geht. Cf19 bestätigt das. If19 fasst das bisherige Gespräch zu politischen Memes noch einmal wie folgt zusammen: „**Mein für Memes (.) braucht man hald das Wissen dazu**“ (3873-3874).

Zusammenfassende Eindrücke: Im Laufe dieser Passage werden einige Memeinhalte beschrieben, die gleichzeitig den divergierenden Wissensstand der einzelnen Teilnehmenden aufzeigen. Dieser ist ebenfalls bezeichnend für den weiteren Diskussionsverlauf. So zeigt sich, dass Mm19 im Verhältnis am besten über politische Themen informiert ist und die meisten Meme-Hintergründe inklusive Details erklären kann. Im Gegensatz zu ihm steht Km18, dem politisches Wissen gänzlich fehlt „Ich check gar keinen Meme“ (3840) und der sich für Informationen auch immer an Mm19 wendet. Allerdings erkennen alle Jugendlichen zumindest allgegenwertige PolitikerInnen, wie „Trump“ (3860), „Strache“ (3830), aber auch „Theresa May“ (3834). If19 und Cf19 können beide jeweils ein Meme zum Teil erklären. Die Informationen darüber haben sie allerdings nicht aufgrund ihres politischen Interesses, sondern aufgrund eines Ereignisses in ihrem persönlichen Erlebnishorizont: Cf19 hat den Inhalt des „Kickl MEMES“ von einer Freundin erfahren und If19 musste in der Schule ein Referat über den Brexit halten (wie beide im späteren Diskussionsverlauf erzählen). Immer wieder wird

während der Passage politisches Vorwissen als Voraussetzung für das Memeverständnis thematisiert. Auch die Conclusio dieses Gesprächsabschnitts endet damit: „Mein für Memes (.) braucht man halt das Wissen dazu“ (3873-3874).

Die zweite inhaltlich relevante Passage im zweiten Abschnitt beschäftigt sich mit der kritischen Auseinandersetzung politischer Memes durch die Jugendlichen und thematisiert auch die Frage nach Memes als Ausgangspunkt weiterer Informationsgewinnung. Sie beginnt direkt mit der Intervention durch die Studienleiterin.

4074-4103 *Erzählaufforderung durch die Forscherin, Proposition durch If19, Divergenz durch Mm19, Validierung durch Cf19, Proposition durch Mm19, beginnende Elaboration durch Bm19, die durch eine gleichzeitig beginnende Proposition von Cf19 unterbrochen wird, Validierung durch Mm19, erneute Formulierung der Elaboration durch Bm19 mit gleichzeitig eingeworfener Differenzierung durch Km18, Nf18 und If19, anschließende Validierung durch Hf18, Elaboration durch Cf19, Proposition durch Mm19, Validierung durch Cf19, Proposition durch If19, Validierung und argumentative Elaboration durch Mm19*

Die Forscherin fordert die Jugendlichen dazu auf zu erörtern, von wem und zu welchem Zweck ihrer Meinung nach politische Memes produziert werden. If19 ergreift das Wort und sagt „Propaganda“ (4077), führt dies aber nicht weiter aus. Mm19 bezieht sich mit einem widersprüchlichen Orientierungsgehalt auf If19s Proposition (wie sich später anhand ihrer eigenen Definition zeigt). Er vermutet, dass politische Memes „auf die Probleme aufmerksam“ (4078) machen sollen, die sie zum Inhalt haben. Cf19 bestätigt seine Aussage auf der Ebene des dokumentarischen Sinngehalts. Mm19 wirft einen weiteren neuen Orientierungsgehalt auf und vermutet als ProduzentInnen solcher Memes

Menschen „einer älteren Generation“ (4081), die so versuchen Jugendliche mit politischen Inhalten zu versorgen. Interessant ist, dass bereits Gruppe 1 und 2 die selbe Altersgruppe, also Erwachsene, hinter der Produktion von politischen Memes vermutet haben.

Bm19 beginnt sich auf den Orientierungsgehalt von Mm19 zu beziehen, wird jedoch von Cf19 unterbrochen, die gleichzeitig eine neue Proposition aufwirft, nämlich die Verspottung von Politikern durch politische Memes: „man will den Strache einfach verspottn oda den (.) Kickl genauso“ (4085). Eine ähnliche Aufgabe solcher Memes wurde bereits in Gruppe 2 durch den Begriff der „Karikaturen“ beschrieben. Mm19 stimmt der Aussage von Cf19 zu. Bm19 beginnt erneut seine vorhin begonnene Elaboration zu Mm19s Orientierungsgehalt zu formulieren: „Oda einfach die Probleme um lustig darzustellen zum Beispiel das ((zeigt auf die Memes am Tisch)) sind alles Probleme die so: (.)“. Km18, Nf18 und If19 werfen gleichzeitig ein: „Ernst sind“ (4090), was von Hf18 validiert wird und tatsächlich dem Sinngehalt entspricht, auf den Bm19 hinauswollte. Er beschreibt also die Funktion der Abschwächung ernster Inhalte durch das Instrument Humor in politischen Memes. Cf19 nennt ein weiteres Beispiel humorvollen Umgangs mit politischen Missständen via Memes: „Oda hald manche Argumente von vaschiedernen Politikan sind so absurd (.) ebn dass man ein Meme drüba macht“ (4093-4094).

Mm19 wirft den neuen Orientierungsgehalt des politischen Vorwissens auf: „bei manchn Memes hier (.) sagn sie dir ja nicht worums geht sondan du musst selbst wissn“ (4096-4097). Andere Memes würden hingegen auch selbst ein bisschen erklären. Es wird also auch in dieser Passage wieder das politische Vorwissen als Voraussetzung für das Memeverständnis thematisiert, das sich bereits durch den

gesamten zweiten Teil als roter Faden zieht. Cf19 bestätigt den geschilderten Sachverhalt von Mm19.

Cf19 definiert jetzt den von ihr zu Beginn aufgeworfenen Begriff „Propaganda“ als Funktion von politischen Memes nach ihrem Verständnis: „mit manchn wolln sie Leute erreichn (.) dumme Leute die sich nicht auskennen (.) und ihnen (.) die Meinung gebn“ (4100-4101). Mm19 kann sich diese Manipulierungsversuche in Form politische Memes ebenfalls gut vorstellen: „Ja weils lustig is (.) und man sich denkt (.) oke ja dann muss stimmen“ (4103). Hier wird also durch die Jugendlichen auch ein Problem aufgezeigt, dass mit dem fehlen Vorwissen beim Konsum politischer Memes auftreten kann, nämlich die leichtere Meinungsbeeinflussung.

4104-4117 *Proposition durch Cf19, außersprachliche Opposition durch If19, Antithese durch Hf18, Differenzierung durch If19, Validierung und exemplifizierende Elaboration durch Cf19, Validierung durch Cf19*

Während sich der bisherige Gesprächsverlauf auf die kritische Auseinandersetzung mit politischen Memes konzentriert hat, wirft Cf19 durch einen neuen Orientierungsgehalt noch ein weiteres Thema in Bezug auf den Umgang mit den präsentierten Informationen auf: Die Nutzung von Memes als Ausgangspunkt für weitere Informationsgewinnung. Cf19 sagt, sie fände es „cool“ (4105), dass es auch solche Memes gibt, weil „wenn ich zum Beispiel nicht weiß worums geht dann würd ichs nachgooglen (.) also wenns mich intressiert“ (4105-4106). If19 äußert auf außersprachlicher, mimischer Ebene Skepsis gegenüber Cf19s Orientierungsgehalt. Auch Hf18 macht sich in Bezug auf das angesprochene Interesse über die Aussage von Cf19 lustig: „Und wenn nicht dann @drückn wir einfach weg@“ (4108-4109). Allerdings wird durch die Gruppenmitglieder auch eine Ausnahme formuliert, bei der ein

Informationsverhalten trotz fehlenden Interesses zustande kommen würde: „wenn ich jetzt zum Beispiel einen Meme (.) üba::: (.) ein Thema (.) öfta seh dann denk ich mir schon oke es muss schon was passiert sein (.) das (.) darüba muss ich mich jetzt auch informiern“ (4110-4112). Die Motivation dahinter ist, dass man sich „nicht dumm vorkommen will wenn jemand (.) @das Thema anspricht@“ (4115-4117).

Zusammenfassende Eindrücke: Die kritische Auseinandersetzung mit den präsentierten politischen Memes wird in Gruppe 3 durch die Studienleiterin initiiert und weist einige Gemeinsamkeiten zu den anderen beiden Gruppen auf. So wird auch hier „auf die Probleme aufmerksam“ (4078) machen als eine Funktion politischer Memes genannt. Als ProduzentInnen solcher Memes werden auch in Gruppe 3 Menschen „einer älteren Generation“ (4081) vermutet, die so versuchen Jugendliche mit politischen Inhalten zu versorgen. Bereits Gruppe 1 und 2 vermuteten Erwachsene hinter der Produktion von politischen Memes. Als weitere Funktion nennt Cf19 die Verspottung von Politikern: „man will den Strache einfach verspottn oda den (.) Kickl genauso“ (4085). Eine ähnliche Funktion wurde bereits in Gruppe 2 durch den Begriff der „Karikaturen“ beschrieben. Die 18/19-Jährigen nennen außerdem die Abschwächung ernster Inhalte durch das Instrument Humor, bzw. den humorvollen Umgang mit politischen Missständen als Funktionen politischer Memes.

Die Thematisierung politischen Vorwissens als Voraussetzung für das Memeverständnis zieht sich wie ein roter Faden durch den gesamten zweiten Gesprächsteil von Gruppe 3. In der Passage der kritischen Auseinandersetzung wird durch die Jugendlichen ein Problem aufgeworfen, dass beim Fehlen ebendieses Vorwissens entstehen kann, nämlich die leichtere Meinungsbeeinflussung der MemekonsumentInnen: „mit manchn wolln sie Leute erreichen (.) dumme Leute die sich nicht auskennen (.) und ihnen (.) die Meinung gebn“ (4100-4101). „Ja weils lustig is (.) und man sich denkt (.) oke ja dann muss stimmen“ (4103).

Als weiteres Thema innerhalb der kritischen Auseinandersetzung mit politischen Memes, kristallisiert sich der Umgang mit den präsentierten Informationen heraus: Die Nutzung von Memes als Ausgangspunkt für weitere Informationsgewinnung steht für die Gruppe der 18/19-Jährigen in einem Zusammenhang mit dem persönlichen Interesse: „wenn ich zum Beispiel nicht weiß worums geht dann würd ichs nachgooglen (.) also wenns mich intressiert“ (4105-4106). „Und wenn nicht dann @drückn wir einfach weg@“ (4108-4109). Die Erwähnung des weiterführenden Informationsverhaltens nur bei Interesse, das durch die sarkastische Aussage von Hf18 noch zusätzlich verstärkt wird, ist bezeichnend für das Enaktierungspotential der Gruppe und wird auch im weiteren Diskursverlauf durch die Jugendlichen bestätigt. Allerdings wird durch die Gruppenmitglieder auch eine Ausnahme formuliert, bei der ein Informationsverhalten trotz fehlenden Interesses zustande kommen würde: „wenn ich jetzt zum Beispiel einen Meme (.) üba::: (.) ein Thema (.) öfta seh dann denk ich mir schon oke es muss schon was passiert sein (.) das (.) darüba muss ich mich jetzt auch informiern“ (4110-4112). Die Motivation dahinter ist, dass man sich „nicht dumm vorkommen will wenn jemand (.) @das Thema anspricht@“ (4115-4117).

7.3.3 Transkription: Assoziationsaufgabe

„Journalismus“

Während des dritten Teils wurden die DiskutantInnen gebeten, ihre gesamten Assoziationen zum Thema „Journalismus“ auf ein Flipchart zu schreiben. Das Ergebnis dieser Assoziationsaufgabe findet sich in Abbildung 16. Bei Gruppe 3 ist auffallend, dass viele Assoziationen einen negativen Konnex zum Begriff Journalismus haben.

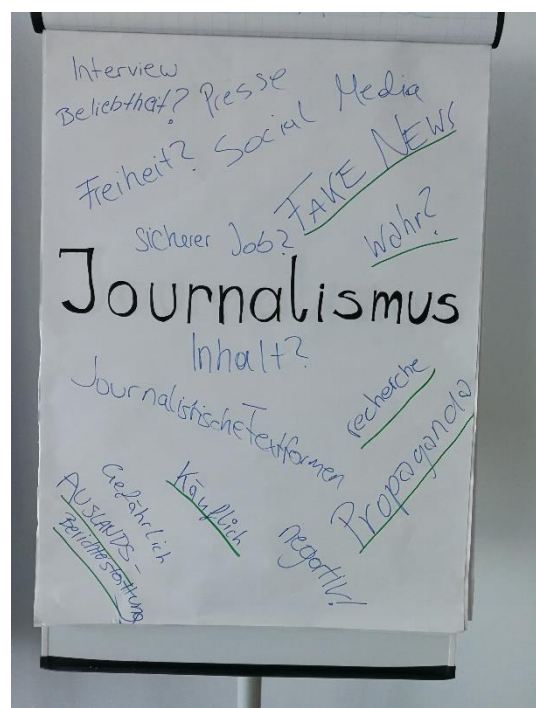


Abbildung 16: Assoziation Gruppe 3 - Quelle eigenes Foto

Daneben wird aber ebenfalls sichtbar, dass die 18/19-Jährigen auch *Neue Medien*, wie „Social Media“ mit Journalismus in Verbindung bringen. Wie hoch der Stellenwert solcher Medien für die Jugendlichen ist, soll die nachfolgende Transkriptpassage zeigen:

4513 Ich: Ihr habts es vorher eh auch kurz ähm (.) angesprochen so Zeitungen und so gibt's auch
4514 online (.) überlegts auch vielleicht mal (.) denkts daran wie ihr euch übers Tagesgeschehn
4515 informiert also das köhrt ja auch alles dazu wo man das überhaupt (.) ja zum Beispiel
4516 ⊥ Km18: Intanet ⊥ Km18:
4517 Ja das is ja aba (.) S::ocial Media oda?
4518 ⊥ Cf19: Mhm (.) also bei mir wenn ich zur U-Bahn geh
4519 (.) nehm ich nie eine Zeitung aba wenn ich jetzt (.) mich informiern will dann geh ich schon auf
4520 Facebook und (.) nehm eigentlich nicht die Zeitung
4521 ⊥ Ich: Okay (3) a::ba (.) genau (.) also weil
4522 du ((rede jetzt zu Km18)) gsagt hast Internet is ja Social Media heißt das (.) wenn ihr euch über
4523 irgendwas informiern wollts dann passiert das (.) ausschließlich üba:: Facebook (.) Instagram
4524 u::nd Twitter oda?
4525 ⊥ Cf19: Google auch
4526 ⊥ Km18: Google
4527 ⊥ Cf19: Also bei mir (.) wenn ich jetzt speziell einen Artikel
4528 suche (.) dann google ich das und dann (.) erscheint das ja gleich (.) also (.) wenn ich weiß was
4529 ich suchn muss aba sonst (.) also allgemein (.) @kommt eigentlich nie vor@ (.) allgemein (.)
4530 wissen will worums geht dann geh ich vielleicht auf Facebook (.) aba wenn ich speziell (.) also
4531 spezifisch was suche dann hald auf Google und (.) das is dann auch meistns das im Internet (.)
4532 was auch in der Zeitung is (2) also im online Format jetz
4533 ⊥ Hf18: Also ich @frag meistns mein
4534 Vata@ (.) dann hat sich die Sache schon

Gruppe 3 bezeichnete zwar Soziale Medien, aber nicht *Memes* aktiv als Form von Journalismus. Daher wurden die Jugendlichen in der nächsten Passage *direkt* durch die Versuchsleitung aufgefordert, die Begriffe „Memes“ und „Journalismus“ einander gegenüber zu stellen. Die Passage beginnt direkt nach der Aufgabenstellung durch die Forscherin:

4624 └ Bm19: Auslandsberichterstattung (.) das was ich gesagt
4625 hab ((Die Forscherin unterstreicht alle genannten Begriffe grün))
4626 └ Cf19: Also ich find (.) das mit den Fake News könnte schon bei ein Meme (.) schon auch
4627 sein ((alle stimmen zu))
4628 └ Km18: Wahr auch (.) hald man könnte so ein Meme machn
4629 └ Nf18: Recherche?
4630 └ If19: Ja und
4631 Propaganda eigentlich auch weil man da (.) manche zum Beispiel gegn ein Thema hetzen
4632 möchte
4633 └ Ich ((zu Nf18)): Du hast gesagt Recherche?

4634 └ Nf18: Ja
4635 └ Ich: A:::hm (2) weil?
4636 └ Nf18:
4637 Wei:::l (3) man könnte da zum Beispiel so ein Meme einsetzn wo hald jemand (.) vorm PC oda
4638 Laptop (.) so recherchiert
4639 └ Ich: Okay also ihr meints dass das alles Inhalte von Memes sein
4640 können? ((alle nicken))
4641 └ Cf19: Also das mit den Fake News und wahr (.) am meistn find ich
4642 └
4643 If19: Ja ich auch

7.3.3.1 Formulierende Interpretation: Assoziationsaufgabe „Journalismus“

Der dritte Teil der Gruppendiskussion wird im Analyseschritt der formulierenden Interpretation zu Ober- (OT) und Unterthemen (UT) zusammengefasst. Dadurch soll der immanente Sinngehalt des Gesprächs veranschaulicht werden.

4513-4534 OT: Informationsverhalten über das aktuelle Tagesgeschehen

Die Forscherin fordert die Jugendlichen im Zusammenhang mit einer vorher getätigten Aussage „Zeitungen und so gibt’s auch online“ (4513-4514) zu erzählen, wie sie sich über das Tagesgeschehen informieren. Km18 wirft den Begriff „Intanet“ (4516) auf, setzt diesen jedoch mit Social Media gleich. Auch in der U-Bahn wird eher das Smartphone genommen, als Zeitung gelesen: „wenn ich jetzt (.) mich informiern will dann geh ich schon auf Facebook und (.) nehm eigentlich nicht die Zeitung“ (4519-4520). Aufgrund der Gleichsetzung von Internet und Social Media durch die Jugendlichen, fragt die Forscherin nochmals nach, ob die Informationsaufnahme „ausschließlich üba.: Facebook (.) Instagram u.:nd Twitter“ (4523-4524) passiert. Cf 19 und Km18 ergänzen Google als Informationsquelle, insbesondere wenn es um eine spezielle Suche von Ereignissen geht. Am Ende der Suche steht jedoch die Onlineausgabe einer Zeitung, die durch die Google-Suche vorgeschlagen wurde „das is dann auch meistns das im Internet (.) was auch in der Zeitung is (2) also im online Format

jetz“ (4531-4532). Hf18 beendet die Passage indem sie ihren Vater als Informationsquelle nennt: Also ich @frag meistns mein Vata@ (.) dann hat sich die Sache schon“ (4533-4534).

4624-4643 OT: Was trifft sowohl auf Journalismus als auch auf Memes zu?

Als Begriffe, die auf Journalismus und auf Memes zutreffen erarbeiten die Jugendlichen in dieser Passage vor allem mögliche *Inhalte* von Memes. Die Gruppe kann sich gut Memes zu den folgenden Begriffen vorstellen: „Auslandsberichterstattung“ (4624), „Fake News“ (4626), „wahr“ (4628) und „Recherche“ (4629), wobei „das mit den Fake News und wahr (.) am meistn“ (4641). Zwei der Begriffe werden aber auch abseits von Inhalten diskutiert: Fake News „das mit den Fake News könnte schon bei eim Meme (.) schon auch sein“ (4626-4627), und Propaganda „weil man da (.) manche zum Beispiel gegn ein Thema hetzen möchte“ (4631-4632).

7.3.3.2 Reflektierende Interpretation: Assoziationsaufgabe „Journalismus“

An dieser Stelle soll wieder der dokumentarische Sinngehalt der Diskussion mittels reflektierender Interpretation für die LeserInnen extrahiert werden. Die Assoziationsaufgabe zeichnet sich bei Gruppe 3 durch eine hohe Rededichte – vor allem durch Cf19 – und eine argumentativ nachvollziehbare Begründung der Begriffe aus. Im Vorfeld der zu analysierenden Passage wurden bereits die folgenden Begriffe erarbeitet: „Freiheit?“ (Welchen Freiheiten bzw. Einschränkungen unterstehen Journalisten), „Journalistische Textformen“, „Fake News“, „Recherche“ „gefährlich“ (Strafverfolgung von Journalisten in manchen Ländern), „Propaganda“, „Interview“, „sicherer Job“ (Aktualitätszwang und Produktionsdruck), „Presse“ und „Social Media“ (als Verbreitungsplattformen journalistischer Inhalte). Der letzte Begriff

verdeutlicht, dass die 18/19-Jährigen auch *Neue Medien*, wie „Social Media“ mit Journalismus in Verbindung bringen. Die Diskussion darüber, wie hoch der Stellenwert solcher Medien für die Jugendlichen ist, stellt den Beginn der zu analysierenden Passage dar.

4513-4534 *Erzählaufforderung durch die Forschungsleitung, die durch eine Proposition durch Km18 unterbrochen wird, argumentative Elaboration zur eigenen Proposition durch Km18, exemplifizierende Elaboration durch Cf19, Differenzierung durch „Ich“, Differenzierung im Sinne der Ergänzung durch Cf19, Validierung durch Km18, exemplifizierende Elaboration durch Cf19, Opposition durch Hf18*

Die Forscherin fordert die Jugendlichen im Zusammenhang mit einer vorher getätigten Aussage „Zeitungen und so gibt’s auch online“ (4513-4514) auf zu erzählen, wie sie sich über das Tagesgeschehen informieren. Km18 wirft während der Erzählaufforderung den Begriff „Intanet“ (4516) auf. Als die Forscherin „ja zum Beispiel“ (4515) entgegnet, setzt Km18 Internet mit Social Media gleich: „Ja das is ja aba (.) S::ocial Media oda?“ (4517). Cf19 erzählt aus ihrem Alltag am Beispiel U-Bahn: „wenn ich jetzt (.) mich informiern will dann geh ich schon auf Facebook und (.) nehm eigentlich nicht die Zeitung“ (4519-4520). Für die 18/19-Jährigen spielen die Sozialen Medien in ihrem Informationsverhalten also ebenfalls eine große Rolle – wie bei den 14/15-Jährigen. Die Forscherin versucht das Verständnis der Gruppe vom Begriff „Social Media“ zu spezifizieren und fragt daher „wenn ihr euch über irgendwas informiern wollts dann passiert das (.) ausschließlich üba:: Facebook (.) Instagram u::nd Twitter“? (4522-4524). Die Jugendlichen Cf19 und Km18 ergänzen „Google“ (4525-4526) als Informationsquelle. Die Suchmaschine wird also durch die Jugendlichen als ein Soziales Medium wahrgenommen insbesondere, wenn es um die Suche von spezifischen Ereignissen geht: „Also bei mir (.) wenn ich jetzt speziell einen

Artikel suche (.) dann google ich das“ (4527-4528). Cf19 ergänzt, dass die Onlinequelle dabei einer haptischen Zeitungsausgabe um nichts nachsteht: „das ist dann auch meistens das im Internet (.) was auch in der Zeitung ist (2) also im online Format jetzt“ (4531-4532). Hf18 beendet die Passage indem sie ihren Vater als Informationsquelle nennt: Also ich @frag meistens mein Vater@ (.) dann hat sich die Sache schon“ (4533-4534).

Zusammenfassende Eindrücke: Die dominierenden Gesprächsparteien in dieser Passage sind Cf19 und Bm18. Durch ihre Ausführungen wird der hohe Stellenwert Sozialer Medien als Informationsquelle für die Gruppe der 18/19-Jährigen verdeutlicht. Diese werden den klassischen Medien im Alltag vorgezogen: „wenn ich jetzt (.) mich informieren will dann gehe ich schon auf Facebook und (.) nehme eigentlich nicht die Zeitung“ (4519-4520). Dieser Sachverhalt wird zu einem späteren Gesprächszeitpunkt nochmals bestätigt, als die Jugendlichen alle erzählen, dass sie auch kein Fernsehen schauen und alle Nachrichten nur online konsumieren: „also Fernsehen schauen tut jetzt niemand (.) also deswegen ist es eher wichtig dass man online es verbreitet“ (4601-4602). „Google“ (4525-4526) wird durch die Jugendlichen ebenfalls als Informationsquelle genannt, vor allem wenn es um die spezifische Informationssuche geht.

Da die Jugendlichen der Gruppe 3 zwar Soziale Medien, aber nicht Memes aktiv als Form von Journalismus wahrgenommen haben, wurden sie in der nächsten Passage *direkt* durch die Versuchsleitung aufgefordert, die Begriffe „Memes“ und „Journalismus“ einander gegenüber zu stellen. Dazu sollten sie überlegen, welche ihrer Assoziationen zum Begriff „Journalismus“ auch auf Memes zutreffen könnten. Die genannten Begriffe wurden auf dem Plakat grün unterstrichen, wie in Abbildung 17 zu sehen ist.

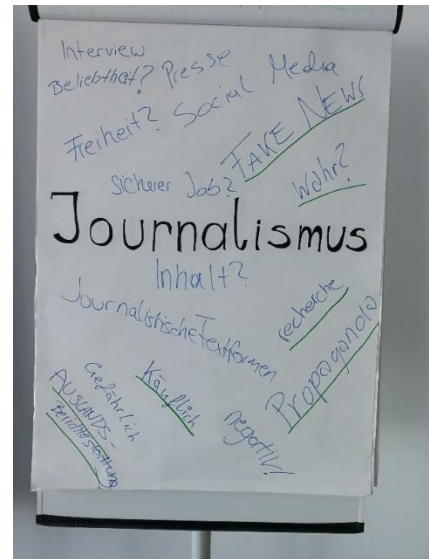


Abbildung 17: Memes-Journalismus
Gruppe 3 - Quelle eigenes Foto

Die zu analysierende Passage beginnt direkt mit der ersten Assoziation, die nach der Aufgabenstellung durch die Studienleitung getätigt wurde.

4624-4642 Proposition durch Bm19, Proposition durch Cf19 und Validierung durch alle, Divergenz durch Km18, Propositionen durch Nf18 und If19, anschließende argumentative Elaboration durch If19, Erzählaufforderung durch „Ich“, argumentative Elaboration durch Nf18, Differenzierung durch „Ich“, Divergenz durch Cf19, trotzdem echte Konklusion durch Cf19 und Validierung durch If19

Bm19 wirft als erstes den Orientierungsgehalt „Auslandsberichterstattung“ (4624) auf, ohne diesen jedoch näher zu begründen. Aufgrund seiner Aussage „das was ich gesagt hab“ (4624-4625) kann jedoch davon ausgegangen werden, dass Bm19 den Begriff in seinem eigentlichen Kontext, als ähnlichen Inhalt auslandspolitischer Themen, wie bei Journalismus betrachtet.

Cf19 nennt den Begriff „Fake News“ und setzt dessen Sinngehalt dabei mit dem von Journalismus gleich: „das mit den Fake News könnte schon bei ein Meme (.) schon auch sein“ (4626-4627). Durch diese Aussage wird die Richtigkeit von

Memeinhalten kritisch hinterfragt. Km18 ergänzt „wahr“ (4628), verwendet den Begriff jedoch in einem widersprüchlichen Orientierungsrahmen zur Proposition von Cf19, nämlich als *Memeinhalt*: „hald man könnte so ein Meme machn“ (4628). Nf18 wirft fragend „Recherche?“ in den Raum, ohne näher darauf einzugehen. If19 nennt ebenfalls in einem kritischen Kontext das Wort „Propaganda“ und benutzt es synonym zur Bedeutung in Bezug auf Journalismus: „weil man da (.) manche zum Beispiel gegn ein Thema hetzen möchte“ (4631-4632). Memeinhalte werden also genutzt, um KonsumentInnen im Sinne der eigenen Meinung zu beeinflussen.

Die Forscherin fordert Nf18 auf, den Begriff „Recherche“ zu spezifizieren. Sie verwendet den Begriff in Bezug auf Memes in einem anderen Kontext, nämlich als möglichen Inhalt: „man könnte da zum Beispiel so ein Meme einsetzen wo hald jemand (.) vorm PC oda Laptop (.) so recherchiert“ (4637-4638).

Die Forschungsleitung fragt nochmals nach, ob die genannten Begriffe alle als *Memeinhalte* zu verstehen sind. Dadurch entsteht aber ein Missverständnis: Obwohl Cf19 zuvor „Fake News“ bei Memes im selben Kontext wie bei Journalismus verwendet hat, bejaht sie nun die Frage der Forschungsleiterin, dass es sich hierbei um einen *Memeinhalt* handelt: „Also das mit den Fake News und wahr (.) am meistn find ich“ (4641). Allerdings kann aufgrund der vorher erwähnten Definition ihre jetzige Antwort als zusätzliche Interpretationsart gelesen werden. Damit besteht bei Memes nicht nur die Gefahr, dass sie „Fake News“ verbreiten, sondern auch das Potenzial „Fake News“ zum Themeninhalt eines Memes zu machen und diese dadurch möglicherweise auch zu kritisieren. Die Aussage von Cf19 fasst außerdem die erarbeiteten Gesprächsinhalte nochmals zusammen, indem als *Conclusio* „Fake News und wahr“ (4641) unter den genannten Begriffen als die geeignetsten Inhalte für Memes bezeichnet werden.

Zusammenfassende Eindrücke: Die letzte Passage von Teil 3 der Diskussion zeichnet sich im Vergleich zur vorherigen Passage durch eine geringere Anzahl an Redebeiträgen der Gruppe aus. Die Jugendlichen stellen einen Zusammenhang zwischen Memes und Journalismus in Bezug auf ähnliche Themeninhalte, wie etwa „Auslandsberichterstattung“ (4624), aber auch in Bezug auf ihre Manipulationsmöglichkeiten her. So werden „Fake News“ (4626) und „Propaganda“ (4631) nicht nur als Herausforderungen für den Journalismus, sondern auch für Memes gesehen. Allerdings nennt die Gruppe auch Begriffe von dem Flipchart, die für Journalismus in einem anderen Kontext verwendet wurden, als sie es für Memes werden. Für letztere stellen die Begriffe nämlich mögliche *Memeinhalte* dar: „Fake News“, werden in diesem Kontext ebenso genannt, wie „wahr“ (4628) und „Recherche“ (4629).

7.3.4 DISKURSBESCHREIBUNG Gruppe 3

Für diese Gruppendiskussion lässt sich der Typus der konkurrierenden, bzw. antithetischen Diskursorganisation beschreiben, bei dem es einen von allen gemeinsam geteilten Orientierungsrahmen gibt.¹⁸ Die Sprechbeiträge verteilen sich auf alle Teilnehmenden, wobei die meisten Orientierungsgehalte durch Cf19 oder If19 aufgeworfen werden. Die Gruppendiskussion setzt sich aus insgesamt drei Teilen zusammen: Im ersten Teil geht es allgemein um Memes, im zweiten Teil um politische Memes und im dritten Teil um Journalismus und was damit in Verbindung gebracht wird. Die Diskursbeschreibung soll sich auch entlang dieser drei Teile orientieren.

Der erste Teil der Gruppendiskussion wird durch die Präsentation von Stimulus-Material eingeleitet. Dabei handelt es sich um ausgewählte Memes, die die Teilnehmenden im Vorfeld in eine WhatsApp-Gruppe geschickt haben. Anschließend fordert die Forscherin die Jugendlichen dazu auf zu erzählen, warum sie diese Memes geliked und geteilt haben. Die

¹⁸ Vergleiche die Typen der Diskursorganisation nach Loos & Schäffer (2001).

Erarbeitung des Themas zeichnet sich bei Gruppe 3 durch eine strukturierte Vorgehensweise aus. Die Teilnehmenden versuchen zunächst ihre eigenen Memes ausfindig zu machen, um anschließend zu begründen, warum sie die jeweiligen verschickt oder geliked haben. Nachdem sich aber nicht mehr alle erinnern, welche Memes sie geschickt haben, entscheidet sich die Gruppe schließlich dazu eine allgemeine Begründung zu formulieren, weshalb sie Memes lustig findet. Diese Formulierung entsteht durch die Teilnehmerin If19: „Ich glaub (.) ä:::h die meiste Memes sind mir lustig weil wir andere Leute damit in Verbindung setzn“ (3322-3323). Cf19 formuliert jedoch einen oppositionellen Orientierungsgehalt: „Na ich find (.) wir setzn uns selba in Verbindung damit“ (3325). In jedem Fall zeigt sich in der Auseinandersetzung darüber, welche Art von Memes als lustig empfunden werden, für die Gruppe der 18/19-Jährigen ein bereits bekanntes Muster: Als lustig werden diejenigen Memes empfunden, die mit dem eigenen Erfahrungshorizont in Verbindung gebracht werden können. Gruppe 1 und Gruppe 2 bezeichneten diese Art von Memes als „relatable“. Im weiteren Verlauf der Diskussion werden als Beispiele solcher Memes auch, wie bei den anderen Gruppen, „Memes was um Eltan geht“ (3674) genannt. Weiters werden „religiöse Memes“ angesprochen. Da alle Jugendlichen dieser Gruppe der muslimischen Religion angehören, finden sie auch Memes über eben diese lustig: „wenn wir zum Beispiel alle fastn und es is Ramadan“ (3800-3801).

Die Gruppe thematisiert in Bezug auf ihre eigenen Memes auch die Aufbereitungsart und erklärt, dass die passenden Bilder das wichtigste für den gelungenen Humor sind: „es gibt auch manchmal Memes (.) die ich gar nicht verstehe (.) aba das Foto drauf (.) zum Beispiel Spongebob das kenn ich (2) darum find ichs noch lustiga“ (3348-3350). Das Verständnis spielt vor allem im Zusammenhang mit fremdsprachigen, also englischen Memes eine Rolle: „eines hab ich eh nicht verstandn (.) mein Englisch hat nicht ausgereicht“ (3375). Trotzdem bevorzugen die DiskutantInnen englische, gegenüber deutsche Memes und in ihrem Fall darüber hinaus auch türkische Memes.

Als weiteres Thema werden, wie bereits in den anderen beiden Gruppen, Memes mit „schwarzen Humor“ (3462) angesprochen. Allerdings wird der Begriff in dieser Gruppe nicht weiter ausgeführt. If19 formuliert nur gegenüber mm19 die vorwurfsvolle Aussage: „Nein das schaust nur du dir an“ (3463-3464). Im weiteren Verlauf entsteht dadurch eine Diskussion über geschlechtsabhängigen Humor: „man unterscheidet zwischen Geschlechtern dass es eigentlich gar nicht lustig is“ (3480-3481). Dieser durch Cf19 aufgeworfene Orientierungsgehalt wird in weiterer Folge durch die anderen TeilnehmerInnen bestätigt: „es gibt ja auch (.) so Memes die eher für Mädchen sind (.) und Memes die eher für Jungs sind“ (3490-3491). Als Beispiele werden etwa Memes über „Schminke“ (3501) oder über die „Regl“ (3503) genannt.

Geschlechtsspezifische Unterschiede werden durch die DiskutantInnen aber nicht nur beim Humorverständnis, sondern auch bei der Funktionszuschreibung von Memes beschrieben. Die Burschen sprechen den Memes dabei vor allem eine unterhaltende Funktion zu, wobei es nicht um die eigene Unterhaltung, sondern um die Belustigung anderer geht: „Es is ein ur gutes Gefühl wenn die dann auch lachn“ (3537-3538). Diese unterhaltende Funktion korrespondiert in manchen Fällen auch mit einem Zugehörigkeitsgefühl „man fühlt sich irgendwie behindert wenn man nur alleine lacht“ (3541). Deshalb wird der Inhalt mit Gleichgesinnten geteilt. Die Mädchen sprechen hingegen die Kommunikationsfunktion von Memes an. Dabei sind Memes sowohl *Inhalt* von Kommunikation „wenn jetzt irgendein Thema angesprochn is (.) damit man dann drüber spricht“ (3543-3544) als auch *Mittel* zur Kommunikation „wir habn zusammen eine Gruppe wir Mädels (.) und dann redn wir über irgendwas (.) und dann schicken wir Memes (.) und das passt dann genau dazu“ (3546-3547). Die geschlechtsabhängige Unterscheidung von Meme-Funktionen wird dabei auch durch die Teilnehmenden selbst bemerkt: „bei den Jungsgruppn is es so die schickn (.) sichs die Memes in die Gruppn und lachn drüba (.) bei den Mädchen (.) sie schickn sich die Memes und kommentiern es und dann lachn sie drüba und kommentiern es weiter damits noch lustiga wird“ (3554-3556).

Kurz darauf kristallisiert sich im Gesprächsverlauf eine weitere Funktion von Memes für Jugendliche im Alter 18/19 heraus, die auch bereits von den anderen Gruppen angesprochen wurde, nämlich die Informationsfunktion: „wenn was Großes passiert gibt’s ja auch gleich Memes dazu“ (3583-3584). Allerdings beschränkt sich diese Informationsfunktion erneut vor allem auf Großereignisse die im Interessensbereich der Jugendlichen liegen, wie in Fall von Gruppe 3 im Bereich Sport: „ein Kampf oda ein Spiel“ (3588). Bei solchen Themen ist auch die Bereitschaft gegeben die Memes als Ausgangspunkt für weitere Informationsgewinnung zu nutzen: „wenn man nicht weiß worums geht (.) dann informiert man sich drüba was überhaupt passiert is“ (3593-3594). Dies ist bei einem weiteren Thema aktueller Memeinhalte, das durch die Gruppe angesprochen wird nicht der Fall: „Memes mit Politikan“ (3609). Im weiteren Verlauf wird der Stellenwert solcher Memes innerhalb der Gruppe diskutiert. Dabei wird deutlich, dass ein prinzipielles Desinteresse und Unverständnis gegenüber politischen Memes in Gruppe 3 gegeben ist: „Ja: (.) die versteh ich nicht und die interessiern mich auch nicht“ (3610-3611). Diese Grundeinstellung zeigt später auch im zweiten Teil der Diskussion.

Zunächst wird aber die Bedeutung des Memekonsums im Alltag und anschließend die Nutzungsdauer von Instagram durch die Jugendlichen thematisiert: „das führt dann auch dazu dass man stundenlang am Handy sitzt“ (3624-3625). Auf die konkrete Nachfrage über die Wichtigkeit von Memes im Alltag der Gruppe durch die Forscherin, wird eine ähnliche Antwort formuliert wie bereits bei den Gruppen zuvor: „wenn ich jetzt mal schlecht gelaunt bin und dann auf Insta bin (.) kann mich schon etwas zum Lachn bringen (.) sag ich jetzt mal (.) aba es is nicht so dass ich jetzt ohne Memes nicht leben kann“ (3699-3701). Memes erfüllen in diesem Kontext vor allem die Funktionen der Erheiterung und „Ablenkung“ (3702). Allerdings wird durch die 18/19-Jährigen ein weiterer Punkt angesprochen: „Aba ich finde auch (.) englische Memes haben ur mein Englisch vabessert (.) also das is auch so ein Vorteil“ (3733-3734).

Der zweite Teil der Gruppendiskussion beginnt ebenfalls mit dem Vorführen von Stimulus-Material. Diesmal besteht es allerdings aus politischen Memes, die die Teilnehmenden zuvor noch nicht gesehen haben. Die Diskussion wird von Mm19 dominiert, der innerhalb der Gruppe die meisten Hintergründe kennt. Trotzdem gibt er einige Fakten auch falsch wieder, oder übersetzt die englischen Memes nicht richtig, wodurch eine andere Bedeutung entsteht.

Der divergierenden Wissensstand innerhalb der Gruppe zeigt sich bereits am Anfang des zweiten Teils, als die Jugendlichen erste Memeinhalte thematisieren. Km18 äußert sich zuerst über die präsentierten Memes mit „Das check ich nicht“ (3826). Im weiteren Diskursverlauf bekundet er gänzlich fehlendes politisches Wissen: „Ich check gar keinen Meme“ (3840). Ihm gegenüber steht Mm19, der das meiste politische Wissen aus der Gruppe besitzt und an den sich Km18 auch bei inhaltlichen Fragen wendet: „Zeig mal ((Mm19 liest sich das „Papamonat MEME“ durch)) Also diesn Meme gibt’s weil (.) er hat ein Sohn bekommn (.) oda ein Kind bekommn (.) ja (.) u::nd er hat dann ein Monat Vaterschaftsurlaub genommn für sich (.) und er hat dann danach gesagt jeda Vata sollte das habn“ (3828-3831). Alle Jugendlichen erkennen die politischen Personen „Trump“ (3860), „Strache“ (3830), aber auch „Theresa May“ (3834). If19 und Cf19 können beide jeweils ein Meme zum Teil erklären. Die Informationen darüber haben sie allerdings nicht aufgrund ihres politischen Interesses, sondern aufgrund eines Ereignisses in ihrem persönlichen Erlebnishorizont, wie beide im späteren Diskussionsverlauf erzählen: Cf19 hat den Inhalt des „Kickl MEMES“ von einer Freundin erfahren und If19 musste in der Schule ein „Referat“ (3999) über den Brexit halten.

Auch Gruppe 3 thematisiert bei der Auseinandersetzung mit den politischen Memes die bekannten Layouts des „Kickl MEMES“: „Diesn Meme kennt ja jeda eigentlich“ (3849-3850); bzw. auch des „Maduro MEMES“: „Hald dieser (.) geschockt Meme (.) aba (.) keine Ahnung was (.) in Venezuela los is“ (3881-3882).

Immer wieder wird während der Passage politisches Vorwissen als Voraussetzung für das Memeverständnis thematisiert. Auch die Conclusio dieses Gesprächsabschnitts endet damit: „Mein für Memes (.) braucht man halt das Wissen dazu“ (3873-3874). Im weiteren Gesprächsverlauf zeigt sich, dass dieses politische Wissen den Teilnehmenden größtenteils fehlt: „Ich weiß nicht (.) w- von welcher Wand die Rede is“ (3897-3898).¹⁹ Als Ansprechperson mit dem meisten politischen Wissen wird wieder Mm19 gewählt. Der gibt zwar das Ereignis prinzipiell richtig wieder „Er hat in Amerika Notstand ausgerufen“ (3901-3902), aber nicht die Fakten dazu: „wenn du (.) etwas nicht finanzieren kannst (.) in Amerika (.) dann kannst du Notstand ausrufen (.) so wie ich das verstanden hab (.) und dann wird alles darauf gesetzt dass du finanzierst“ (3904-3907). Außerdem übersetzt er im Anschluss das „Sanctions for Russia MEME“ falsch, sodass ein neuer Inhalt entsteht: „das is halt weil (2) auch wieda Amerika (.) weil Russland gegn die spioniert hat und sie sich aufgeregt habm (.) aba sie selbst jetzt (.) öffentlich gesagt habm sie wolln in Venezuela spionieren“ (3928-3930).

Im weiteren Verlauf der Diskussion thematisieren die 18/19-Jährigen erneut die Voraussetzung politischen Interesses für das Humorverständnis: „Ja keine Ahnung das sind so Memes (.) die mich nicht interessieren (.) da geh ich immer so weit“ (3933-3934). Während für die politischen Themen kein Interesse in der Gruppe vorhanden ist, äußern die Teilnehmenden allerdings Interesse an bestimmten politischen *Personen*: „Aba ich find generell (.) aba Trump is immer lustig“ (3940).

Die kritische Auseinandersetzung mit den präsentierten politischen Memes wird in Gruppe 3 durch die Studienleiterin initiiert und weist einige Gemeinsamkeiten zu den anderen beiden Gruppen auf. So wird auch hier „auf die Probleme aufmerksam“ (4078) machen als eine Funktion politischer Memes genannt. Als ProduzentInnen solcher Memes werden auch in Gruppe 3 Menschen „einer älteren Generation“ (4081) vermutet, die so versuchen Jugendliche

¹⁹ Hierbei handelt es sich um eine falsche Übersetzung des englischen Wortes „wall“, das innerhalb des „Emergency MEMES“ auftaucht.

mit politischen Inhalten zu versorgen. Bereits Gruppe 1 und 2 vermuteten Erwachsene hinter der Produktion von politischen Memes. Als weitere Funktion nennt Cf19 die Verspottung von Politikern: „man will den Strache einfach verspottn oda den (.) Kickl genauso“ (4085). Eine ähnliche Funktion wurde bereits in Gruppe 2 durch den Begriff der „Karikaturen“ beschrieben. Die 18/19-Jährigen nennen außerdem die Abschwächung ernster Inhalte durch das Instrument Humor, bzw. den humorvollen Umgang mit politischen Missständen als Funktionen politischer Memes.

Die Thematisierung politischen Vorwissens als Voraussetzung für das Memeverständnis zieht sich wie ein roter Faden durch den gesamten zweiten Gesprächsteil von Gruppe 3. In der Passage der kritischen Auseinandersetzung wird durch die Jugendlichen ein Problem aufgeworfen, dass beim Fehlen ebendieses Vorwissens entstehen kann, nämlich die leichtere Meinungsbeeinflussung der MemekonsumentInnen: „mit manchn wolln sie Leute erreichen (.) dumme Leute die sich nicht auskennen (.) und ihnen (.) die Meinung gebn“ (4100-4101). „Ja weils lustig is (.) und man sich denkt (.) oke ja dann muss stimmen“ (4103).

Als weiteres Thema innerhalb der kritischen Auseinandersetzung mit politischen Memes, kristallisiert sich der Umgang mit den präsentierten Informationen heraus: Die Nutzung von Memes als Ausgangspunkt für weitere Informationsgewinnung steht für die Gruppe der 18/19-Jährigen in einem Zusammenhang mit dem persönlichen Interesse: „wenn ich zum Beispiel nicht weiß worums geht dann würd ichs nachgooglen (.) also wenns mich intressiert“ (4105-4106). „Und wenn nicht dann @drückn wir einfach weg@“ (4108-4109). Die Erwähnung des weiterführenden Informationsverhaltens nur bei Interesse, das durch die sarkastische Aussage von Hf18 noch zusätzlich verstärkt wird, ist bezeichnend für das Enaktierungspotential der Gruppe und wird auch im weiteren Diskursverlauf durch die Jugendlichen bestätigt. Allerdings wird durch die Gruppenmitglieder auch eine Ausnahme formuliert, bei der ein Informationsverhalten trotz fehlenden Interesses zustande kommen würde: „wenn ich jetzt zum Beispiel einen Meme (.) üba::: (.) ein Thema (.) öfta seh dann denk ich mir schon oke es muss

schon was passiert sein (.) das (.) darüba muss ich mich jetzt auch informieren“ (4110-4112). Dieses Verhalten lässt sich bei allen drei Gruppen beobachten. Die Motivation die durch Gruppe 3 dahinter beschrieben wird, ist, dass man sich „nicht dumm vorkommen will wenn jemand (.) @das Thema anspricht@“ (4115-4117).

Im Anschluss an die kritische Auseinandersetzung mit den präsentierten politischen Memes klärt die Studienleiterin die Jugendlichen über die noch fehlenden Memehintergründe auf, bzw. bessert die falsch wiedergegebenen Fakten aus. Bei der Thematisierung des „Artikel 13 MEMES“ steuert Mm19 die Information bei „War das:: mit diesm Gesetz (.) wegn Copyright und so oda (2) dass man Memes jetzt (.) stärka beeinflusst (.) hald dass man nicht einfach alles postn kann?“ (4179-4183). Cf19 erzählt, dass sie mitbekommen hat, wie deutsche Blogger sich auf Instagram über das Thema aufregen, allerdings war sie – wie bereits die Jugendlichen in Gruppe 1 – nicht in der Lage, mithilfe der Sozialen Medien die erhaltene Information richtig einzuordnen.

Nach der Hintergrunderläuterung werden die Studienteilnehmenden gebeten zu erzählen, woher sie ihre Informationen beziehen. Als Quellen werden die „Schule“ (4301), „durch Freunde (.) also weil man sich über dieses Thema grad unterhält“ (4303) und Facebook genannt „weil (.) wenn du dort der ORF Seite folgst dann kommt das eh auch ab und zu mal vor deswegn aba (.) ich setz mich jetzt nicht hin und schau Nachrichtn nur damit ich drüba Bescheid weiß“ (4315-4317).

Am Ende des zweiten Teils bittet die Forscherin die Jugendlichen Unterschiede zwischen ihren eigenen Memes und den politischen Memes zu nennen. Diese beschreiben die eigenen Memes als „viel lustiga“ (4371), während die politischen Memes „alle aktuell“ sind (4373). Im weiteren Verlauf werden auch die unterschiedlichen Funktionen angesprochen. Die sollen politische Memes „Aufmerksam machn einfach (.) es is (.) sie legn nicht drauf wert ob dus lustich findest“ (4391-4392). Den einen Memes wird also eine Informationsfunktion und den anderen eine

Unterhaltungsfunktion zugeschrieben. Die Jugendlichen implizieren dadurch auch, dass die beiden Funktionen nicht miteinander vereinbar sind.

Der dritte Teil der Gruppendiskussion setzt sich aus einer Assoziationsaufgabe zum Thema „Journalismus“ zusammen, bei der die Jugendlichen alle Begriffe, die ihnen dazu einfallen, auf das Flipchart schreiben sollen. Die Assoziationsaufgabe zeichnet sich bei Gruppe 3 durch eine hohe Rededichte – vor allem durch Cf19 – und eine argumentativ nachvollziehbare Begründung der Begriffe aus.

Cf19 ist auch die erste, die einen Begriff erarbeitet. Sie schreibt „Freiheit?“ auf das Flipchart und meint damit den Zusammenhang zwischen Journalismus und Recht: „also inwiefern ahm:: (.) sie Freiheitn haben und inwiefern sie eingeschränkt (.) is (.) sind (.) also die Journalistn“ (4434-4435). Diese Assoziation deutet bereits an, dass sich auch Gruppe 3 kritisch mit dem Begriff „Journalismus“ auseinandersetzt – allerdings nicht so intensiv wie Gruppe 2. Dies wird im weiteren Diskursverlauf auch durch die Erarbeitung der Begriffe „Fake News“, „gefährlich“ (Strafverfolgung von Journalisten in manchen Ländern) oder „Propaganda“ verdeutlicht.

Außerdem schreibt Nf18 „Presse“ und „Social Media“ als Verbreitungsplattformen journalistischer Inhalte auf. Dies verdeutlicht, dass die 18/19-Jährigen auch Neue Medien, wie „Social Media“ mit Journalismus in Verbindung bringen. Wie *hoch* der Stellenwert solcher Medien für die Jugendlichen ist, wird nach der Intervention durch die Forscherin im folgenden Gesprächsverlauf diskutiert. Die Gruppe der 18/19-Jährigen betont dabei die Präferenzierung Sozialer Medien gegenüber klassischer Medien: „wenn ich jetzt (.) mich informieren will dann geh ich schon auf Facebook und (.) nehm eigentlich nicht die Zeitung“ (4519-4520). Dieser Sachverhalt wird zu einem späteren Gesprächszeitpunkt nochmals bestätigt, als die Jugendlichen alle erzählen, dass sie auch kein Fernsehen schauen und alle Nachrichten nur online konsumieren: „also Fernseh schaun tut jetzt niemand (.) also deswegn is es eh wichtig dass man online es verbreitet“ (4601-4602). „Google“ (4525-4526) wird durch die Jugendlichen

ebenfalls als Informationsquelle genannt, vor allem wenn es um die spezifische Informationssuche geht.

In der weiteren Diskussionsentwicklung werden wieder Begriffe erarbeitet, die eine kritische Auseinandersetzung mit Journalismus erkennen lassen. Darunter etwa der Begriff „Inhalt?“ in Bezug auf die Thematisierung bestimmter Nachrichten: „das Wichtige wird hald gar nicht wahrgenommen (.) und ich hab hald das Gefühl (.) es kommt imma das selbe“ (4545-4546). Oder auch der Begriff „wahr?“ im Sinne von Objektivität: „dass ma ein Thema genau so schreibt (.) das eine Seite schlecht dasteht aba die andere Seite gar nicht hinschreibt“ (4565-4566). Die notierten Fragezeichen hinter den Begriffen verdeutlichen, dass das Vorhandensein dieser Voraussetzungen im Journalismus durch die Jugendlichen hinterfragt, bzw. sogar bezweifelt wird. Später meint die Gruppe sogar: „also wenn man das Wort hört (.) würd ich Negatives in Verbindung setzn mit Journalismus und nicht eher Positives“ (4578-4579).

In einer zweiten Aufgabe werden die DiskutantInnen durch die Forscherin aufgefordert Journalismus und Memes miteinander in Verbindung zu setzen. Die letzte Passage von Teil 3 der Diskussion zeichnet sich im Vergleich zur vorherigen Passage durch eine geringere Anzahl an Redebeiträgen der Gruppe aus. Die Jugendlichen stellen einen Zusammenhang zwischen Memes und Journalismus in Bezug auf ähnliche Themeninhalte, wie etwa „Auslandsberichterstattung“ (4624), aber auch in Bezug auf ihre Manipulationsmöglichkeiten her. So werden „Fake News“ (4626) und „Propaganda“ (4631) nicht nur als Herausforderungen für den Journalismus, sondern auch für Memes gesehen. Allerdings nennt die Gruppe auch Begriffe von dem Flipchart, die für Journalismus in einem anderen Kontext verwendet wurden, als sie es für Memes werden. Für letztere stellen die Begriffe nämlich mögliche *Memeinhalte* dar: „Fake News“, werden in diesem Kontext ebenso genannt, wie „wahr“ (4628) und „Recherche“ (4629).

8 Typenbildung und Ergebnispräsentation

In diesem Kapitel sollen anhand der vorangegangenen Analyseschritte die Typiken der durchgeführten Gruppendiskussionen extrahiert werden. Die Typenbildung dient gleichzeitig einer Ergebniszusammenfassung im Sinne der Beantwortung der Forschungsfragen, die im Rahmen dieser Magisterarbeit formuliert wurden. Daher werden die Typen auch im Kontext der Forschungsfragen herausgearbeitet, wobei auch die festgestellten Gruppenunterschiede der komparativen Analyse hervorgehoben werden.

8.1 Von Wahrnehmung bis Ablehnung – Unterschiedliche Typisierungen im Kontext Memes und Journalismus

In Bezug auf die erste Forschungsfrage **„Inwiefern nehmen Jugendliche Memes als eine Form von Journalismus wahr?“** lassen sich für die drei Gruppen unterschiedliche Abstufungen erkennen, die in mehreren Typisierungen resultieren.

Die jüngste Gruppe der 14/15-Jährigen weist dabei den stärksten Assoziationsbezug auf. Für sie kann daher der Typus der **„aktiv Wahrnehmenden“** von Memes als Journalismus formuliert werden.

8.1.1 Die „aktiv Wahrnehmenden“ von Memes als Journalismus

Zunächst werden bereits bei der Benennung konsumierter Memethemen unschwellig Bezüge zu Journalismus hergestellt. Die 14/15-Jährigen nennen hier aktuelle Weltgeschehnisse „was halt grad in der Welt so passiert“ (332-333), die allerdings im Bereich Society zu verorten sind. Als besonders prominentes Beispiel werden die jüngsten Ereignisse rund um den Rapper „21 Savage“ (335) diskutiert, dessen Hintergrundgeschichte allen ein Begriff ist. In weiterer Folge

Bei der Frage nach den Informationsquellen der 14/15-Jährigen über aktuelles Tagesgeschehen kristallisieren sich Soziale Medien als wichtigste Quelle heraus. Diese werden bei der Assoziationsaufgabe auch als Form von Journalismus durch die Jugendlichen wahrgenommen. Schließlich wird hier auch **aktiv** der Begriff „Memes“ durch die Gruppe 1 aufgeworfen:

In der komparativen Betrachtung von Memes und Journalismus wird ihr Zusammenhang für die 14/15-Jährigen nochmals verstärkt. Die Jugendlichen erkennen dabei einerseits gleiche Verbreitungswege: Sowohl Memes als auch klassischer Journalismus werden über Soziale Medien verbreitet. Andererseits auch die Thematisierung ähnlicher Inhalte, wie etwa „Nachrichten“ (1809) und Politik (1818), aber auch andere aktuelle Weltgeschehnisse, wie bspw. große Sportereignisse, wie die „WM“ (1883) oder der „Superbowl“ (1841).

Die mittlere Gruppe der 16/17-Jährigen weist hingegen *keine* aktive Wahrnehmung von Memes als Journalismus auf. Vielmehr wird eine solche Definition durch die Gruppe eher beanstandet, weshalb für sie der Typus der „*sich differenzierenden Kritiker*“ von Memes als Journalismus formuliert werden kann.

8.1.2 Die „sich differenzierenden Kritiker“ von Memes als Journalismus

Eine unbewusste Auseinandersetzung mit Memes als Form von Journalismus findet bei den 16/17-Jährigen ebenso statt, wie in der jüngeren Gruppe. Auch hier wird das aktuelle Weltgeschehen als Inhalt von konsumierten Memes genannt: „oder einfach so (.) was (.) recently (.) also was hald (.) passiert is“ (2373) und *auch hier* zeigt sich das Informationspotential von Memes am Beispiel „21 Savage“: „also 21 Savage der:: (.) is hald in Amerika gwesn ohne Visa u::nd (2) ja (.) jetzt musste er hald zurück nach Großbritannien“ (2378-2379).

Bei den Informationsquellen über aktuelles Tagesgeschehen nennen die 16/17-Jährigen auch Soziale Medien: „auf Social Media bekomme ich meistens irgendwie die Info (.) zum Beispiel das mit 21 Savage (.) hab ich zuerst im Internet erfahren“ (2954.2955). Diese werden allerdings im Gegensatz zur ersten Gruppe in Bezug auf den Begriff „Journalismus“ nicht mehr thematisiert. Generell werden *Neue Medien* durch die Gruppe der 16/17-Jährigen fast gänzlich vom Begriff des Journalismus abgegrenzt. Das „Internet“ wird als journalistisches Medium erst ganz am Ende der Passage und nur im Gespräch mit der Forscherin erarbeitet.

Memes werden durch die zweite Gruppe ebenfalls *nicht* aktiv als Form von Journalismus assoziiert. Dies spiegelt sich auch in ihrer auffallend *kritischen* Auseinandersetzung mit Memes im Zuge der Gegenüberstellungsaufgabe wider:

Allerdings werden Memes im Zuge der komparativen Betrachtung eine Ähnlichkeit zu Journalismus zugesprochen. Zum einen in Bezug auf ähnliche Themeninhalte, wie etwa „Auslandsberichterstattung“ (4624), zum anderen aber auch durch die Zuschreibung ähnlicher Herausforderungen für Memes und Journalismus:

Zusammenfassend lässt sich also in Bezug auf die erste Forschungsfrage „**Inwiefern nehmen Jugendliche Memes als eine Form von Journalismus wahr?**“ keine einheitliche Antwort geben. Die Wahrnehmung von Memes als eine Form von Journalismus divergiert zwischen den Gruppen und reicht von einer aktiven Wahrnehmung und Akzeptanz bis hin zu einer dezidierten Verneinung eines Zusammenhangs. Eine Abhängigkeit von Wahrnehmung und steigendem Alter lässt sich ebenfalls nicht beschreiben, da die *mittlere* Gruppe eine Beziehung zwischen Memes und Journalismus ablehnt. Die einzige Erkenntnis, die aus den Gruppendiskussionen gezogen werden kann, ist, dass die jüngste Gruppe der 14/15 als einzige Memes *aktiv* als Form von Journalismus wahrnimmt. Welche Gründe dafür ausschlaggebend sind, kann im Rahmen dieser Arbeit nicht geklärt werden.

228

8.2 „Die unterhaltungssuchenden Meme-Kommunikatoren“

Dieser Typ lässt sich in Bezug auf die Forschungsfrage „**Welche vorrangigen Funktionen erfüllen (politische) Memes für Jugendliche und sind journalistische Funktionen ein Teil dieser?**“ für alle drei Gruppen gleichermaßen beschreiben. Er resultiert dabei aus der gruppenübergreifenden Zuschreibung zweier Hauptfunktionen von Memes:

1. Die Unterhaltungsfunktion:

„wann immer du auf Instagram gehst (.) bringt es dich zum Lachen“ (515-516, Gruppe 1)

„ich will auch irgendwie was (.) sehn was (.) unterhaltsam ist“ (2487, Gruppe 2)

„wenn man schon so lustig drauf is dann will man auch jemanden zum lachn bringen“ (3539-3540, Gruppe 3)

Das letzte Zitat bringt dabei zum Ausdruck, dass die Unterhaltungsfunktion meistens auch mit einer sozialen Interaktion, als Form einer interpersonellen *Kommunikation* in Verbindung steht („Was lustiges teilen“ (784)). Die Erarbeitung der Funktion „Unterhaltung“ geschieht sowohl in Gruppe 1, als auch in Gruppe 3 ausschließlich durch die Burschen, während die zweite Hauptfunktion, durch die Mädchen aller drei Gruppen erarbeitet wird:

2. Die Kommunikationsfunktion:

„Durch Memes schicken kommen wir so ur auf Konversationen (.) untereinander.“ (688-689, Gruppe 1)

„So beim Schreiben (.) ich sag da Person meistens so (.) ja @warte ganz kurz@ (.) ich such den Meme @und schick es@“ (2520-2521, Gruppe 2).

„wir habn zusammen eine Gruppe wir Mädels (.) und dann redn wir über irgendwas (.) und dann schicken wir Memes (.) und das passt dann genau dazu“ (3546-3547, Gruppe 3)

Die oben angeführten Zitate verdeutlichen, dass Memes sowohl *Inhalt* von Kommunikation als auch *Mittel* zur Kommunikation sind.

Neben den zwei Hauptfunktionen, die Memes für Jugendliche erfüllen, werden noch weitere Funktionen in allen Gruppen genannt, die mit diesen vorrangigen Funktionen im Zusammenhang stehen: Erheiterung, Ablenkung/Eskapismus als Unterformen der Unterhaltungsfunktion, bzw. Identifikationsprozesse und Zugehörigkeitsgefühl: „Man denkt man ist die einzige Person die das macht und dann gibt’s so ein Meme“ (530-531).

Damit wird ausgedrückt, dass eine bestimmte Verhaltensweise, die in Memes thematisiert wird, ein Indiz dafür ist, dass viele Leute sich damit identifizieren können. In diesem Zusammenhang spielt der *Memeinhalt* eine entscheidende Rolle, da er nur Selbst-, bzw. Fremdidentifikation ermöglichen kann, wenn er den Erfahrungshorizont der Jugendlichen widerspiegelt. Die 14-17-Jährigen bezeichnen diese Inhalte als „**relatable**“ **Memes** und alle drei Gruppen machen sie zum Orientierungsrahmen in der Diskussion von Memes. Immer wird die Frage gestellt: „Wie relatable“ und damit „wie *lustig*“ sind die Memes.

Dieser vorherrschende Orientierungsrahmen resultiert in allen drei Gruppen auch in einer fraglichen Informationsfunktion von Memes: Zwar weisen alle Gruppendiskussionen das Potential einer Informationsfunktion von Memes auf, dieses kommt allerdings nur unter der Voraussetzung vorhandenen Interesses zum Tragen (vgl. „21 Savage“).

Eine weitere Beobachtung, die in Bezug auf die Funktionszuschreibung von Memes in allen drei Gruppen gemacht werden kann, ist die Abgrenzung politischer Memes von einer Unterhaltungsfunktion. Diese wird nämlich von den Jugendlichen als konträr zur Informationsfunktion gesehen, die von den politischen Memes erfüllt werden soll: „sie legen nicht drauf Wert ob das lustig findest“ (4392).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Memes für Jugendliche vorrangig die Funktionen Kommunikation und Unterhaltung erfüllen. Diese Funktionen können nicht wirklich im Sinne der Definition journalistischer Funktionen betrachtet werden. Die Frage, ob journalistische Funktionen unter den vorrangigen Funktionen von Memes für Jugendliche zu sehen sind, muss also verneint werden. Allerdings ist ein Potential der Informationsfunktion, und damit einer journalistischen Funktion, von Memes für Jugendliche in allen drei Gruppen erkennbar. Diese ist jedoch abhängig vom vorhandenen Interesse zum präsentierten Thema, was sich ganz besonders im Umgang der Jugendlichen mit den politischen Memes zeigt.

Die politischen Memes sind der Themenschwerpunkt der dritten Forschungsfrage, bzw. ihren zwei vertiefenden Fragen. Diese drei Fragestellungen sollen in Hinblick auf die Typenbildung zunächst noch getrennt betrachtet werden, da eine Typisierung in Bezug auf alle drei Dimensionen zu umfangreich wäre.

8.3 „Die überwiegend verständnislosen Humorresistenten“

In Bezug auf die Forschungsfrage 3 **„Wie gehen Jugendliche mit den präsentierten Informationen in Memes um?“** lässt sich dieser Typus als Gemeinsamkeit der Gruppen beschreiben. In jeder Gruppe wird das politische Vorwissen als *Voraussetzung* für das Humorverständnis formuliert:

„Es is hald dumm wenn mans erklärn muss weil dann is es gar nicht mehr lustig“ (1057-1058, Gruppe 1).

„Ja keine Ahnung das sind so Memes (.) die mich nicht interessiern (.) da geh ich imma so weita“ (3933-3934, Gruppe 3).

Nf17: Das auch ((hält das „Artikel 13 MEME“ hoch)) (2) es @is auch
 nicht lustich@ (.) halt meiner Meinung nach
 Tfl17: Ich (.) kenn den Hintergrund davon nicht
 Nf17: Ja ich auch nicht
 Jf17: Ich auch nicht (.) wahrscheinlich deswegen
 Tfl17: Ja deswegen

Zum „Maduro MEME“: „@(.)@ @das is ur lustig@ (.) das is geil @(.)@ das is lustig“ (942-943, Gruppe 1)

Ein weiteres Thema, das ebenfalls in allen Gruppen angesprochen wird, ist das vertraute Layout des „Maduro MEMES“, mit einem überraschten Pikachu, und das „Kickl MEME“. Es ist zu vermuten, dass die Thematisierung deshalb überall stattfindet, da sie nur ein Vorwissen im Bezug auf die Popkultur benötigt – die bei allen Jugendlichen gegeben ist – und nicht auf den politischen Inhalt.

Letzterer kann für die präsentierten Memes von allen Gruppen unterschiedlich stark ausgearbeitet werden. Allerdings kann jede Gruppe 2-3 der insgesamt 11 Memes vollständig und zusätzlich 1-2 Memes zum Teil erklären. Ein Meme, das in *jeder* der drei Gruppen vollständig erklärt werden kann, ist das „Papamonat MEME“.

Die Wissensstände sind dabei *innerhalb* der Gruppen, aber auch im Gruppenvergleich dennoch sehr unterschiedlich verteilt: Innerhalb der Gruppen gibt es überall *eine* Person, die im Vergleich zu allen anderen besser informiert ist, die Diskussion vorantreibt und Details zu den aktuellen präsentierten politischen Memes erklären kann. Im Gruppenvergleich lassen sich jedoch im Umgang mit den präsentierten Informationen einige Unterschiede feststellen:

So verfügen etwa alle in der Gruppe der 14/15-Jährigen zumindest über ein paar Grundinformationen und erkennen die Personen „Donald Trump“ (972), „Theresa May“ (955) aber auch Maduro, als „ehemaliger Präsident von Venezuela“ (968), oder „El Chapo“ als Drogenboss richtig. Auch allgemeine Inhalte, wie der „Brexit“ (956) und die Diskussion zu „Artikel 13“ (960) werden durch die Jugendlichen richtig aus den Memes herausgelesen, bzw. vorhandene Informationen (wie das Wissen um den „Government Shutdown“) in Bezug zu den neu präsentierten Informationen gesetzt.

Während sich also in Gruppe 1 das Grundwissen auf alle verteilt, konzentriert sich das politische Wissen in der Gruppe der 16/17-Jährigen nur auf zwei Personen. Die anderen verfolgen hingegen das Tagesgeschehen nicht „ich verfolg einfach gar nichts“ (2615), oder bekommen es nur am Rande mit „das einzige was ich mitbekomm is das halt was meine Eltern vielleicht so redn“ (2621) und verstehen deshalb auch die aktuellen politischen Memes nicht.

Bei den 18/19-Jährigen ist sogar nur eine Person wirklich über das aktuelle politische Geschehen informiert. Zwei weitere Gruppenmitglieder, können zwar beide jeweils ein Meme zum Teil erklären, die Informationen darüber haben sie allerdings nicht aufgrund ihres politischen Interesses, sondern durch ein Gespräch mit einer Freundin erfahren („Kickl MEME“), bzw. für die Schule gelernt (Brexit).

Im Umgang mit den präsentierten Informationen konnte in diesem Kapitel die eigenständige Thematisierung durch alle Gruppen im Kontext von Humorverständnis aufgezeigt werden. Die *kritische* Auseinandersetzung mit den gezeigten Memeinformationen, wie sie in Forschungsfrage 3.1 erfragt wird, wurde jedoch bei allen Gruppen durch die Forscherin eingeleitet.

8.4 „Die kritisierenden und sich abgrenzenden Adoleszenten“

Im Rahmen der Erarbeitung von Forschungsfrage 3.1 **„Inwiefern werden gezeigte Informationen kritisch hinterfragt?“**, wurden die Jugendlichen um eine Einschätzung gebeten, von wem und zu welchem Zweck die politischen Memes kreiert wurden. Dabei können im Gruppenvergleich sowohl die Nennung gemeinsamer Funktionen, Produzenten, als auch Zielgruppen festgestellt werden, weshalb für die Gruppen der Typ der „kritisierenden und sich abgrenzenden Adoleszenten“ beschrieben werden kann. Der im Folgenden näher herausgearbeitet werden soll:

8.4.1 Die Kritisierenden

Als Zweck politischer Memes werden in der kritischen Auseinandersetzung bei allen Gruppen die folgenden drei Funktionen genannt:

1. Die Thematisierungsfunktion: „um vielleicht auf die Probleme aufmerksam zu machn“
(4078)
2. Die Kritikfunktion in Form von Humoräußerung: „man macht sich hald lustich drüba“
(2771)

3. und die Informationsfunktion: „die informiern ja auch (.) viel mehr (.) und ich glaub es is:: (.) attraktiver für Jugendliche als irgendein:: als irgendein (.) Nachrichtnding zu schaun“ (1603-1607).

Die Gruppen 2 und 3 sprechen in einer kritischeren Auseinandersetzung mit möglichen Funktionen außerdem die Manipulationsfunktion von politischen Memes an: „mit manchn wolln sie Leute erreichn (.) dumme Leute die sich nicht auskennen (.) und ihnen (.) die Meinung gebn“ (4100-4101).

8.4.2 Die sich abgrenzenden Adoleszenten

Als Produzenten von politischen Memes werden von allen Jugendlichen Erwachsene vermutet: „vielleicht hat das jemand aus einer älteren Generation gemacht (.) damit er damit die Jugendlichn erreicht“ (4081-4082). Dies wird laut den Jugendlichen aber nicht gewährleistet, da der Humor nicht mit ihrem übereinstimmt: „Ja aber es is auch nicht lustig (.) und Jugendliche schaun sichs dann aber auch nicht an wenn sies nicht verstehn“ (1608-1609).

In diesem Zusammenhang wird eine politisch besonders interessierte Zielgruppe vermutet: „Ich glaub auch solche Memes sind so eher fü::a (.) zum Beispiel wenn man sich wirklich (...) echt gut in dem auskennt“ (2789-2791).

In Bezug auf den Umgang mit Informationen bei der Präsentation von politischen Memes durch die Jugendlichen wurde allerdings noch ein zweiter Aspekt untersucht, nämlich ihre Bereitschaft Memes als Ausgangspunkt für weitere Recherche zu nutzen. *Allgemein* wird bei allen Gruppen ein ähnliches Verhalten beim Unverständnis von Memes sichtbar: Ignorieren oder höchstens noch die Kommentare zum Meme durchlesen. Im Kontext *politischer* Memes konnte für die drei Diskussionsgruppen der folgende Typus ausgemacht werden:

8.5 „Die interessensabhängig grundsätzlichen Rechercheverweigerer“

Grundsätzlich werden politische Memes als Ausgangspunkt weiterführender Informationsgewinnung durch alle Gruppen **verneint** und als eigenes Verhalten die Ignoranz solcher Memes zum Ausdruck gebracht:

Gruppe 1:

- 1555 Ich: Und wenn ihr eines von diesen Memes ((gemeint sind die politischen Memes vor ihnen am
1556 Tisch)) (.) a::hm sehn würdets (.) in eurem Feed und sie nicht verstehn würdets (.) was würdets
1557 ihr dann machn?
1558 └ Mf15: Weitergehn
1559 └ Lm15: Weiterscrolln
1560 └ Sf15 ((nickt zustimmend)): Weiterscrolln

Gruppe 2:

- 2784 Tf17: Ich find politische Memes (2) sind nicht so hilfreich u::m (.) das Thema bessa zu verstehn
2785 (.) weil jemand der zum Beispiel (.) das jetzt nicht versteht wird jetzt auch nicht sofort googlen
2786 ums verstehn zu wolln
2787 └ Jf17: Ich glaub ich würd mir @jetzt nicht die Mühe machn@
2788 └ Bm16: Ja eh (.) viel zu anstrengend └ Nf17: Na

Gruppe 3:

- 4326 Ich: (...) aba sonst wenn ihr eines von denen heute (.) zum Beispiel auf eurer Wall gesehn
4327 hättets (.) wie wäerts ihr damit umgegangen?
4328 └ If19:
4329 Ignoriert
4330 └ Cf19: Ignoriert genau

Als Grund dafür wird von den Jugendlichen vor allem das fehlende Interesse für solche Memeinhalte formuliert: „Ja keine Ahnung das sind so Memes (.) die mich nicht interessieren (.) da geh ich imma so weita“ (3933-3934).

Im Umkehrschluss nennen die Jugendlichen aller Gruppen nämlich bei *vorhandenem* Interesse die Bereitschaft sich weitergehend zum Thema zu informieren:

„aber wenn ichs unbedingt verstehn will dann schau ichs“ (1519-1520, Gruppe 1)

„Aba nur wenns einen so wirklich packt (.) also das werd ich nachgooglen“ (2980-2981, Gruppe 2)

„wenn ich zum Beispiel nicht weiß worums geht dann würd ichs nachgooglen (.) also wenns mich intressiert“ (4105-4106, Gruppe 3)

Allerdings wird durch Gruppe 1 und Gruppe 3 zusätzlich eine Ausnahme von dieser Regel formuliert, wobei sie auch bei *Desinteresse* den Memeinhalt trotzdem nachgooglen würden, und zwar: Wenn sie das Meme bereits mehrmals auf ihrer Instagram-Wall gesehen haben:

„Aber es kommt auch drauf an wenns auch ein Meme is (.) das schon so von fünf Meme-Memeseiten hochgeladen wurde dann (...) schau ich hald schon nach (.) damit ich es versteh“ (1569-1576, Gruppe 1)

„wenn ich jetzt zum Beispiel einen Meme (.) üba::: (.) ein Thema (.) öfta seh dann denk ich mir schon oke es muss schon was passiert sein (.) das (.) darüba muss ich mich jetzt auch informiern“ (4110-4112, Gruppe 3).

Zusammenfassend lässt sich also in Bezug auf Forschungsfrage drei **„Wie gehen Jugendliche mit den präsentierten Informationen in Memes um?“** folgendes sagen:

Durch die Jugendlichen wird in Bezug auf politische Memes einerseits ein benötigtes Vorwissen formuliert. Dieses ist *innerhalb* der Gruppen unterschiedlich stark ausgeprägt. Es kann aber in jeder Gruppe *eine* Person ausgemacht werden, die im Vergleich zu allen anderen besser informiert ist, die Diskussion vorantreibt und Details zu den aktuellen präsentierten politischen Memes erklären kann.

9 Fazit und Ausblick

Klassische Medien und hier insbesondere das Fernsehen verlieren für Jugendliche immer mehr an Bedeutung (Feierabend, Plankenhorn & Rathgeb, 2017; Calmbach, Borgstedt, Borchard, Thomas & Flaig, 2016). Daher ist auch der Journalismus gefordert neue Wege zu finden, um auch Jugendliche zu erreichen. Mit Hilfe des Internets und den Sozialen Medien erhält der Journalismus eine gute Chance sich neu zu definieren (Meckel, Fieseler & Grubenmann, 2012). Löffelholz & Rothenberger (2016, S. 17) sehen die Rolle des Journalismus sowohl in der **Aufklärung**, wie auch in der **Beobachtung der Gesellschaft** im Rahmen spezieller Organisationen (Medien, Redaktionen), bestimmter Handlungsprogramme (Recherche, Selektion, Darstellungsformen) und journalistischer Rollendifferenzierung. Dabei wählt der Journalismus Themen auf Basis von Realitäts- bzw. Faktizitätstests aus, um diese – sofern sie als informativ und relevant gelten - zu bearbeiten und zu publizieren. Für Arnold (2008) stehen dabei die **Aktualität** der Information und der **Neuigkeitswert** derselben, sowie die **Relevanz** der Information als wichtiges Qualitätskriterium im Vordergrund (Arnold, 2008, S. 494). Arnold sieht außerdem in der **Glaubwürdigkeit** ein weiteres wichtiges Element des Journalismus, wobei diese Glaubwürdigkeit durch **Unabhängigkeit** und vorheriger **Recherche** ermöglicht wird. Damit die Medien auch für alle zugänglich gemacht werden können, braucht es nach Arnold (2008) verständliche, übersichtliche und anschaulich präsentierte Informationen. Dies wird durch den entsprechenden Einsatz von Sprache, Optik und Ton gewährleistet (Arnold, 2008, S. 495).

Die Forschungsfrage **FF1: „Inwiefern nehmen Jugendliche Memes als eine Form von Journalismus wahr?“** wurde im Rahmen der Fokus-Gruppendiskussion in zweifacher Weise bearbeitet: Zum einen stellte die Forscherin die Fragen: „Worum geht es meistens in den Memes die ihr konsumiert? Gibt es bestimmte Themen, die euch besonders interessieren?“ Dabei wurde

speziell die Nennung journalistischer Themeninhalte betrachtet. Zum anderen gab es eine Assoziationsaufgabe zum Thema Journalismus.

Die Ergebnisse der vorliegenden Studie zeigen, dass bei den Jugendlichen eine divergierende Sichtweise in Bezug auf Memes als Form von Journalismus vorherrscht. Die 14/15-Jährigen bilden dabei die Gruppe der „**aktiv Wahrnehmenden**“. Bei der Benennung konsumierter Memethemen („was hald grad in der Welt so passiert“ (332-333), Ereignisse rund um den Rapper „21 Savage“ (335), oder aber auch die #metoo – Debatte) zeigt sich bereits ein Informationspotential von Memes zu aktuellen Geschehnissen, welches allerdings vom vorhandenen Interesse abhängt. Die 14/15-Jährigen identifizieren für sich die Sozialen Medien als wichtigste Informationsquelle für aktuelle Tagesgeschehen und assoziieren auch **aktiv** den Begriff Memes mit Journalismus. Sowohl Memes als auch klassischer Journalismus werden über Soziale Medien verbreitet. Andererseits haben sie auch die Thematisierung ähnlicher Inhalte, wie etwa „Nachrichten“ (1809) und Politik (1818), aber auch andere aktuelle Weltgeschehnisse, wie bspw. große Sportereignisse, wie die „WM“ (1883) oder den „Superbowl“ (1841) gemeinsam.

In der Gruppe der 16-17-Jährigen findet eine unbewusste Auseinandersetzung mit Memes als Form von Journalismus statt. Der Inhalt der konsumierten Memes bezieht sich zum Teil auf das aktuelle Weltgeschehen oder: „einfach so (.) was (.) recently (.) also was hald (.) passiert is“ (2373) und *auch hier* zeigt sich das Informationspotential von Memes am Beispiel „21 Savage“: „also 21 Savage der: (.) is hald in Amerika gwesn ohne Visa u::nd (2) ja (.) jetzt musste er hald zurück nach Großbritannien“ (2378-2379). Es werden zwar in dieser Gruppe auch Soziale Medien als Informationsquellen über aktuelles Tagesgeschehen genannt: „auf Social Media bekomme ich meistens irgendwie die Info (.) zum Beispiel das mit 21 Savage (.) hab ich zuerst im Internet erfahren“ (2954-2955), allerdings werden sie in Bezug auf den Begriff „Journalismus“ nicht mehr thematisiert. Generell werden *Neue Medien* durch die Gruppe der

16/17-Jährigen fast gänzlich vom Begriff des Journalismus abgrenzt. Besonders stark fällt bei der 2. Gruppe auf, dass das Informationspotential von Memes – und damit auch Memes als Form von Journalismus - verneint wird. Die Gruppe 2 wird daher als die der „**differenzierenden Kritiker**“ typisiert.

Die Gruppe der 18-19-Jährigen nimmt Memes unterschwellig – also indirekt als Journalismus wahr. So werden aktuelle Geschehnisse im Sport thematisiert: „wenn was Großes passiert gibt’s ja auch gleich Memes dazu“ (3583-3584), aber auch im Kontext von Politik „Oda allgemein (2) es gibt auch halt auch ur viele Memes mit Politikan und so weita“ (3608-3609). In dieser Gruppe haben die Sozialen Medien auch einen bedeutenderen Stellenwert in Bezug auf die Informationsgewinnung: „wenn ich jetzt (.) mich informieren will dann geh ich schon auf Facebook und (.) nehm eigentlich nicht die Zeitung“ (4519-4520). Während Soziale Medien aktiv bei der Assoziationsaufgabe auch als Form von Journalismus durch die Jugendlichen wahrgenommen werden, fehlt diese Zuordnung für die Memes. Allerdings werden Memes im Zuge der komparativen Betrachtung Analogien zu Journalismus zugesprochen, indem sie ähnliche Themeninhalte, wie etwa „Auslandsberichterstattung“ (4624) aufweisen, zum anderen aber auch durch die Zuschreibung ähnlicher Herausforderungen für Memes und Journalismus. Die Gruppe 3 wurde somit als „**indirekt Wahrnehmende**“ typisiert.

Die Forschungsfrage FF1 kann somit nicht einheitlich beantwortet werden. Die Wahrnehmung der Jugendlichen von Memes als Form von Journalismus reicht von aktiver Wahrnehmung bis hin zu Negation.

Journalismus wird in der Literatur vor allem über seine Funktionen definiert. Die elementare Funktion des Journalismus ist es dabei „Themen zur öffentlichen Kommunikation herzustellen und bereitzustellen“ (Rühl, 1980, S. 329). Arnold (2008) zählt dazu eine Reihe von Kriterien auf, die den Journalismus prägen. Darunter fallen unter anderem die **Aktualität** der

Information, die **Relevanz** der Information und die **Glaubwürdigkeit**. Mit diesen und anderen Kriterien kann Journalismus zur **öffentlichen Meinungs- und Willensbildung beitragen**.

Der *Uses- and Gratifications Approach* erklärt die Funktionen des Medienkonsums, warum also MedienkonsumentInnen aktiv und selektiv die Medien, bzw. deren Inhalte nutzen (Bonfadelli, 2004; Burkart, 2002; Katz, Blumler & Gurevitch, 1974). Dabei soll der Medienkonsum bestimmte Bedürfnisse befriedigen. Dazu zählen kognitive Bedürfnisse – wie zum Beispiel **etwas Neues zu lernen**, affektive Bedürfnisse – wie zum Beispiel **vertreiben von Langeweile**, sozial-integrative Bedürfnisse – wie **Gesprächsthemen und Anschlusskommunikation**, sowie integrativ-habituelle Bedürfnisse – das sind Handlungen, die zur **Gewohnheit** gehören und **Stabilität**, Vertrauen und **Glaubwürdigkeit** stiften (Bonfadelli, Friemel & Wirth, 2010, S. 622f.). Die bewusste Bedürfnisbefriedigung führt zu einer Art „Belohnung“ (Gratifikation), die inhaltsunabhängig, zum Beispiel in Form von **Stillen von Informationsbedürfnissen** oder **humorvoller Unterhaltung**, erfolgt. (Burkart, 2002, S. 222). Einige der angeführten Bedürfnisse können auch durch Memes in der Realisierung ihrer vorrangigen Funktionen befriedigt werden.

Knobel & Lankshear (2007) sehen in Memes die **rasche Aufnahme und Verbreitung von bestimmten Ideen** in Form von schriftlichen Texten, Bildern, einer sprachlichen „Bewegung“ oder irgendeiner anderen Einheit kulturellen „Krams“ durch die Internetnutzer (Knobel & Lankshear, 2007, S. 202). Mc Neill sieht in Internetmemes eine (post-)moderne Folklore, die **gemeinsame Normen und Werte** in Form von Kulturartefakten, wie bearbeitete Bilder oder urbane Mythen, widerspiegelt (Mc Neill, 2009, S. 84f.). In der Forschung wurden in verschiedenen Studien einige Funktionen von Memes identifiziert. So wurden unter anderem Memes als Träger **kultureller Partizipation** (Burgess, 2014; Laineste & Voolaid, 2017; Nissenbaum & Shifman, 2017; Varis & Blommaert, 2015; Wiggins & Bowers, 2014), oder als **Erzeuger gemeinsamer Werte** (Burgess, 2014; Davidson, 2012; Knobel & Lankshear, 2007;

Laineste & Voolaid, 2017; Milner, 2012) interpretiert. In einer Vielzahl von Studien wurden Erfolgsfaktoren für Memes untersucht. Demnach müssen Memes **interessant und einfach zu verarbeiten** (Pech, 2003; Weng, Flammini, Vespignani & Menczer, 2012), bzw. **humoristisch** (Shifman, 2011, Berger & Milkman, 2012) sein.

Mit der Forschungsfrage FF2: „**Welche vorrangigen Funktionen erfüllen (politische) Memes für Jugendliche und sind journalistische Funktionen ein Teil dieser?**“ wurde seitens der Forscherin versucht, den Nutzen von Memes-Konsum bei Jugendlichen zu ergründen und diesen Nutzen im Kontext von journalistischen Funktionen zu betrachten.

Dabei konnte festgestellt werden, dass Memes für alle drei Gruppen zwei Hauptfunktionen erfüllen: Zum einen die **Unterhaltungsfunktion** „wann immer du auf Instagram gehst (.) bringt es dich zum Lachen“ (515-516, Gruppe 1) und zum anderen eine **Kommunikationsfunktion**. Diese Funktionen werden dabei innerhalb der Gruppen geschlechtsspezifisch erarbeitet. Während erstere von den Burschen thematisiert wurde, sprechen die Mädchen die Kommunikationsfunktion von Memes an. Sie sind dabei sowohl **Inhalt von Kommunikation** „Durch Memes schicken kommen wir so ur auf Konversationen (.) untereinander.“ (688-689, Gruppe 1) als auch **Mittel zur Kommunikation** „wir habn zusammen eine Gruppe wir Mädels (.) und dann redn wir über irgendwas (.) und dann schicken wir Memes (.) und das passt dann genau dazu“ (3546-3547, Gruppe 3).

Neben den Hauptfunktionen kristallisieren sich noch weitere Funktionen von Memes heraus, die mit ihnen in Zusammenhang stehen: **Erheiterung**, sowie **Ablenkung/Eskapismus** als Unterformen der Unterhaltungsfunktion. Ein weiteres Thema, das durch die Jugendlichen, vor allem der 14/15- und 18/19-Jährigen, angesprochen wird, sind **Identifikationsprozesse** und **Zugehörigkeitsgefühle**: „Man denkt man is die einzige Person die das macht und dann gibt's so ein Meme“ (530-531, Gruppe 1). Das Gefühl von Zugehörigkeit wird dabei von Gruppe 3 in

Zusammenhang mit der Unterhaltungsfunktion kontextualisiert: „man fühlt sich irgendwie behindert wenn man nur alleine lacht“ (3541).

Ein besonderer Aspekt in der Gruppe 1 ist das Thema „Eltern und Memes“. Hier scheinen Memes ein wichtiger Indikator als **Abgrenzungsmerkmal** der Jugendlichen im Alter von 14-15 Jahren zu ihren Eltern zu sein.

In Bezug auf die Funktionen, die *politische* Memes für Jugendliche haben, lässt sich in dieser Passage für alle drei Gruppen feststellen, dass die Hauptfunktion von Memes, nämlich **Unterhaltung**, bei den politischen Memes ausfällt. Die Jugendlichen sprechen immer wieder an, dass die Memes nicht lustig sind. Dies wird zum Teil in Zusammenhang damit gebracht, dass sie als nicht „relatable“ (1014) definiert werden, also nicht den Erfahrungshorizont der Jugendlichen widerspiegeln.

Dieser vorherrschende Orientierungsrahmen resultiert in allen drei Gruppen auch in einer fraglichen **Informationsfunktion** von Memes: Zwar weisen alle Gruppendiskussionen das Potential einer solchen Informationsfunktion auf, dieses kommt allerdings nur unter der Voraussetzung vorhandenen Interesses zum Tragen (vgl. „21 Savage“).

Zusammenfassend lässt sich zur Forschungsfrage FF2 festhalten, dass Memes im Sinne des Uses- and Gratifications Approach für die Jugendlichen vorrangig affektive und sozial-integrative Bedürfnisse erfüllen. Diese können zwar auch als Funktionen von Journalismus betrachtet werden, allerdings zählt zu dessen Hauptfunktion vor allem die Befriedigung kognitiver Bedürfnisse. Diese spielen für Jugendliche im Sinne der **Informationsfunktion** von Memes jedoch nur eine marginale Rolle.

Der von Franck (2014) beschriebene Aufmerksamkeitswettbewerb aufgrund der überwältigenden Flut an Informationen führt dazu, dass RezipientInnen bewusst selektieren, welchen Medienangeboten sie die zur Verfügung stehende Aufmerksamkeit zukommen lassen (Franck, 2014, S. 199). Dabei muss das Angebot nicht nur **interessant** sein, es muss auch leicht zu verarbeiten, zu **verstehen** sein, um die Aufnahmekapazitäten der RezipientInnen nicht zu übersteigen. Dieser Herausforderung muss sich der Journalismus bereits seit langem stellen: Die Vermittlung von komplexen Themen in der Art, dass die Verständlichkeit, aber auch das Interesse der RezipientInnen, gesichert wird. Die von Höllig & Hasebrink (2016, S. 544) bezeichneten „Hard News“, wie Politik oder Wirtschaftsthemen, werden mittlerweile mit Unterhaltung kombiniert, um genau diesen Effekt zu erzielen. So boomen beispielsweise politische Satireformate und in zahlreichen Studien wird das Verhältnis zwischen Politik und Humor erforscht (Baumgartner, 2013; Becker, 2014; Holbert, Hmielowski, Jain, Lather & Morey, 2011; LaMarre, Landreville, Young & Gilkerson, 2014; Young, 2013).

Die Studie von Young (2013) zeigt zudem auf, dass der Hauptanreiz für Jugendliche Satireformate zu konsumieren vor allem der darin enthaltene **Humor** ist. Eine wichtige Erkenntnis bei Young ist, dass die Art des Humors, sowie das politische Vorwissen eine Rolle bei der kritischen Auseinandersetzung des Publikums mit dem Inhalt darstellt. Bemerkenswert ist, dass solche Formate nach Young (2013) als „unvoreingenommene“ Nachrichten erachtet werden, ihnen wird also mehr Authentizität zugesprochen.

Eine ganz andere Beobachtung machte Baumgartner (2013), der den Effekt untersuchte, den das Schauen von Kandidaten-zentrierter politischer Comedy auf junge Erwachsene zwischen 18 und 24 Jahren hat. Als Ergebnis ihrer Arbeit wurde festgestellt, dass das Schauen solcher Online-Cartoons sowohl zur negativen Bewertung der Politiker selbst, als auch zur negativen Bewertung der Nachrichtenmedien, führt.

Die Forschungsfrage FF3: „**Wie gehen Jugendliche mit den präsentierten Informationen in Memes um?**“ untersucht die zuvor beschriebenen Effekte. Hier zeigte sich eine Gemeinsamkeit aller drei untersuchten Gruppen. In jeder Gruppe wird das politische Vorwissen als *Voraussetzung* für das Humorverständnis formuliert. So findet Gruppe 1: „Es is hald dumm wenn mans erklärn muss weil dann is es gar nicht mehr lustig“ (1057-1058) und Gruppe 3: „Ja keine Ahnung das sind so Memes (.) die mich nicht interessiern (.) da geh ich imma so weita“ (3933-3934). Da der Großteil der Jugendlichen – unabhängig der Gruppe – nicht über dieses benötigte Vorwissen verfügt, finden fast alle 14-19-Jährigen die politischen Memes auch unlustig. Nur zwei Personen verfügen über ein relativ großes politisches Wissen und finden dementsprechend die Memes schon lustig.

Die Ergebnisse der Forschungsfrage FF3 zeigen somit zum einen erneut die Bedeutung der Unterhaltungsfunktion in der Bedürfnisbefriedigung von Jugendlichen, die im Zusammenhang mit politischen Memes aufgeworfen wird. Zum anderen können damit auch die Ergebnisse der Studie von Young (2013) bestätigt werden, die politisches Vorwissen bei der kritischen Auseinandersetzung des Publikums mit dem Inhalt voraussetzen.

Politische Memes werden von ihren MacherInnen als Referenzrahmen für politische Diskussion und Aktion herangezogen und ermöglichen damit die politische Partizipation (Brockmann, Diehl & Dobusch, 2018, S. 2866). Shifman (2014a) identifiziert für diese politische Partizipation drei Funktionen, nämlich Memes als Mittel der Überzeugung bzw. politischen Zuspruchs, Memes als Bürger-Aktivismus sowie Memes als Ausdrucksformen und Formen der öffentlichen Diskussion. Obwohl das Produkt der politischen Memes an sich Zuspruch bekommt, ist der Inhalt dieser Memes – die politischen Personen – oft ein Ausdruck von Kritik. Genau dieses Phänomen hat die Studie von Ross & Rivers (2017) über die Kandidaten für die US-Präsidentschaftswahl 2016 – Donald Trump und Hillary Clinton – zum Inhalt.

In der Studie von Holbert et al. (2011) und LaMarre et al. (2014) wurde der Unterschied zwischen juvenialem (bissigem) und horatischem (flachem) Humor untersucht. Holbert et al. kamen zum Ergebnis, dass Personen mit einem höheren politischen Vorwissen den juvenialen (bissigen) Humor – in Abgrenzung zum horatischen (flachen) Humor – bevorzugen. LaMarre et al. (2014) fanden heraus, dass horatischer Humor die RezipientInnen eher zur Hinterfragung der präsentierten Argumente anregt, während juvenialer Humor die kritische Auseinandersetzung des Publikums mit dem Inhalt hemmte.

Die Forschungsfrage FF3.1 „**Inwiefern werden gezeigte Informationen kritisch hinterfragt?**“, lud die Jugendlichen ein, eine Einschätzung darüber zu geben, von wem und zu welchem Zweck die politischen Memes kreiert wurden. Als Ergebnis können im Gruppenvergleich sowohl die Nennung gemeinsamer Funktionen, Produzenten, als auch Zielgruppen festgestellt werden, weshalb für die Gruppen der Typ der „**kritisierenden und sich abgrenzenden Adoleszenten**“ beschrieben werden kann. Bei allen Gruppen wurden folgenden drei Funktionen genannt: Die **Thematisierungsfunktion**: „um vielleicht auf die Probleme aufmerksam zu machn“ (4078), die **Kritikfunktion** in Form von Humoräußerung: „man macht sich hald lustich drüba“ (2771) sowie die **Informationsfunktion**: „die informiern ja auch (.) viel mehr (.) und ich glaub es is:: (.) attraktiver für Jugendliche als irgendein:: als irgendein (.) Nachrichtnding zu schaun“ (1603-1607). Als Produzenten von politischen Memes werden von allen Jugendlichen Erwachsene vermutet: „vielleicht hat das jemand aus einer älteren Generation gemacht (.) damit er damit die Jugendlichn erreicht“ (4081-4082). Dieser Effekt tritt aber laut den Jugendlichen nicht ein, da der präsentierte Humor nicht mit ihrem übereinstimmt: „Ja aber es is auch nicht lustig (.) und Jugendliche schaun sichs dann aber auch nicht an wenn sies nicht verstehn“ (1608-1609). Eine potenzielle Zielgruppe für derartige Memes sind nach Meinung der Jugendlichen politisch besonders Interessierte: „Ich glaub auch solche Memes sind so eher fü::a (.) zum Beispiel wenn man sich wirklich (...) echt gut in dem auskennt“ (2789-2791).

Die in Forschungsfrage FF3.1 aufgeworfenen Funktionen politischer Memes, insbesondere die **Thematisierungs- und Kritikfunktion** lassen sich der durch Shifman (2014a) formulierten Funktion von *Memes als Ausdrucksformen und Formen der öffentlichen Diskussion* unterordnen. Diese spielen eine entscheidende Rolle in der politischen Partizipation im Sinne einer Diskussion über Politik.

Bonfadelli (2004) beschreibt mit seinem Modell der Phasen der Publikumsaktivität recht anschaulich den Prozess der Informationsgewinnung durch die Rezipierenden. In der „präkommunikativen Phase“ findet dabei ein Selektionsprozess statt, indem sie eine Informationsquelle auswählen und sich dem Kommunikator zuwenden. In Phase zwei findet die Interpretation der gewonnenen Information statt. Kennzeichnend für diese Phase ist, wie stark die Information auf die Rezipierenden einwirkt, wie verständlich sie für diese ist und wie sie interpretiert wird (Dekodierungsphase). In der letzten Phase, der „postkommunikativen Phase“, geht es um die längerfristige Wirkung der Information auf die Rezipierenden. Zum Beispiel welcher persönliche Nutzen aus dem vermittelten Medieninhalt gezogen werden kann (Bonfadelli, 2004, S. 173). Damit ein Medium die Phasen der Informationsgewinnung durchlaufen kann, muss es zuerst die Aufmerksamkeit der Rezipierenden erlangen. Franck (2014) zeigt den Wettbewerb zwischen unterschiedlichen Medien- (und anderen) Angeboten um die Aufmerksamkeit des Publikums und der daraus resultierenden „Attraktionsökonomie“ auf. Die Medien bieten Information, um an die Aufmerksamkeit des Publikums zu kommen. Dabei wird als „Zahlungsmittel“ Beachtung erwartet. Aufmerksamkeit wird zur neuen „Währung“ mit der das Publikum die Ware „Information“ bezahlt und Medien ihre Attraktivität messen können (Franck, 2014, S. 198).

Mit der Forschungsfrage FF3.2: „**Inwiefern nützen Jugendliche Memes als Ausgangspunkt für die weitere Informationsgewinnung?**“ wurden die zuvor erläuterten theoretischen Aspekte in Bezug auf die vorliegende Forschungsarbeit gebracht.

Das Ergebnis ist auch hier ziemlich eindeutig. Grundsätzlich werden politische Memes als Ausgangspunkt weiterführender Informationsgewinnung durch alle Gruppen **verneint** und als eigenes Verhalten die Ignoranz solcher Memes zum Ausdruck gebracht. Wenn ein (politisches) Meme nicht verstanden wird, ist die erste spontane Reaktion „weiter Scrollen“. Als Grund dafür wird von den Jugendlichen vor allem das fehlende Interesse für solche Memeinhalte formuliert. Im Umkehrschluss nennen die Jugendlichen aller Gruppen nämlich bei *vorhandenem* Interesse die Bereitschaft sich weitergehend zum Thema zu informieren: „wenn ich zum Beispiel nicht weiß worums geht dann würd ichs nachgooglen (.) also wenns mich intressiert“ (4105-4106). Außerdem nennen die Jugendlichen auch eine Ausnahme die ein Informationsverhalten auch bei Desinteresse rechtfertigen würde, nämlich die Häufigkeit des präsentierten Memes: „wenn ich jetzt zum Beispiel einen Meme (.) üba::: (.) ein Thema (.) öfta seh dann denk ich mir schon oke es muss schon was passiert sein (.) das (.) darüba muss ich mich jetzt auch informiern“ (4110-4112, Gruppe 3).

Die oben beschriebenen Erkenntnisse lassen ein nur sehr eingeschränktes journalistisches Potenzial politischer Internetmemes für Jugendliche erkennen. So werden Memes etwa nur von einer Gruppe, nämlich der jüngsten, *aktiv* als Form von Journalismus (an)erkannt. Es wäre daher interessant im Rahmen statistischer Untersuchungen zu klären, ob es sich hier um eine Zufallserscheinung handelt, oder die Wahrnehmung tatsächlich altersabhängig ist.

In der Zuschreibung vorrangiger Funktionen werden den Memes durch die Jugendlichen ebenfalls journalistische Funktionen aberkannt. Die 14-19-Jährigen betrachten ihre Hauptbedürfnisse beim Konsum von Memes, nämlich Kommunikation und insbesondere **Unterhaltung**, als unvereinbar mit journalistischen Funktionen im Sinne einer Informationsfunktion. Allerdings zeigt sich in der Thematisierung aktueller Geschehnisse, die im Interessensbereich der Jugendlichen liegen, schon ein gewisses Informationspotential von Memes. In diesem Zusammenhang wird auch die Bereitschaft zur weiteren Themenrecherche

durch die Jugendlichen geäußert. Hier können weitere Studien einen Beitrag dazu leisten, das Ausmaß dieses Informationspotentials zu erforschen.

Das benötigte Vorwissen zu politischen Memeinhalten als Voraussetzung für das Humorverständnis wurde im Zuge der Gruppendiskussionen ebenfalls sehr häufig angesprochen. Empirische Studien in Bezug darauf gibt es im Zusammenhang mit politischer Satire reichlich. Studien zu *Memes*, die auch die Aufbereitungsart des Mediums mitberücksichtigen, fehlen jedoch noch weitgehend und können ebenfalls als Anknüpfungspunkt weiterer Untersuchungen betrachtet werden.

In Bezug auf den Umgang mit den präsentierten politischen Memes hat sich schließlich gezeigt, dass diese zu Diskussionen anregen können, die in Zusammenhang zu den präsentierten Informationen stehen, jedoch im Erfahrungskontext der Jugendlichen angesiedelt sind. So wurden etwa bei zwei Gruppen die Trump-Memes als Ausgangspunkt genutzt, um sich über das Wahlsystem in Amerika oder die politische Linie von Trump zu unterhalten. In Zusammenhang damit könnte beispielsweise eine häufigere Nutzung politischer Memes im Schulunterricht angedacht werden, die gleichzeitig eine kritischere Auseinandersetzung mit deren Inhalten fördern würde. Dies ist im Hinblick darauf, welche bedeutende Rolle Memes im Alltag von Jugendlichen spielen, ein wünschenswertes Ziel.

Literaturverzeichnis

Monografien

Bentele, G., Brosius, H.-B., & Jarren, O. (2013). *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*. (2., überarbeit. und erw. Aufl.). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Billig, M. (2005). *Laughter and ridicule: Towards a social critique of humor*. London: Sage.

Blöbaum, B. (1994). *Journalismus als soziales System: Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbständigung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Bohnsack, R. (1999). *Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in Methodologie und Praxis qualitativer Forschung*. (3. Aufl.). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Bonfadelli, H. (2004). *Medienwirkungsforschung I. Grundlagen und theoretische Perspektiven*. Konstanz: UVK.

Boskin, J. (1997). *The humor prism in 20th-century America*. Detroit, MI: Wayne State University Press.

Burkart, R. (2002). *Kommunikationswissenschaft*. Köln, Weimar, Wien: Böhlau Verlag.

Calmbach, M., Borgstedt, S., Borchard, I., Thomas, P.M., Flaig, B.B. (2016). *Wie ticken Jugendliche 2016? Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Carey, J. (1989). *Communication as culture. Essays on Media & Society*. Boston, Massachusetts: Unwin Hyman.

Dawkins, R. (1996). *Das egoistische Gen*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH.

Dürrenberger, G., & Behringer, J. (1999). *Die Fokusgruppe in Theorie und Anwendung*. Stuttgart: Akademie für Technikfolgenabschätzung.

Fahmy, S., Bock, M. A., & Wanta, W. (2014). *Visual Communication Theory and Research. A Mass Communication Perspective*. New York: Palgrave MacMillan.

Feierabend, S., Plankenhorn, T., & Rathgeb, T. (2017). *Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland*. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.

Granzner-Stuhr, S. (2009). *Lernmodul: Das Gruppendiskussionsverfahren*. eProjekt Publizistik und Kommunikation.

Grünewald, D. (2013). *Der dokumentarische Comic. Reportage und Biografie*. Essen: Christian A. Bachmann Verlag.

Häder, M. (2010). *Empirische Sozialforschung. Eine Einführung*. (2. überarb. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Huber, N., & Meyen, M. (2006). *Medien im Alltag. Qualitative Studien zu Nutzungsmotiven und zur Bedeutung von Medienangeboten*. Berlin: LIT Verlag.

Krueger, R. A. (2009). *Fokus Groups. A Practical Guide for Applied Research*. (4. Aufl.). Thousand Oaks: Sage.

Lamnek, S. (1995). *Qualitative Sozialforschung. Band 1. Methodologie*. Weinheim: Beltz.

Lamnek, S. (1998). *Gruppendiskussion. Theorie und Praxis*. Weinheim: Beltz Psychologie Verlags Union.

- Lamnek, S. (2005). *Gruppendiskussion. Theorie und Praxis*. (2. Aufl.). Stuttgart: UTB für Wissenschaft.
- Littig, B., & Wallace, C. (1997). *Möglichkeiten und Grenzen von Fokus-Gruppendiskussionen für die sozialwissenschaftliche Forschung*. Wien: Institut für Höhere Studien (IHS).
- Loos, P., & Schäffer, B. (2001). *Das Gruppendiskussionsverfahren*. Opladen: Leske + Budrich.
- McCloud, S. (1994). *Understanding Comics: The Invisible Art*. New York: Harper Perennial.
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory*. (6. Aufl.). Los Angeles, Kalifornien: Sage.
- Meier, K. (2013). *Journalistik*. (3. Aufl.). Konstanz, München: UTB.
- Merten, K., Schmidt, S. J., & Weischenberg, S. (1994). *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Merton, R. K., Fiske, M., & Kendall, P. (1990). *The Focused Interview. A Manual of Problems and Procedures*. (2. Aufl.). Glencoe, Illinois: The Free Press.
- Mickwitz, N. (2016). *Documentary Comics. Graphic Truth-Telling in a Skeptical Age*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Milner, R. M. (2012). *The World Made Meme: Discourse and Identity in Participatory Media*. PHD-Dissertation. University of Kansas.
- Mirzoeff, N. (2009). *An introduction to a Visual Culture*. (2. Aufl.). London: Taylor & Francis.
- Morgan, D. L. (1997). *Focus Groups as qualitative research*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.
- Neuberger, C., & Kapern, P. (2013). *Grundlagen des Journalismus*. Wiesbaden: Springer-Verlag.

Picot, A., & Freyberg, A. (2010). *Media Reloaded. Mediennutzung im digitalen Zeitalter*. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.

Rühl, M. (1980). *Journalismus und Gesellschaft, Bestandsaufnahme und Theorieentwurf*. Mainz: Hase & Koehler.

RTR. (2011). *Kommunikationsbericht 2011*. Wien: Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH.

Sawetz, J. (2016). *Kommunikations- und Marketingpsychologie – Medien, Konsum, Individuum, Kollektivität – Grundlagen kommunikativer und persuasiver Prozesse aus Psychologie, Neurowissenschaften, Evolutionsbiologie, Systemtheorie und Semiotik*. Wien.

Schenk, M. (2007). *Medienwirkungsforschung*. Tübingen: Mohr Siebeck.

Schöbi, K., & Mosimann, H. (1996). *Infotainment: Gratwanderung zwischen Information und Unterhaltung*. Luzern: Kantonaler Lehrmittelverlag.

Scholl, A., Weischenberg, S. (1998). *Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie*. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Shifman, L. (2014a). *Meme. Kunst, Kultur und Politik im digitalen Zeitalter*. Berlin: Suhrkamp Verlag.

Shifman, L. (2014b). *Memes in digital culture*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

Tay, G. (2012). *Embracing LOLitics: Popular Culture, Online Political Humor, and Play*. Masterthesis. University of Canterbury.

Thussu, D. K. (2007). *News as Entertainment. The Rise of Global Infotainment*. London, Thousand Oaks, New Dehli: Sage.

Vaughn, S., Schumm, J. S., & Sinagub, J. M. (1996). *Focus group interviews in education and psychology*. London, Thousand Oaks, New Dehli: Sage.

Sammelbände

Altmeppen, K.-D. (2000). Online-Medien: Das Ende des Journalismus!? Formen und Folgen der Aus- und Entdifferenzierung des Journalismus. In: K.-D. Altmeppen, H.-J. Bucher, & M. Löffelholz (Hrsg.), *Online-Journalismus. Perspektiven für Wissenschaft und Praxis* (S. 123-138). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bonfadelli, H., Friemel, T. N., & Wirth, W. (2010). Medienwirkungsforschung. In: H. Bonfadelli, O. Jarren, & G. Siegert (Hrsg.), *Einführung in die Publizistikwissenschaft* (3., vollständig überarb. Aufl.) (S. 609-660). Bern, Stuttgart, Wien: Haupt Verlag.

Burgess, J. (2014). 'All Your Chocolate Rain Are Belong To Us?' Viral Video, You Tube and the Dynamics of Participatory Culture. In: N. Papastergiadis, & V. Lynn (Hrsg.), *Art in the Global Present* (S. 86-96). Sidney: UTSePress.

Davidson, P. (2012). The Language of (Internet) Memes. In: M. Mandiberg (Hrsg.), *The Social Media Reader* (S. 120-127). New York: NYU Press.

Disselhoff, F. (2009). Funktionen des Journalismus. In: S. Burkhardt (Hrsg.), *Praktischer Journalismus* (S. 75-92). München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.

Fiedler, E. (2008). Visualisierung und Sprache. In: M. Haller (Hrsg.), *Visueller Journalismus. Beiträge zur Diskussion einer vernachlässigten Dimension* (S. 69-80). Berlin: Lit Verlag.

Franck, G. (2014). Jenseits von Geld und Information: Zur Ökonomie der Aufmerksamkeit. In: A. Zerfaß, & M. Piwinger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (S. 193-202). Wiesbaden: Springer Verlag.

- Haller, M. (2008). Die Wirklichkeit der Bilder. Authentisch und inszeniert: Zu Doppeldeutigkeit eindeutiger Bildaussagen. In: M. Haller (Hrsg.), *Visueller Journalismus. Beiträge zur Diskussion einer vernachlässigten Dimension* (S. 29-53). Berlin: Lit Verlag.
- Knobel, M., & Lankshear, C. (2007). Online Memes, Affinities, and Cultural Production. In: M. Knobel, & C. Lankshear (Hrsg.), *A New Literacies Sampler* (S. 199-228). New York: Peter Lang.
- Löffelholz, M., & Rothenberger, L. (2016). Einführung und Überblick. In: M. Löffelholz, & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 11-28). Wiesbaden: Springer Verlag.
- Mast, C. (1991). Journalismus und Affektmanagement. In: D. Roß, & J. Wilke (Hrsg.), *Umbruch in der Medienlandschaft* (Schriftenreihe der deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 17) (S. 183-193). München: Ölschläger.
- Mc Neill, L. S. (2009). The End of the Internet: A Folk Response to the Provision of Infinite Choice. In: T. J. Blank (Hrsg.), *Folklore and the Internet: Vernacular Expression in a Digital World* (S. 80-97). Logan, Utah: Utah State University Press.
- Prase, E. (2016). Mediengeschichte Printmedien. In: O. Altendorfer, & L. Hilmer (Hrsg.), *Medienmanagement (Band 2): Medienpraxis – Mediengeschichte – Medienordnung* (S. 153-176). Wiesbaden: Springer VS.
- Przyborski, A., & Riegler, J. (2010). Gruppendiskussion und Fokusgruppe. In: G. Mey, & K. Mruck (Hrsg.), *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie* (S. 436-448). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Quittner, J. (1996). Die Geburt eines Völlig Neuen Journalismus. In: S. Bollmann, & C. Heibach (Hrsg.), *Kursbuch Internet. Anschlüsse an Wirtschaft und Politik, Wissenschaft und Kultur* (S. 433- 436). Mannheim: Bollmann.

Schulz, M. (2012). Quick and easy!?! Fokusgruppen in der angewandten Sozialwissenschaft. In: M. Schulz, B. Mack, & O. Renn (Hrsg.), *Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft. Von der Konzeption bis zur Auswertung* (S. 9-23). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Fachzeitschriften

Arnold, K. (2008). Qualität im Journalismus – ein integratives Konzept, *Publizistik*, 53(4), 488-508.

Atran, S. (2001). The trouble with memes. Inference versus Imitation in Cultural Creation, *Human Nature*, 12(4), 351-381.

Basch, P. N. (1987). Focus group interview: An underutilized research technique for improving theory and practice, *Health Education Quarterly*, 14, 411-488.

Baumgartner, J. (2013). No laughing matter? Young adults and the “spillover effect” of candidate-centered political humor, *Humor - International Journals of Humor Research*, 26 (1), 23-43.

Becker, A. B. (2014). Humiliate My Enemies or Mock My Friends? Applying Disposition Theory of Humor to the Study of Political Parody Appreciation and Attitudes Toward Candidates, *Human Communication Research*, 40(2), 137-160.

Beheshti-Kashi, S., & Makki, B. (2013). Social Media News: Motivation, Purpose and Usage. *International Journal of Computer Sciens & Information Technology*, 5(2), 97-105.

- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The Logic of Connective Action, *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768.
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). What makes online content viral?, *Journal of marketing research*, 49(2), 192-205.
- Blumler, J. G. (1979). The Role of Theory in Uses and Gratifications Studies, *Communication Research*, 6(1), 9-36.
- Breitenfelder, U., Hofinger, C., Kaupa, I., & Picker, R. (2004). Fokusgruppen im politischen Forschungs- und Beratungsprozess, *Forum Qualitative Sozialforschung*, 5(2). Artikel 25.
- Brockmann, J. S., Diehl, T., & Dobusch, L. (2018). Memes as games: The evolution of a digital discourse online, *new media & society*, 20(8), 2862-2879.
- Busemann, K., Fisch, M., & Frees, B. (2012). Dabei sein ist alles – zur Nutzung privater Communitys. Ergebnisse der ZDF-Studie Community 2011. *Media Perspektiven*, 5, 258-267.
- Cannizzaro, S. (2016). Internet memes as internet signs: A semiotic view of digital culture, *Sign Systems Studies*, 44(4), 562-586.
- Chen, K. W. (2013). The Singapore Mass Rapid Transport: A case study of the efficacy of a democratised political humour landscape in a critical engagement in the public sphere, *The European Journal of Humour Research*, 1(2), 43-68.
- Connors, J. L. (2005). Visual representations of the 2004 presidential campaign: Political cartoons and popular culture references, *American Behavioural Scientist*, 49(3), 479-487.
- Dancygier, B., & Vandelanotte, L. (2017). Internet memes as multimodal constructions, *Cognitive Linguistics*, 28(3), 565-598.

Džanić, N.D., & Berberović, S. (2017). #ForgiveUsForWeHaveSinned: conceptual integration theory and political internet humour, *European Journal of Humour Research*, 5(2), 4-22.

Feierabend, S., Klingler, W., & Turecek, I. (2016). Mediennutzung junger Menschen im Langzeitvergleich. *Media Perspektiven*, 2, 120-128.

Flores, J. G., & Alonso, C. G. (1995). Using Focus Groups in Educational Research, *Evaluation Review*, 19, 84-101.

Gal, N., Shifman, L., & Kampf, Z. (2016). “It Gets Better”: Internet memes and the construction of collective identity, *New media & society*, 18(8), 1698-1714.

Hermida, A., Fletcher, F., Korell, D., & Logan, D. (2012). SHARE, LIKE, RECOMMEND, *Journalism Studies*, 13(5-6), 815-824.

Holbert, R. L., Hmielowski, J., Jain, P., Lather, J., & Morey, A. (2011). Adding Nuance to the Study of Political Humor Effects: Experimental Research on Juvenalian Satire Versus Horatian Satire, *American Behavioral Scientist*, 55(3), 187–211.

Hölig, S., & Hasebrink, U. (2016). Nachrichtennutzung über soziale Medien im internationalen Vergleich, *Media Perspektiven*, 11, 534-548.

Huttington, H. (2016). Pepper spray cop and the American dream: using synecdoche and metaphor to unlock internet memes’ visual political rhetoric, *Communication Studies*, 67(1), 77-93.

Katz, E., Blumer, J. G., & Gruevitch, M. (1974). Uses and Gratifications Research, *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.

Kitzinger, J. (1994). The methodology of Focus Groups: The importance of interaction between research participants, *Sociology of Health and Illness*, 16, 103-121.

- Knobel, M. (2006). Memes and Affinity Spaces: some implications for policy and digital divides in education, *E-Learning and Digital Media*, 3(3), 411-427.
- Koçak, K. (2017). Comics Journalism: Towards A Definition, *International Journal of Humanities and Cultural Studies*, 4(3), 173-199.
- Krüger, H. (1983). Gruppendiskussionen. Überlegungen zur Rekonstruktion sozialer Wirklichkeit aus der Sicht der Betroffenen, *Soziale Welt*, 34, 90-109.
- Kuipers, G. (2002). Media culture and Internet disaster jokes. Bin Laden and the attack on the World Trade Center, *European Journal of Cultural Studies*, 5(4), 450-470.
- Laineste, L., & Voolaid, P. (2017). Laughing across borders: Intertextuality of internet memes, *European Journal of Humour Research*, 4(4), 26-49.
- LaMarre, H. L., Landreville, K. D., Young, D., & Gilkerson, N. (2014). Humor Works in Funny Ways: Examining Satirical Tone as a Key Determinant in Political Humor Message Processing, *Mass Communication and Society*, 17(3), 400-423.
- Meckel, M., Fieseler, C., & Grubenmann, S. (2012). Social Media – Herausforderungen für den Journalismus, *HMD – Praxis der Wirtschaftsinformatik*, 287, 25-35.
- Merton, R.K., & Kendall, P.L. (1946). The Focused Interview, *American Journal of Sociology*, 51(6), 541-557.
- Milner, R. M. (2013). Hacking the social: Internet memes, identity antagonism, and the logic of lulz, *The Fibreculture Journal*, 22, 62-92.
- Nissenbaum, A., & Shifman, L. (2017). Internet memes as contested cultural capital: The case of 4chan's /b/ board, *new media & society*, 19(4), 483-501.

Pech, R. J. (2003). Memes and cognitive hardwiring: why are some memes more successful than others?, *European Journal of Innovation Management*, 6(3), 173-181.

Pelz, C., Schmitt, A., & Meis, M. (2004). Knowledge Mapping als Methode zur Auswertung der Ergebnispräsentation von Fokusgruppen in der Markt- und Evaluationsforschung, *Forum für Qualitative Sozialforschung*, 5(2). Artikel 35.

Piata, A. (2016). When metaphor becomes a joke: Metaphor journeys from political ads to internet memes, *Journal of Pragmatics*, 106, 39-56.

Ross, A. S., & Rivers, D. J. (2017). Digital cultures of political participation: Internet memes and the discursive delegitimization of the 2016 US Presidential candidates, *Discourse, Context & Media*, 16, 1-11.

Segev, E., Nissenbaum, A., Stoler, N., & Shifman, L. (2015). Families and Networks of Internet Memes: The Relationship Between Cohesiveness, Uniqueness, and Quiddity Concreteness, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20, 417–433.

Shifman, L. (2007). Humor in the Age of Digital Reproduction: Continuity and Change in Internet-Based Comic Texts, *International Journal of Communication*, 1, 187-209.

Shifman, L., Coleman, S., & Ward, S. (2007). Only joking? Online humour in the 2005 UK general election, *Information, Communication & Society*, 10(4), 465-487.

Shifman, L., & Thelwall, M. (2009). Assessing global diffusion with web memetics: The spread and evolution of a popular joke, *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(12), 2567-2576.

Shifman, L. (2011). An anatomy of a YouTube meme, *New media & Society*, 14(2), 187-203.

Shifman, L. (2013). Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18, 362-377.

Shifman, L. (2014c). The Cultural Logic of Photo-Based Meme Genres. *Journal of Visual Culture*, 13(3), 340-358.

Shifman, L., Levy, H., & Thelwall, M. (2014). Internet Jokes: The Secret Agents of Globalization?, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 727-743

Szerszunowicz, J. (2018). Typowy Janusz and Bad Luck Brian: On meme characters from a cross-linguistic and cross-cultural perspective, *The European Journal of Humour Research*, 6(2), 3-22.

Tay, G. (2014). Binders full of LOLitics: Political humour, internet memes, and play in the 2012 US Presidential Election (and beyond), *European Journal of Humour Research*, 2(4), 46-73.

Tella, A. (2018). Humour generation and multimodal framing of political actor in the 2015 Nigerian presidential election campaign memes, *The European Journal of Humour Research*, 6(4), 95-117.

Van Eimeren, B. (2015). Nachrichtenrezeption im Internet. *Media Perspektiven*, 1, 2-7.

Varis, P., & Blommaert, J. (2015). Conviviality and collectives on social media: Virality, memes, and new social structures, *Multilingual Margins*, 2(1), 31-45.

Wallsten, K. (2010). “Yes We Can”: How Online Viewership, Blog Discussion, Campaign Statements, and Mainstream Media Coverage Produced a Viral Video Phenomenon, *Journal of Information Technology & Politics*, 7(2-3), 163-181.

Weber, W., & Rall, H.-M. (2017). Authenticity in comics journalism. Visual strategies for reporting facts, *Journal of Graphic Novels and Comics*, 8(4), 376–397.

Weng, L., Flammini, A., Vespignani, A., & Menczer, F. (2012). Competition among memes in a world with limited attention, *Scientific reports*, 2(335), 1-9.

Wiggins, B. E., & Bowers, G. B. (2014). Memes as genre: A structural analysis of the memescape, *New Media & Society*, 17(11), 1886-1906.

Williams, A., Oliver, C., Aumer, K., & Meyers, C. (2016). Racial microaggressions and perceptions of Internet memes, *Computers in Human Behavior*, 63, 424-432.

Young, D. (2013). Laughter, Learning, or Enlightenment? Viewing and Avoidance Motivations Behind The Daily Show and The Colbert Report, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(2), 153-169.

Internetquellen

Adamic, L. A., Lento, T. M., & Fiore, A. T. (2012). *How You Met Me*. Abgerufen von <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM12/paper/viewFile/4681/5009> [12.03.2019].

Alverson, B. (2013). *Interview: Symbolia Editor Erin Polgreen on Graphic Journalism for the Tablet*. Abgerufen von <http://goodereader.com/blog/interviews/interview-symbolia-editor-erin-polgreen-on-graphic-journalism-for-the-tablet> [12.03.2019].

Archer, D. (2011). *The Nisoor Square Shootings*. Abgerufen von <http://www.cartoonmovement.com/icomix/11> [12.03.2019].

Archer, D. (2013a). *Drawing the News*. Video. Abgerufen von <http://www.bbc.com/news/magazine-22247747> [12.03.2019].

Archer, D. (2013b). *Nepal: 'I Was 14, When I Was Sold'*. Abgerufen von <http://www.bbc.com/news/magazine-22250772> [12.03.2019].

Bandel, J.-F. (2010). *Comic-Reporter Joe Sacco: Ein schwarz-weißes Bild vom Krieg*. Abgerufen von <http://www.spiegel.de/kultur/literatur/comic-reporter-joesacco-ein-schwarz-weisses-bild-vom-krieg-a-669286.html> [12.03.2019].

Ridout, T. N., Fowler, E. F., & Branstetter, J. (2012). *Political advertising in the 21st century: The influence of the YouTube ad*. Abgerufen von <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.469.3525&rep=rep1&type=pdf> [12.03.2019]

Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH. *RTR Hörfunkveranstalter*. Abgerufen von <https://www.rtr.at/de/m/Hoerfunkveranstalter> [12.03.2019]

Simmons, M. P., Adamic, L. A., & Adar, E. (2011). *Memes Online: Extracted, Subtracted, Injected, and Recollected*. Abgerufen von <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/viewFile/2836/3281> [12.03.2019]

VÖZ. (2016). *Marktdaten. Anzahl der Tageszeitungen, Wochenzeitungen und Magazine in Österreich*. Abgerufen von <http://voez.at/forschung-marktdaten/marktdaten/> [12.03.2019]

Weber, W. (2014). *Comic-Journalismus: Diese Bilder sind nicht lustig*. Abgerufen von <http://de.ejo-online.eu/qualitaet-ethik/comic-journalismus-alles-andere-als-lustig> [12.03.2019].

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Grundgedanke des „Nutzen- und Belohnungsansatzes“ (Schenk, 2007, S. 62)	16
Abbildung 2: Phasen der Publikumsaktivität (Bonfadelli, 2004, S. 173)	17
Abbildung 3: ‘The Situation Room’	51
Abbildung 4: Darstellung gewählter, aktueller, politischer Internetmemes	63
Abbildung 5: Richtlinien der Transkription (Granzner-Stuhr, 2009, S. 5)	71
Abbildung 6: Teilnehmendentabelle Gruppe 1	75
Abbildung 7: Sitzordnung Gruppe1	75
Abbildung 8: Assoziation Gruppe 1 - Quelle eigenes Foto	116
Abbildung 9: Memes-Journalismus Gruppe 1 - Quelle eigenes Foto	122
Abbildung 10: Teilnehmendentabelle Gruppe 2	135
Abbildung 11: Sitzordnung Gruppe 2	135
Abbildung 12: Assoziation Gruppe 2 - Quelle eigenes Foto	157
Abbildung 13: Memes-Journalismus Gruppe 2 - Quelle eigenes Foto	164
Abbildung 14: Teilnehmendentabelle Gruppe 3	180
Abbildung 15: Sitzordnung Gruppe 3	180
Abbildung 16: Assoziation Gruppe 3 - Quelle eigenes Foto	206
Abbildung 17: Memes-Journalismus Gruppe 3 - Quelle eigenes Foto	212

Anhang A – Überblick der Nachrichtenereignisse der Woche vom 11.02.19-16.02.19

Nachrichten MO, 11.2.2019

Strache will nach seinem Papamonat nun einen Papamonat für alle. derstandard.at/2000097833308/Strache-will-nach-seinem-Papamonat-nun-Papamonat-fuer-alle [12.03.2019]	Wien – Heinz-Christian Strache (FPÖ) hat sich am Montag mit einer Rede vor Wiener Polizeischülern aus dem Papamonat zurückgemeldet und sich anschließend gegenüber Medien dafür ausgesprochen, dass dieser allen Vätern zur Wahl stehen sollte. Das würde die Wirtschaft laut Experten nicht viel Geld kosten und eine echte familienpolitische Verbesserung sein, meinte der Vizekanzler.
Kickl hofft auf Kurswechsel in Asylpolitik https://www.wienerzeitung.at/nachrichten/politik/oesterreich/1017047-Doskozil-legt-sich-mit-Kickl-an.html [12.03.2019]	Kickl hofft, dass die EU-Wahl einen Kurswechsel in der Asylpolitik bewirkt. Er setzt auf "eine entsprechende Veränderung im Kräfteverhältnis auf europäischer Ebene". Er wolle Asylwerber schon nach leichten Vergehen abschieben. Zwei Wochen zuvor wurde Kickl vehement dafür kritisiert, dass er meinte: „dass man Gesetze ändern muss, wenn sie den Anforderungen der heutigen Zeit nicht mehr entsprechen".
Iran feiert 40. Jahrestag des Sieges der Islamischen Revolution https://www.tagesschau.de/ausland/jahrestag-islamische-revolution-103.html/ [12.03.2019]	Der Iran feiert heute den 40. Jahrestag des Sieges der Islamischen Revolution am 11. Februar 1979. Wie jedes Jahr gibt es offizielle Feierlichkeiten bei denen auch Präsident Hassan Rouhani eine Rede halten wird. Auch in den anderen Städten des Landes wird es Feiern geben. Allerdings fällt das Jubiläum in eine Zeit der wirtschaftlichen Krise und der politischen Spannungen mit den USA, die nach ihrem einseitigen Ausstieg aus dem internationalen Atomabkommen neue Finanz- und Handelssanktionen gegen den Iran verhängt haben. Bei Protesten wird traditionell „Tod den

	USA“ skandiert und amerikanische Fahnen verbrannt.
--	--

Nachrichten MI, 13.2.2019

„El Chapos“ Drogengeld soll die Mauer finanzieren https://www.faz.net/aktuell/politik/trumps-praesidentschaft/usa-el-chapos-drogengeld-soll-grenzmauer-zu-mexiko-finanzieren-16038487.html [12.03.2019]	Im Haushaltsstreit in Amerika sieht Präsident Donald Trump die vorläufige Vereinbarung der Unterhändler von Republikanern und Demokraten nicht als einzige Geldquelle für den von ihm geplanten Bau einer Grenzmauer zu Mexiko. Trump schrieb auf Twitter, er schaue sich alle Aspekte in dem Wissen an, dass noch „viel Geld aus anderen Quellen“ hinzukomme. Was diese anderen Quellen sein könnten, verdeutlichte nun der republikanische Senator Ted Cruz. In einem Video wirbt er dafür, das Vermögen des Drogenbosses „El Chapo“ und anderen mexikanischen Kriminellen für den Bau der Grenzmauer zu verwenden. Das amerikanische Justizministerium beziffert sein aus dem Drogenhandel stammendes Vermögen auf 14 Milliarden Dollar.
---	---

Nachrichten DO, 14.2.2019

EU-Urheberrecht: Einigung auf Uploadfilter und Leistungsschutzrecht derstandard.at/2000097980533/EU-Urheberrecht-Einigung-auf-Uploadfilter-und-Leistungsschutzrecht [12.03.2019]	Der Berichterstatter im EU-Parlament Axel Voss (CDU) hat fast alle Punkte, die zuvor massiv kritisiert wurden, in die letzte Version der EU-Urheberrechts-Reform gebracht. Die EU-Verhandler haben sich auf eine Version des umstrittenen Artikels 13 geeinigt, die vor allem von Kritikern als eine der "extremsten" Formen der bisherigen Entwürfe bezeichnet wird. Der Artikel sieht vor, dass Inhalte im Netz noch vor einer Veröffentlichung in sozialen Netzwerken auf eine Urheberrechtsverletzung geprüft werden müssen. Sollte eine bestehen, muss der Upload verhindert werden.
---	--

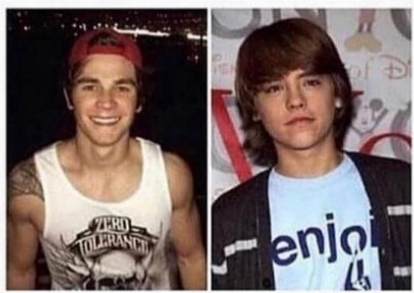
Russland warnt USA vor Einmischung in Venezuela https://www.zeit.de/politik/ausland/2019-02/venezuela-kolumbien-usa-militaereinsatz-russland [12.03.2019]	Russlands Außenminister Lawrow habe die USA vor "jeglicher Einmischung in die internen Angelegenheiten Venezuelas gewarnt, einschließlich der von Washington angedrohten Gewaltanwendung". Der Machtstreit zwischen dem gewählten Präsidenten Nicholas Maduro und dem selbst ernannten Interims-Präsidenten Juan Guaido findet derzeit darin seinen Höhepunkt, dass Guaido Maduro aufgefordert hat, die Grenzen für Hilfslieferungen aus den USA zu öffnen. Seit der Präsidentschaft von Maduro leidet das Land mit den weltweit größten Erdölreserven an Hunger und Notstand und einer dramatischen Inflation.
May erleidet erneut Niederlage im britischen Parlament derstandard.at/jetzt/livebericht/2000098000436/hardcore-brexiteers-drohen-may-mit-weitererschlappe [12.03.2019]	Premierministerin Theresa May hat im Brexit-Streit im britischen Parlament erneut – bereits zum 10. Mal eine Niederlage einstecken müssen. In einer symbolischen Abstimmung lehnten es am Donnerstag 303 Abgeordnete ab, ihre Zustimmung zu Mays Plan zu bekräftigen, durch Nachverhandlungen mit der EU Zugeständnisse zu erreichen. Zwar wird May durch das Votum nicht zu einem Kurswechsel gezwungen. Allerdings wird damit ihre Verhandlungsposition mit EU-Führern geschwächt. Ein „harter Brexit“ droht.
Trump will für Mauerbau nationalen Notstand ausrufen derstandard.at/2000098038510/Trump-will-fuer-Mauerbau-offenbar-Notstand-ausrufen [12.03.2019]	Washington – US-Präsident Donald Trump will den nationalen Notstand ausrufen, um den Mauerbau an der Grenze zu Mexiko zu ermöglichen. Das gab Mitch McConnell, republikanischer Mehrheitsführer im Senat, am Donnerstag bekannt. Wenig später bestätigte eine Sprecherin des Weißen Hauses das Vorhaben. Der US-Präsident will so versuchen, die Mauer ohne parlamentarische Zustimmung errichten zu lassen. Der Kongreß hat ihm zuvor lediglich 1,4 Mrd Dollar genehmigt.

Sanktionswolken über Russland verdunkeln sich - US Senat unternimmt erneut Anlauf zur Verschärfung der Sanktionen. derstandard.at/2000098016189/Sanktionswolken-ueber-Russland-verdunkeln-sich [12.03.2019]	Die lang angekündigte Verschärfung der Russland-Sanktionen ist auf den Weg gebracht: Im US-Senat haben Vertreter beider Parteien ein Gesetz eingebracht, das harte Strafmaßnahmen gegen Russland vorsieht, dem die Initiatoren des Entwurfs die Einmischung in die US-Wahlen, Aggression gegenüber der Ukraine und die Destabilisierung Syriens vorwerfen. Ziele der neuen Restriktionen sind der russische Bankensektor, die Ölbranche und der Bereich Informationstechnologien. Darüber hinaus sollen neue russische Staatsanleihen und Einzelpersonen sanktioniert werden, die "gesetzeswidrige und korrupte Aktivitäten direkt oder indirekt im Namen Putins ermöglichen"
Trump ruft den Nationalen Notstand aus https://www.heute.at/welt/news/story/US-Praesident-Donald-Trump-ruft-den-Nationalen-Notstand-aus-Mauerbau-Mexiko-56814050 [12.03.2019]	US-Präsident Donald Trump hat im Zusammenhang mit der Situation an der Grenze zu Mexiko angekündigt, den Nationalen Notstand auszurufen. Damit kann Trump nach Angaben des Weißen Hauses vom Freitag auf Finanzmittel in Höhe von insgesamt rund acht Milliarden Dollar zurückgreifen, von denen er große Teile für den Bau einer Grenzbefestigung verwenden kann.

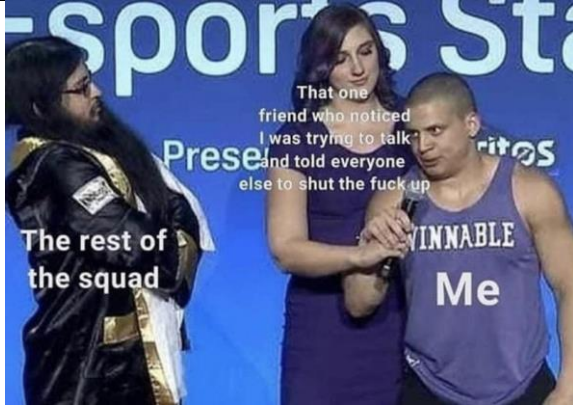
Anhang B - Übersicht der ausgewählten Memes pro Gruppe

MEMES der Gruppe 1

"Isn't it too early to be eating?" Me: What time do stomachs open? Tell me 	When people ask why you take so many naps 
„Too early to eat MEME“	“No lonely times MEME”
Twitch Streamer banned for saying there's only 2 genders Calum Patterson 31 SHARES 	WHEN MY NAME IS IN A MATH PROBLEM AND ALL THE CLASS STARES AT ME ME: That's right bitches. I bought 60 indonesian sex slaves 
„Twitch MEME“	„Mathclass MEME“

Me: My stomach hurts Mom: Yeah, cause you always on that phone 	When you lose your short friends in the club 
„Mom MEME“	„Halflings MEME“
Dr: You're as healthy as a horse Me: Great! Dr: a horse with cancer 	KJ Apa and Cole Sprouse when they were actually 17  kjapa Man... I would have absolutely crushed you at age 17. Crushed. @colesprouse colesprouse You wouldn't even have survived the weight of my wallet bitch
„Doctor MEME“	„KJ Apa and Cole Sprouse MEME“

MEMES der Gruppe 2

	
„Squad MEME“	„Mom MEME“

Option A: 567.89
 Option B: 455.78
 Option C: 0.3467
 Option D: 0.7743

My calculator: 125,990

Me:



„Mathe MEME“

When your friends find out that you don't own an Adidas tracksuit



„Adidas Track-Suit MEME“



„Syria MEME“

me dreaming about someone who wants nothing to do with me



„Spongebob MEME“

Sun bathing on holiday 😊



Bro your body lookin like the mountain range

„Body MEME“

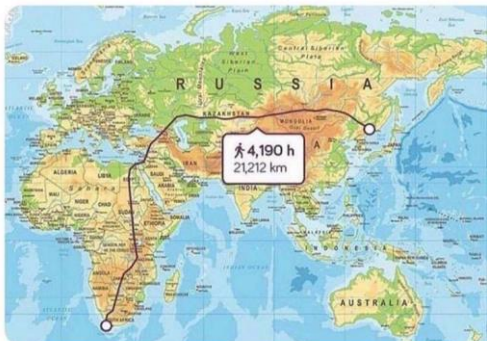
When you're trying to be a ray of sunshine but people keep testing you



„People testing me MEME“

MEMES der Gruppe 3

We all have that one friend we travel with: "it's not far, we can walk"



„That one friend MEME“

Brain: the joke happened 10 mins ago
it isn't funny anymore

Me:



„Not funny MEME“

MY MOM SHOWING ME WHERE SOMETHING IS AFTER I TOLD HER I COULDN'T FIND IT



„Mom MEME“

**WONNSD DI VOR LAUTER LERNAN
SCHO NIMMA AUSKENNST**



„Zahnpasta MEME“

**Me trying to meet the right person
without going out, approaching or
interacting with anyone**



„Love life MEME“

When you've got a great outfit on
but not enough people saw u
wear it and ur on ur way home



„Perfect Outfit MEME“

When you sneeze 3 times in a row and they say "shut the fuck up" instead of "bless you"



„Bless you MEME“

When someone wakes you up by turning the lights on



„Wake up MEME“

Anhang C – Begriffsinventar zur Diskursorganisation nach Przyborski (2004)

- Proposition:** Ein Orientierungsgehalt in einer Passage wird zum ersten Mal aufgeworfen.
- Elaboration:** Von *Elaboration* spricht man, wenn ein Orientierungsgehalt in weiterer Folge verarbeitet wird. Diese Weiterverarbeitung kann auf verschiedenste Arten erfolgen, z.B. auf argumentativer Ebene (= Elaboration im Modus einer Argumentation) oder auf beschreibender, erzählender Ebene (= Elaboration im Modus einer Exemplifizierung). Elaborationen müssen nicht unbedingt von Propositionen herrühren, es können auch Differenzierungen, Oppositionen oder Antithesen elaboriert werden.
- Differenzierung:** Der Begriff *Differenzierung* bezeichnet jenen Vorgang, wenn der propositionale Gehalt einer Aussage ergänzt, eingeschränkt, spezifiziert oder modifiziert wird.
- Validierung:** Unter *Validierungen* versteht man alljene Äußerungen, die aufgeworfene Propositionen bestätigen, sie bejahen bzw. validieren. Darunter zum Beispiel "ja", "genau", "das stimmt", "find ich auch", etc. Dabei muss genau erkenntlich sein, dass die Validierung mit dem Orientierungsgehalt des Interaktionszuges übereinstimmt.
- Ratifizierung:** Diese Form ist ebenfalls eine Bestätigung, allerdings nur auf der Ebene des immanenten Sinngehalts. *Ratifizierungen* beziehen sich nicht auf den Dokumentsinn.

**Antithese
& Synthese:**

Eine *Antithese* liegt meist dann vor, wenn eine Proposition verneint wird, oder ein gegensätzlicher Orientierungsgehalt aufgeworfen wird, wie zum Beispiel „ja, aber ...“. Allerdings lässt sich erst am Ende des Interaktionszuges feststellen, ob es sich bei dieser Bezugnahme um eine Antithese, oder doch um eine Opposition handelt. Dies erfolgt bei der Beendigung des Themas, also bei der Betrachtung der Auflösung der entgegenstehenden Gehalte. Ist das Ergebnis eine *Synthese* (z.B. durch eine Konklusion am Ende der Passage) der zunächst entgegenstehenden Orientierungsgehalte, dann ist die Bezeichnung Antithese die Richtige. Diese Antithese lässt sich dann wiederum validieren, elaborieren und differenzieren.

Opposition:

Dies bezeichnet einen ersten Entwurf einer Orientierung, die mit der vorangegangenen nicht vereinbar ist. Bei derartigen Widersprüchen in einer Gruppe, ist davon auszugehen, dass sie in diesem konkreten Zusammenhang keinen gemeinsamen Orientierungsrahmen hat. Die *Opposition* erkennt man daran, dass es zu keiner gemeinsamen, konsensfähigen thematischen Konklusion kommt. Hier werden die Themen rituell beendet, es kommt also zu keiner Synthese der unterschiedlichen Orientierungsgehalte.

Divergenz:

Die *Divergenz* beschreibt das Aufwerfen eines zu einer Proposition, zu einer Elaboration usw., widersprüchlichen Orientierungsrahmens unter Einbeziehung von Elementen aus jenen Diskursbewegungen, denen sie entgegensteht. Im Vergleich zur Opposition, die durch einen häufigen

Wechsel der Themen aufgrund von Widerspruch meist deutlich zu erkennen ist, bleiben die Gesprächsteilnehmer in einem divergenten Diskurs beim Thema. Dabei werden Elemente derart von anderen Diskutanten aufgegriffen und in den jeweils anderen Orientierungsrahmen gesetzt, dass der Anschein erweckt wird, als würden sie sich aufeinander beziehen. Allerdings findet dies im Hinblick auf den Orientierungsgehalt nicht statt, vielmehr reden die Gesprächsteilnehmer aneinander vorbei.

Konklusion: *Konklusionen* finden sich in der Regel am Ende eines Themas und bei der Beendigung einer Darlegung eines Orientierungsgehaltes. Dabei lassen sich, abhängig von ihrem Verhältnis zum Orientierungsgehalt, zwei Arten von Konklusionen unterscheiden: ‚echte *Konklusionen*‘, in denen die Orientierung abschließend aufscheint und ‚rituelle Konklusionen‘, bei der ein Themenwechsel erzwungen wird. Konklusionen sind an bestimmten Kennzeichen ersichtlich, wie zum Beispiel mehrfache Wiederholungen. Außerdem entsteht nach einer Konklusion oft eine längere Pause (2-3 Sekunden).

Abstract

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit dem journalistischen Potenzial von politischen Internetmemes für Jugendliche. Im Rahmen von drei Fokus-Gruppendiskussionen mit Jugendlichen im Alter zwischen 14 und 19, wurde zum einen untersucht, inwiefern Memes als Form von Journalismus wahrgenommen werden und zum anderen, welche vorrangigen Funktionen Memes für Jugendlichen erfüllen. In der Präsentation politischer Meme-Stimuli wurde außerdem der Umgang der Jugendlichen mit den enthaltenen Informationen beobachtet. Es zeigte sich, dass Memes von den jeweiligen Gruppen unterschiedlich stark, und nur von der jüngsten Gruppe *aktiv* als Form von Journalismus wahrgenommen wurden. In Bezug auf die vorrangigen Funktionen konnten unabhängig von der Gruppe Unterhaltungs- und Kommunikationsfunktionen herausgearbeitet werden. Allerdings wurde auch ein geringes Potential journalistischer Funktionen in Form der Informationsfunktion von Memes sichtbar. Im Umgang mit den präsentierten Informationen politischer Memes konnte eine große Wissenslücke innerhalb der Gruppen festgestellt werden. In Zusammenhang damit wurden die politischen Memes auch nur von den Personen als lustig empfunden, die über das benötigte Vorwissen verfügten. In der kritischen Auseinandersetzung mit den politischen Memes wurden durch alle Gruppen dieselben Funktionen, Produzenten und Zielgruppen festgestellt. Politische Memes als Ausgangspunkt weiterführender Informationsgewinnung wird durch alle Gruppen grundsätzlich verneint.

Schlüsselbegriffe: Memes, Politik, Jugendliche, Journalismus, Gruppendiskussion

The present work deals with the journalistic potential of political memes for young people. Three focus group discussions with adolescents between the age of 14 and 19 explored in which way memes are perceived as a form of journalism and which priority functions memes fulfill for young people. In addition, the presentation of political meme stimuli observed the way the

adolescents handle the content of the information. The findings show that memes were perceived differently by the respective groups and were only actively perceived by the youngest group as a form of journalism. Regarding the priority functions, entertainment and communication functions could be worked out by all groups. However, a small potential of journalistic functions in the form of the information function of memes was also visible. In dealing with the presented information of political memes, a large knowledge gap within the groups could be identified. In correlation with this, the political memes were only perceived as funny by the people who had the required knowledge. During the critical examination of the political memes, the same functions, producers and target groups were identified by all groups. A usage of political memes as an incentive for seeking further information was fundamentally negated by all groups.

Keywords: memes, politics, adolescents, journalism, group discussion