



Der Einfluss von Memes auf die politische Meinungsbildung

Maturitätsarbeit

Emma Brandl

Fachbetreuung Björn Grossrieder

Zürich, im Dezember 2025

Titelbild:

Erstellt am 15.12.2025 mit Google Nano Banana Pro: Free AI Image Generator

Powered by Gemini 3.0 Pro

Abstract

Die vorliegende Maturitätsarbeit stellt die These auf, dass Memes zur politischen Meinungsbildung des Individuums beitragen. Zunächst wird bezüglich der Prozesse der politischen Meinungsbildung dargelegt, dass Meinungen durch Informationsverarbeitungsprozesse im Individuum zustande kommen. Wenn Dritte Einfluss auf die Meinungsbildung nehmen möchten, müssen sie deswegen steuern, welche Informationen das Individuum als verarbeitungswürdig erachtet und/oder in den Informationsverarbeitungsprozess selbst eingreifen. Die Arbeit identifiziert sieben Einflussfaktoren, die bei diesen beiden Punkten – der Informationsselektion und der Informationsverarbeitung – ansetzen können.

Anschliessend werden Memes als digitale Informationseinheiten definiert, die bestimmte Charakteristika bezüglich Form, Inhalt und Haltung haben, im gegenseitigen Bewusstsein der Nutzer*innen erstellt wurden und im Internet zirkulieren, imitiert und transformiert werden. Als wichtigste Eigenschaften von Memes werden eine schnelle und dynamische Verbreitung, Aktualität, Emotionalität, Kürze, Einfachheit und die Referenz auf bestehende Kulturelemente, wie bspw. Popkultur genannt.

Darauffolgend finden die beiden Theorieteile zur politischen Meinungsbildung und zu Memes Anwendung in zwei Analysen von Memes mit artikulierter Nähe zur AfD – einer in Deutschland inzwischen etablierten, aber vom Verfassungsschutz als in Teilen gesichert rechtsextremistisch eingestuft Partei. Durch einen Vergleich mit den herausgearbeiteten Einflussfaktoren zeigt sich, dass die untersuchten Memes versuchen, typisch rechte Narrative im gesellschaftlichen Diskurs zu etablieren, indem sie spontane emotionale Reaktionen der Rezipient*innen provozieren, reale gesellschaftliche Umstände vereinfachen und diese dadurch anders darstellen, als sie sind. Die Memes zielen ausserdem auf spaltendes Gruppendenken ab und richten sich primär an Menschen, deren Meinung bereits zu der im Meme vermittelten Aussage tendiert. Die Ausgangsthese kann aufgrund dieser Arbeitsergebnisse für die beiden analysierten Memes als bestätigt angesehen werden.

Aufgrund der Tatsache, dass gegenwärtig die sozialen Medien im Allgemeinen und der Konsum von Memes im Speziellen von besonderer Bedeutung für die Informationsbeschaffung sind, sich die sieben Einflussfaktoren bereits in den zwei ausgewählten, typischen Memes finden lassen und die meisten Individuen nicht isolierten Memes, sondern einer Vielzahl von Memes ausgesetzt sind, ist die Annahme zulässig, dass die gewonnenen Erkenntnisse auch auf weitere Memes übertragbar sind. Es ist daher zu vermuten, dass der Einfluss von Memes auf die politische Meinungsbildung im Allgemeinen eine hohe Relevanz hat.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
1. Einleitung	6
2. Theoretisches Wissen über politische Meinungsbildung.....	7
2.1 Definition politische Meinungsbildung	7
2.2 Faktoren, die zu politischer Meinungsbildung führen	8
2.2.1 Einflussfaktoren auf die Informationsselektion: Agenda-Setting.....	9
2.2.2 Einflussfaktoren auf die Informationsverarbeitung	10
2.2.2.1 Emotionen & Intuitionen	10
2.2.2.2 Kognitive Leichtigkeit.....	13
2.2.2.3 Wiederholung	14
2.2.2.4 Framing.....	15
2.2.2.5 Sozialer Einfluss.....	16
2.2.2.6 Bestehende Meinungen	18
2.3 Fazit	20
3. Theoretisches Wissen über Memes	21
3.1 Annäherung an einen Begriff	21
3.1.1 Definition Memes	21
3.1.2 Eigenschaften von Memes	25
3.2 Memes & Politik.....	26
3.2.1 Politische Memes	26
3.2.2 Voraussetzungen für eine Beeinflussung.....	27
4. Praktische Analyse von Memes.....	28
4.1 Methodik.....	28
4.1.1 Eingrenzung der zu untersuchenden Memes	28
4.1.2 Auswahl & Untersuchung der Memes.....	28
4.2 Meme-Analyse.....	30
4.2.1 Chatkontrolle-Meme	30
4.2.1.1 Identifikation & Verständnis	31
4.2.1.2 Untersuchung der Mechanismen der politischen Meinungsbildung	32
4.2.1.3 Zusammenfassung.....	36

4.2.2 Superman-Meme	37
4.2.2.1 Identifikation & Verständnis	38
4.2.2.2 Untersuchung der Mechanismen der politischen Meinungsbildung	38
4.2.2.3 Zusammenfassung.....	45
5. Schlussfolgerung	46
6. Persönliches Schlusswort	49
Quellenverzeichnis.....	50

Vorwort

Als ich die Resultate der deutschen Bundestagswahl 2025 erfuhr, fand ich spannend, dass die beiden Parteien AfD und Die Linke mit Abstand am besten bei den 18-24-jährigen Wähler*innen abgeschnitten hatten. Dies nicht nur, weil sich diese beiden Parteien am jeweils entgegengesetzten Ende des politischen Spektrums verorten lassen, sondern auch, weil beide den Wahlkampf von allen Parteien am intensivsten in den sozialen Medien ausgetragen hatten. Die davon inspirierte Idee einer Aufarbeitung eines möglichen Zusammenhangs zwischen sozialen Medien und der politischen Meinungsbildung von Individuen führte nach einiger Recherche und vielen Gesprächen zum Thema dieser Maturaarbeit: der Untersuchung des Einflusses von Memes auf die politische Meinungsbildung. Ursprünglich wollte ich eine Gegenüberstellung zwischen Memes mit Nähe zur AfD und Die Linke machen und die Eigenschaften und den möglicherweise daraus resultierenden politischen Einfluss der Memes sowohl parteispezifisch als auch vergleichend analysieren. Da dies allerdings den Rahmen für eine Maturitätsarbeit gesprengt hätte, habe ich mich, auch im Hinblick auf den europäischen Rechtsruck und die damit einhergehende Bedrängnis der demokratischen Strukturen, dafür entschieden, den Einfluss von Memes auf die politische Meinungsbildung im Umfeld der rechten AfD zu untersuchen.

Ich danke Björn Grossrieder für die Unterstützung als Betreuungsperson, Dr. Nadine Klopfenstein von der ZHAW für die wertvollen Tipps zu Memes und ihren Hintergründen zu Beginn meines Arbeitsprozesses und nicht zuletzt meinen Eltern, die sich die Zeit genommen haben, mir mit Rat und Feedback zur Seite zu stehen und mir immer wieder geholfen haben, meine Gedanken zu sortieren.

Ich verstehe meine Arbeit als Versuch, eine sich zunehmend ins Digitale verlagernde Welt besser einordnen zu können, ihre Wechselwirkungen auf Rezipient*innen abzuschätzen und so in der Lage zu sein, die Haltungen und Verhaltensweisen meiner Mitmenschen besser nachzuvollziehen.

1. Einleitung

Die Art und Weise der Informationsverbreitung hat sich in den letzten Jahrzehnten mit dem Aufkommen der sozialen Medien stark verändert. Insbesondere für Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 14 bis 24 Jahren spielen die klassischen Nachrichtenangebote eine zunehmend geringere Rolle, wohingegen die sozialen Medien bei vielen als primäre Quelle der Informationsbeschaffung dienen (Hasebrink et al., 2021, S.14). Gleichzeitig sind die über die sozialen Medien vermittelten Informationen nicht mehr von der gleichen Faktentreue, Transparenz der Quellen- und Recherchearbeit und thematischen Ausgewogenheit wie bei den etablierten journalistischen Institutionen. Die Nachrichtenselektion ist bspw. stark von Algorithmen geprägt, die auf den individuellen Präferenzen und dem Social Media Verhalten der Nutzer*innen basieren, und die Verbreitung von Falschmeldungen («Fake News») wird nur unzureichend kontrolliert (Hasebrink et al., 2021, S.14). Diese veränderte Informationsbeschaffung und Informationsdarstellung ist wichtig für die Untersuchung von modernen Meinungsbildungsprozessen, da Informationen die zentrale Basis für Meinungen jeglicher Art darstellen (Schweiger, 2017, S.8). Meinungen und die darin enthaltenen Wünsche und Interessen der Bevölkerung finden wiederum durch politische Partizipation in Form von Wahlen Eingang in demokratische Prozesse und bestimmen so als kollektive Entscheidung die politischen Handlungen einer Landes. Von der Masse geteilte Meinungen haben also Macht.

Diverse Untersuchungen (Hasebrink et al., 2021; Schweiger, 2017) legen nahe, dass die sozialen Medien in ihrer neuartigen Informationsvermittlung die Meinungsbildungsprozesse ihrer Rezipient*innen prägen und somit ein Machtinstrument für politische Wahlen darstellen.

Die vorliegende Arbeit setzt sich zum Ziel, diesen Einfluss der sozialen Medien auf die politische Meinungsbildung am Beispiel des Internetphänomens «Meme» näher zu bestimmen. Die zentrale These der vorliegenden Arbeit lautet:

Memes können die politische Meinungsbildung des Individuums beeinflussen.

Überprüft werden soll die These, indem zwei politische Memes mit Nähe zu der deutschen Partei AfD (Alternative für Deutschland) näher analysiert werden. Dabei sollen die Memes insbesondere auf allgemeingültige Einflussfaktoren auf die politische Meinungsbildung durchleuchtet werden. Die These wird als bestätigt betrachtet, wenn die Einflussfaktoren auf die politische Meinungsbildung im Meme identifiziert werden können. Diese Methode wird aufgrund der Tatsache gewählt, dass es unmöglich ist, Einsicht in die Gedanken bzw. in den Informationsverarbeitungsprozess der Individuen zu haben, um faktisch festzustellen, ob die Einflussfaktoren tatsächlich ihre politische Meinung prägen. Da die Einflussfaktoren allerdings im Allgemeinen auf die politische Meinung einwirken, kann geschlussfolgert werden, dass Memes, welche die Einflussfaktoren beinhalten, ebenfalls ihren Beitrag zur politischen Meinungsbildung leisten können.

In einem ersten Schritt werden zum genauen Verständnis die grundsätzlichen Terminologien Meinung und politische Meinungsbildung geklärt. Anschliessend folgt der erste grosse Theorieteil, der sich mit den generellen Einflussfaktoren auf die politische Meinungsbildung beschäftigt. In einem zweiten Theorieteil wird das Phänomen «Meme» definiert und dessen typische Charakteristiken werden vorgestellt. Der praktische Teil der Meme-Analyse dient als Verbindung zwischen den beiden Theorieteilern und soll der Beurteilung der These dienen.

2. Theoretisches Wissen über politische Meinungsbildung

2.1 Definition politische Meinungsbildung

Der Begriff «politische Meinungsbildung» besteht inhaltlich aus drei Teilen: politisch (1), Meinung (2) und Bildung (3).

Die untersuchte Meinungsbildung soll sich auf einen politischen Kontext (1) beziehen, also auf Handlungen, Deutungen und Absichten, die auf Entscheidungen über den Einsatz von Macht, Ressourcen oder auf die Zuweisung von Gütern abzielen und somit der Regelung und Steuerung gesellschaftlicher Angelegenheiten dienen (Politik, 2000, S.484).

Für das Verständnis des Begriffes «Meinung» (2) ist die Tatsache wichtig, dass Informationen, also Kenntnisse über Daten, Fakten, Konflikte etc. die Basis von Meinungen und die damit verbundenen Prozessen darstellen (Schweiger, 2017, S.8). Individuen sind in ihrem Alltag einer Vielzahl von Informationen ausgesetzt. In dieser Informationsfülle erfolgt zunächst eine Informationsselektion, welche dazu führt, dass konkrete Informationen das Individuum erreichen und dieses gewillt ist, die Informationen zu verarbeiten. Die zweite Voraussetzung für eine Meinung ist die anschließende kognitive Verarbeitung der Information, die zu zwei Ergebnissen führen kann: Der Umwandlung der Information in Wissen oder in eine Meinung. Wissen und Meinung müssen hierbei explizit voneinander abgegrenzt werden, da sie einen unterschiedlichen Wahrheitsgehalt der Information zum Ausdruck bringen. Als Wissen bezeichnet die philosophische Theorie «die auf Begründungen bezogene und strengen Überprüfungspostulaten unterliegende Kenntnis» (Wissen, 2024, S.533), also Informationen, für deren Wahrheitsgehalt es nachvollziehbare Begründungen gibt, welche nach festgelegten Regeln überprüft werden können. Der Inhalt von Wissen ist somit sowohl nach subjektiven als auch nach objektiven Massstäben wahr und überprüfbar. Eine Meinung wird hingegen im philosophischen Kontext als «Bezeichnung für eine häufig subjektive Orientierungsweise ohne methodische Begründung, die stets unter Irrtumsverdacht steht und gleichwohl Gewissheit (in Form von subjektiver Gewissheit) beanspruchen kann» (Meinung, 2024, S.308) definiert. Anders als beim Wissen erfolgt eine Bewertung der Information ohne zwingende objektive Überprüfbarkeit ihres Wahrheitsgehalts, sondern eher aufgrund eines Gefühls von subjektiver Stimmigkeit.

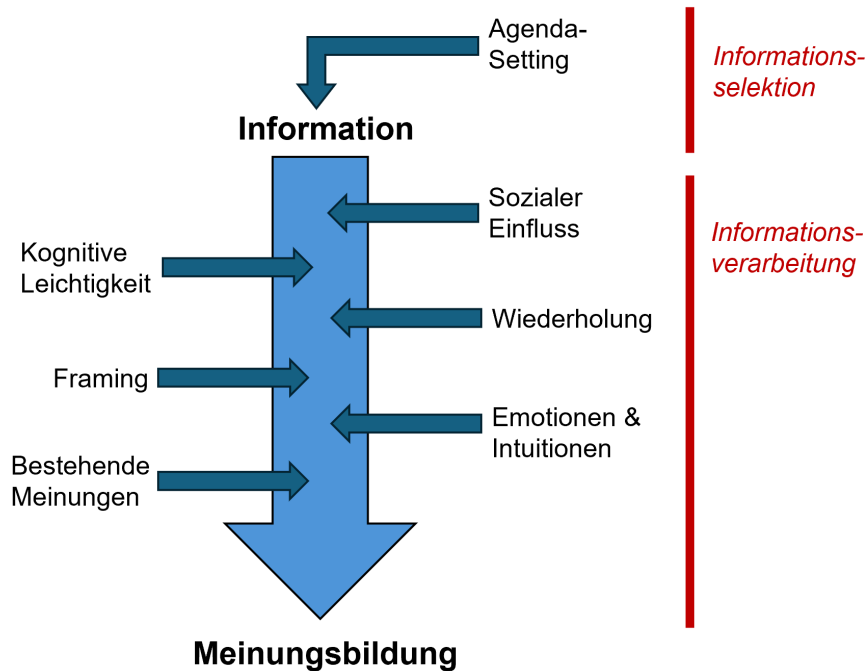
Der Aspekt der Bildung (3) in «politischer Meinungsbildung» betont die Prozesshaftigkeit des Überführens einer Information in eine Meinung und rückt somit bewusst die durch innere und äussere Umstände bedingte Informationsverarbeitung in den Fokus der Untersuchung von Meinungen.

Dementsprechend versteht die vorliegende Arbeit politische Meinungsbildung als Prozess im Individuum, bei welchem Informationen, welche die Regelung gesellschaftlicher Angelegenheiten betreffen, in eine Beurteilung überführt werden, die notwendigerweise subjektive Bestandteile enthält und deren Wahrheitsgehalt objektiv nur unzureichend bewiesen werden kann.

2.2 Faktoren, die zu politischer Meinungsbildung führen

Einflussfaktoren auf die politische Meinungsbildung können an den zwei oben beschriebenen Punkten ansetzen: An der Informationsselektion und an der Informationsverarbeitung, wobei die Informationsselektion die Voraussetzung für die darauffolgende Informationsverarbeitung dient.

Graphisch kann der Weg von der Information zu der politischen Meinungsbildung so dargestellt werden.



[Abb. 1: Meinungsbildungsprozess (eigene Darstellung)]

Prozesse der Informationsselektion bewirken, dass eine Information über bspw. Migration die Informationsverarbeitungsebene des Individuums erreicht. Die Mechanismen Emotionen & Intuitionen, kognitive Leichtigkeit, Wiederholung, Framing, sozialer Einfluss und bestehende Meinungen sind als Instanzen zu verstehen, welche in den Informationsverarbeitungsprozess eingreifen und so wesentlich steuern, welche Meinung über Migration anhand der Information gebildet wird.

Wie die genannten Mechanismen auf die Informationsselektion und -verarbeitung einwirken, soll nun aufgeschlüsselt werden.

2.2.1 Einflussfaktoren auf die Informationsselektion: Agenda-Setting

Um einen Überblick über die Fülle an relevanten Informationen zu bekommen, ist ein jeder auf die Nutzung von Medien angewiesen: Zeitungen, Fernsehen, Social Media, Memes usw. informieren über die Welt und nehmen so auch Einfluss auf das Weltbild jedes Individuums. Dies erfolgt unter anderem, indem Medien bestimmen, welche Informationen als wichtig genug erachtet werden, dass eine Meinung über sie gebildet wird, also indem eine Art «Vorselektion» getroffen wird.

In diesem Kontext wird in der Medienkommunikation häufig der Begriff des «Agenda-Settings» ins Spiel gebracht. Agenda-Setting beschreibt «den Einfluss der Massenmedien auf die Wahrnehmung der Bedeutung von Themen in der Bevölkerung» (Pronold-Günther, 2022, S.6). In einer Untersuchung von McCombs und Shaw wurden Wähler*innen im Zuge des Präsidentschaftswahlkampfes von 1968 zu zwei Aspekten befragt: Welche Medien sie hauptsächlich als Informationsquellen für den Wahlkampf nutzten und welche Themen des Wahlkampfes sie als am wichtigsten erachteten (McCombs, 1972, S.177). Die von den Probanden angegebenen Medien wurden im Anschluss genauer untersucht, um festzustellen, welche Themen besonders prominent und ausführlich von ihnen behandelt wurden. Ein anschließender Vergleich zwischen den Themen, die von den Probanden als wichtig erachtet wurden mit den Schwerpunktthemen der Medien, konnte eine Korrelation aufzeigen: Probanden hielten häufig politische Themen für besonders wahlkampfrelevant, wenn die von ihnen genutzten Medien diese Themen stark hervorhoben und über sie berichteten (McCombs, 1972, S.181).

Zu betonen ist, dass es den Medien im Fall des Agenda-Settings nicht primär um die Informationsbewertung geht. Sie steuern vor allem, welche Informationen überhaupt verarbeitet bzw. als wichtig genug für eine Verarbeitung angesehen werden. Die wahrgenommene Relevanz, ausgelöst durch das Agenda-Setting der Massenmedien, wird hierbei durch verschiedene Variablen determiniert: So führen die häufige Wiederholung, eine prominente Platzierung (bspw. auf der Titelseite einer Zeitung) und eine langanhaltende Konfrontation der Information zu einem stärkeren Auftreten des Agenda-Settings.¹

Insgesamt lässt sich feststellen, dass das Konzept des Agenda-Settings die Informationsselektion und die wahrgenommene Relevanz der Information prägt. Das primäre Ziel von Agenda-Setting ist, den Rahmen dafür zu setzen, worüber nachgedacht wird. Es geht weniger darum, was das Individuum davon denkt bzw. wie sein entsprechendes Urteil ausfällt (McCombs, 1972, S.177).

¹ Als aktuelles Beispiel des Phänomens des Agenda-Settings lässt sich das gesellschaftliche Problem des Klimawandels und den medialen Umgang damit nennen. Als Greta Thunberg 2018 mit ihrem Protest gegen die Klimapolitik in Form eines Schulstreiks begann, dauerte es nicht lange, bis sich die Bewegung Fridays for Future international aufbaute. Medial erhielt das Thema «Klimawandel» enorme Aufmerksamkeit und das Bewusstsein für Klimaschutz schien gesamtgesellschaftlich erhöht. Mittlerweile hat die Zahl der Berichte zu Klimafragen stark abgenommen – ob das nun auf die Verschattung durch andere Krisen oder auf eine allgemeine Kurzlebigkeit der Bewegung zurückzuführen ist, sei dahingestellt. Fakt ist, dass die gesellschaftliche Affinität zu Problemen im Zusammenhang mit dem Klimawandel ebenso abgenommen hat, wie die sich darauf beziehende Berichterstattung – ohne, dass das Thema an sich an Signifikanz für die Gesellschaft verloren hat.

2.2.2 Einflussfaktoren auf die Informationsverarbeitung

Aspekte, die beeinflussen, was das Individuum denkt oder was es von einem Thema hält, wirken in der Informationsverarbeitung. Einflüsse von aussen, aber auch im Individuum selbst, prägen den Umgang mit Informationen und führen schlussendlich zur politischen Meinungsbildung. Im Folgenden wird auf die sechs Einflussfaktoren «Emotionen & Intuitionen, kognitive Leichtigkeit, Wiederholung, Framing, sozialer Einfluss, bestehende Meinungen» eingegangen, die aufgrund der Recherche als besonders wichtig eingestuft wurden. Es besteht allerdings nicht der Anspruch, dass sämtliche mögliche Aspekte abgedeckt werden, welche den Meinungsbildungsprozess im Zuge der Informationsverarbeitung beeinflussen.

Ebenfalls wichtig ist anzumerken, dass sich die Literatur nicht immer konkret auf *politische* Meinungsbildung bezieht – der wissenschaftliche Fokus der beschriebenen Faktoren liegt auf allgemeinen Meinungsbildungsprozessen. Da die politische Meinung aber nichts anderes darstellt als eine Teilmenge von Meinungen im Generellen, werden diese Faktoren dennoch auf den für diese Arbeit nötigen politischen Kontext übertragen.

2.2.2.1 Emotionen & Intuitionen

Im November 2024 bildeten sich 77 Millionen Menschen ihre Meinung zugunsten Donald Trumps (Statista Research Department, 2025) und wählten ihn als neuen Präsidenten der Vereinigten Staaten. Bei Verfolgung des Wahlkampfes war überraschend, dass viele Aussagen Trumps nicht vollständig auf Fakten basierten, zum Teil sogar frei erfunden waren. Als Beispiel lassen sich Falschaussagen über Migrant*innen, Inflationsraten oder Umweltaspekte (Dale, 2025) auflisten. Trotzdem war die (häufige) Abwesenheit von auf Fakten fundierten Argumenten offensichtlich für die Mehrheit der Amerikaner*innen kein Grund, ihre Meinung zu Donald Trump zu verändern bzw. nicht für ihn zu stimmen.

Im Kontext von Meinungsbildungsprozessen kann dies als Hinweis gewertet werden, dass rationale Argumente, die also auf Basis von Fakten die Rezipient*innen überzeugen möchten, nicht der primäre Einflussfaktor auf die politische Meinung sind. Tatsächlich ergab die dieser Arbeit zugrunde liegende Recherche, dass nicht der Verstand samt objektiver Logik die grösste Bedeutung für die persönliche Meinungsbildung hat, sondern etwas anderes: Emotionen. Ein Psychologe, der sich besonders stark mit dem Verhältnis zwischen Rationalität und Emotionalität auseinandersetzt, ist Jonathan Haidt, der in diesem Kontext das sogenannte Social Intuitionist Model entwickelte.

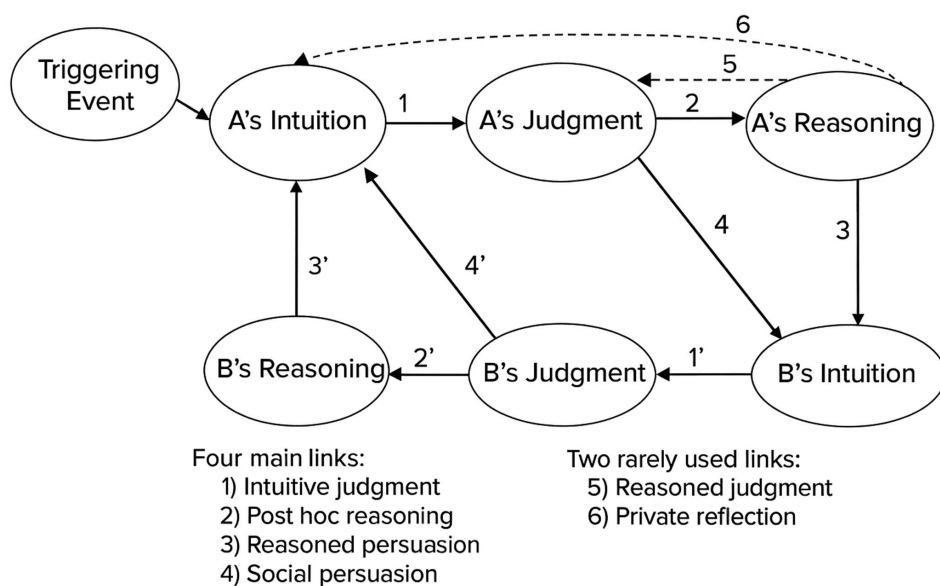
Das menschliche Denken fasst Haidt in einem ersten Schritt als «Cognition» zusammen. Als Teilmengen der Kognition definiert er Intuition und Reasoning, die sich gegenüberstehen. In diesen beiden Begriffen vollzieht Haidt die Gegenüberstellung von Emotionalität und Rationalität; er benutzt sozusagen präzisierte Begriffe. Intuitionen sind für ihn «the dozens or hundreds of rapid, effortless moral judgments and decisions that we all make every day» (Haidt, 2012, S.45). Er grenzt Intuition insofern von Emotionen ab, als dass er Intuitionen als subtiler und unbewusster beschreibt. Dennoch weist er darauf hin, dass Emotionen durchaus ein Bestandteil von Intuitionen sind. Konträr dazu beschreibt Haidt Reasoning als «process by which we describe how we think we reached a judgment, or how we think another person could reach that judgment.» (Haidt, 2012, S.43). Reasoning steht sinnbildlich für den Verstand, der nicht automatisch, sondern bewusst und strategisch agiert und bewertet.

Um beide Denkprozesse in einen Zusammenhang zu bringen, nutzt Haidt in seiner «The Happiness Hypothesis» eine Analogie eines Elefanten und dessen Reiter, in welcher der Elefant die Intuition, samt automatischer Prozesse und Emotionen verkörpert und der Reiter die kontrollierten Denkprozesse, also den Verstand bzw. das Reasoning symbolisiert. In ihrem Zusammenspiel ist der Reiter als Diener des Elefanten zu begreifen: Sobald ein äusserer Reiz von der Kognition registriert wird, reagiert der Elefant auf diesen, indem er den Reiz beurteilt bzw. einen «Urteilstweg» einschlägt. Die Aufgabe des Reiters ist es nun, nachträglich zu erklären und zu rechtfertigen, warum sich der Elefant für diesen Weg entschieden hat. Ausserdem fungiert der Reiter als Berater des Elefanten, hat allerdings wesentlich weniger Entscheidungsmacht als der Elefant (Haidt, 2012, S.45f.).

Auch Kahneman identifiziert ein ähnliches Pendant zu Haidt's Gegenüberstellung von Intuition und Reasoning. Er beschreibt diese beiden Denkprozesse in seinem Buch «Schnelles Denken, langsames Denken» als System 1 und System 2, wobei System 1 mit dem Elefanten in Verbindung gebracht werden kann, also sinnbildlich für alle automatischen, schnellen und einfachen Denkprozesse steht, für die man sich nicht aktiv anstrengen muss (Kahneman, 2017, S.33). System 2 hingegen ist das langsame Denken, welches komplex, bewusst und logisch agiert, also mit dem Reiter aus Haidt's These vergleichbar ist (Kahneman, 2017, S.33f.). Kahneman sieht das Verhältnis zwischen System 1 und System 2 ähnlich wie Haidt das Verhältnis des Elefanten und Reiters: System 1 ist immer aktiv und reagiert intuitiv auf Reize. Erst wenn System 1 keine zufriedenstellende Verarbeitung auf einen Reiz liefern kann, wird System 2 richtig mobilisiert und sucht nach der passenden Reaktion (Kahneman, 2017, S.37).

Die zentrale These, welche Haidt mit seiner Analogie aufstellt, die aber auch indirekt von Kahneman unterstützt wird, lautet also: Zuerst kommt die Intuition, dann folgt das strategische Reasoning (Haidt, 2012, S.50).

Das Verhältnis von Intuition und Reasoning fasst Haidt wissenschaftlich in seinem Social Intuitionist Model zusammen:



[Abb. 2: SIM (Haidt, 2012, S. 47)]

Das Social Intuitionist Model (SIM) zeigt auf, wie die moralische Urteilsbildung zustande kommt. Wie oben erläutert, führt die Intuition eines Individuums zu der Beurteilung des Reizes (1). Erst nachdem das Urteil bereits vollzogen wurde, erfolgt die rationale Begründung (2), welche darauf ausgelegt ist, Gründe zu finden, warum andere ebenfalls auf dasselbe Urteil gelangen sollten (Haidt, 2012, S.44). Es ist in diesem Kontext wichtig zu betonen, dass das moralische Reasoning nicht als objektiver Denkprozess zu verstehen ist, mit dem die eigene Bewertung überprüft und nach der «Wahrheit» gesucht wird. Vielmehr ist das Reasoning ein kommunikatives Werkzeug, das dazu dient, die eigene Beurteilung auch auf andere auszuweiten, sie also ebenfalls vom eigenen Standpunkt zu überzeugen und diesen zu rechtfertigen (Haidt, 2012, S.50).

In den meisten Fällen wird das moralische Urteil also durch Intuitionen gefällt. Wichtig hervorzuheben ist trotzdem, dass der Verstand dennoch als Berater fungiert und das Urteil der Intuition aufweichen kann (5, 6). Insbesondere in Versuchen, in denen Probanden einige Minuten warten mussten, bis sie ihr Urteil aussprechen durften, waren die finalen Urteile rational gefärbter (Haidt, 2012, S.69f.). Gestützt auf Kahneman kann man hier den Schluss ziehen, dass es durch die Wartezeit möglich war, System 2 zu mobilisieren und somit am Entscheidungsprozess vermehrt zu beteiligen.

Haidt bezog sein Modell nicht explizit auf Meinungsbildungsprozesse, sondern legte den Schwerpunkt auf die moralische Urteilsbildung. Diese Arbeit überträgt das SIM dennoch auf die Mechanismen der politischen Meinungsbildung, da Meinungen im politischen Kontext oft moralisch stark aufgeladen sind: Meinungen zu Streitpunkten wie Migration, Abtreibung oder Steuererleichterungen sind stark davon abhängig, welche moralischen Grundhaltungen vertreten werden. Wenn Meinungen also auf moralischen Beurteilungen und Grundhaltungen basieren, und diese wiederum primär aufgrund von Intuitionen erfolgen, dann ist das Social Intuitionist Model und sein Verständnis von Intuitionen auch für Meinungsbildungsprozesse von Bedeutung.

Die Bedeutung von Intuitionen gegenüber Reasoning wurde durch die Analogie mit Elefant und Reiter sowie durch Haidt's Maxime «Intuitions come first, strategic reasoning second» (Haidt, 2012, S.50) nun geklärt: Die Intuition beurteilt eine Information, das Reasoning sucht nach Begründungen, warum das Urteil der Intuition auf diese Art ausgefallen ist. Offen bleibt allerdings die Frage, wie die intuitive Beurteilung zustande kommt. Welche Bedingungen führen dazu, dass bestimmte politische Aussagen als stimmig, überzeugend oder falsch empfunden werden?

Grundsätzlich gilt, dass sich die Intuition in der Urteilsbildung an den Gefühlen des Individuums orientiert. Wenn Informationen gute Gefühle im Individuum auslösen, dann wird dessen Intuition diese auch positiver bewerten und umgekehrt. Haidt drückt es kurz und knapp aus: «If I'm feeling good, I must like it, and if I'm feeling anything unpleasant, that must mean I don't like it.» (Haidt, 2012, S.60). Allerdings verschiebt diese Erkenntnis die aufgeworfene Frage nur einen Schritt weiter: Welche Umstände führen dazu, dass Informationen zu guten/schlechten Gefühlen führen, sodass die Intuition die Informationen positiver/negativer beurteilt? Die weiteren fünf Einflussfaktoren sind unter anderem deswegen bedeutsam für den Meinungsbildungsprozess, weil sie zum Aufkommen von diesen Gefühlen führen; also indem sie auf die Intuition der Individuen einwirken. – Wie diese Einwirkung erfolgt, soll nun in den weiteren Abschnitten aufgeschlüsselt werden.

2.2.2.2 Kognitive Leichtigkeit

Als weiterer wichtiger Einflussfaktor auf die politische Meinungsbildung lässt sich das Prinzip der kognitiven Leichtigkeit aufführen, auch Fluency oder Cognitive Ease genannt. Darunter versteht man «das subjektive Erleben der Leichtigkeit [...] mit der wir Informationen wahrnehmen und verarbeiten.» (Stegemann, 2024, S.165). Diese beschriebene Leichtigkeit hat Einfluss auf die Beurteilung und Wahrnehmung von Informationen und bezieht sich unter anderem auf zwei Aspekte: Die Leichtigkeit der Verarbeitung einer Information; also wie einprägsam und verständlich die Information ist, und die Leichtigkeit des Abrufens einer Information; also wie leicht man sich an die Information erinnern kann (Stegemann, 2024, S.172). In beiden Fällen ist die kognitive Leichtigkeit für den Menschen ein erstrebenswerter Zustand, denn vereinfachte oder vertraute Informationen werden vom Individuum kognitiv leichter verarbeitet, was Gefühle von Mühelosigkeit und Stimmigkeit erzeugt. Durch diese positiven «Verarbeitungsgefühle» erfolgt intuitiv eher eine zustimmende Bewertung der Information, sodass sich die Information für das Individuum wahr anfühlt. Das Individuum assoziiert kognitive Leichtigkeit also mit Wahrheit (Stegemann, 2024, S.172).

Hinzukommt, dass bei leicht zu verarbeitenden Informationen nicht die Notwendigkeit besteht, diese einer vertieften kognitiven Analyse zu unterziehen, welche den Wahrheitsgehalt der Informationen hinterfragen könnte (Stegemann, 2024, S.172). Oder um sich auf Kahneman zu stützen: Wenn die Verarbeitung einer Information derart simpel ist, dass System 1 alleine damit fertig wird, dann ist die Mobilisierung von System 2, welche tiefgründiger und faktenbasierter wäre, unnötig. Stattdessen reicht eine oberflächliche Auseinandersetzung mit den Informationen, die emotionaler und intuitiver ist und wegen der geringeren kognitiven Beanspruchung den Wahrheitsgehalt weniger anzweifelt. (Herrmann, 2019, Nicht lange überlegen).

Für die politische Meinungsbildung lässt sich daraus schliessen, dass Informationen und Aussagen von Dritten eher als stimmig und wahr empfunden werden, wenn sie eine einfache und klare Botschaft haben (Herrmann, 2019, Nicht lange überlegen).² Irrelevant ist dabei, ob diese Informationen tatsächlich fundiert sind oder zu einer umsetzbaren Lösung führen. Der Grad an kognitiver Leichtigkeit sagt nichts aus über den Wahrheitsgehalt der Information, schafft es aber dennoch, diese als wahrer erscheinen zu lassen und so die Meinungsbildung zu beeinflussen.

² Die kognitive Leichtigkeit kann auch als Erklärungsansatz für den Aufstieg von stark polarisierenden Parteien gewertet werden, wie es beispielsweise bei der deutschen Bundestagswahl 2025 bei der Partei AfD der Fall war: In einer Welt, in der die Probleme schier immer komplexer und vielfältiger werden, wirken vereinfachende Argumente, pauschale Schuldzuweisungen (Alternative für Deutschland, 2025, S.112) und klare Lösungsansätze, wie Remigration, die Abschaffung von Vermögens- und Erbschaftssteuer oder der Austritt aus dem Eurosystem (Alternative für Deutschland, 2025, S.106ff., S.60, S.61) aufgrund der kognitiven Leichtigkeit anziehend auf grosse Teile der Bevölkerung. Die Lösungsansätze sind leicht und für unterschiedlichste Bevölkerungsschichten zu verstehen und versprechen, dass die gewünschten Veränderungen einfach möglich sind. Also werden die mit den Lösungsansätzen verbundenen Meinungen eher als wahr empfunden.

2.2.2.3 Wiederholung

Das Konzept der Wiederholung von Informationen ist gleich in mehrfacher Hinsicht relevant im Prozess der politischen Meinungsbildung. Zum einen trägt die Wiederholung von Informationen, wie bereits erwähnt, im Rahmen des Agenda-Settings dazu bei, dass bestimmte Informationen als wichtig erachtet werden und deswegen für eine Informationsverarbeitung selektiert werden. Allerdings setzt der Mechanismus der Wiederholung auch bei der Informationsverarbeitung an, beeinflusst also nicht nur, worüber nachgedacht wird, sondern auch in welche Richtung gedacht wird. Dies beschreibt der Psychologe R. Zajonc durch den Mere-Exposure-Effekt. Darunter versteht er ein Phänomen mit folgender Kernaussage: «mere repeated exposure of the individual to a stimulus is a sufficient condition for the enhancement of his attitude toward it. By “mere exposure” is meant a condition which just makes the given stimulus accessible to the individual’s perception» (Zajonc, 1968, S.1). Matthes fasst den von Zajonc beschriebenen Effekt treffend zusammen: «Die alleinige wiederholte Darbietung eines Reizes reicht aus, um diesen besser zu bewerten» (Matthes, 2022, S.109). Das Prinzip dahinter ist vergleichsweise simpel: Wenn nach wiederholter Darbietung eines Reizes keine ersichtlichen Konsequenzen für das Individuum zu erkennen sind, entfallen potenzielle Gründe für eine ablehnende Haltung, sodass es zu einem Annäherungsverhalten gegenüber dem Reiz kommt, dieser vertrauter wird und neutraler oder sogar positiver wahrgenommen wird. (Matthes, 2022, S.111)

Angewendet auf die politische Meinungsbildung sagt der Mere-Exposure-Effekt dementsprechend aus, dass die gesellschaftliche Akzeptanz, die wahrgenommene Wahrheit und somit auch die Wahrscheinlichkeit der Übernahme einer politischen Meinung erhöht wird, wenn die Meinung oft genug in der Öffentlichkeit wiederholt wird.

Die Ausprägung des Mere-Exposure-Effekts ist dabei besonders gross, wenn der Reiz unbewusst vermittelt wird, sich das Individuum also nicht mehr an dessen Darbietung erinnern kann. (Matthes, 2022, S.112) Der Mere-Exposure-Effekt setzt also auf einer latenten Bewusstseinsebene an, was ihn umso interessanter für Meinungsbildungsprozesse macht, weil er bestätigt, dass Meinungen eines Individuums auch gebildet werden können, wenn keine aktive Auseinandersetzung mit Argumenten stattfindet, sondern eine externe Informationen nur nebenbei registriert werden. Die Beeinflussung erfolgt also, ohne dass es bemerkt wird.

Im Kontext der kognitiven Leichtigkeit hat der Mere-Exposure-Effekt eine unterstützende Wirkung: Durch Wiederholung wird eine Vertrautheit zu einem Reiz geschaffen, durch diese der Reiz nicht nur positiver wahrgenommen wird, sondern auch leichter abrufbar ist, weil er bereits bekannt ist. Somit trägt Wiederholung zur kognitiven Leichtigkeit bei (Stegemann, 2024, S.169; Kahneman, 2017, S.89).

In seinen Studien zu der Wirkungsweise des Mere-Exposure-Effekts stellte Zajonc jedoch auch fest, dass der Einfluss des Effekts auf die Wahrnehmung der Rezipient*innen abhängig von der Menge der Wiederholungen ist. So wird die positivere Wahrnehmung des Reizes bei zu vielen Wiederholungen wieder geschmälert; die Rede ist von einem Sättigungseffekt (Matthes, 2022, S.112).

2.2.2.4 Framing

Ein weiterer Mechanismus, welcher im Zuge der politischen Meinungsbildung den Informationsverarbeitungsprozess formt, ist das Prinzip des Framings. Die in den meisten Quellen gängige Definition von Entman lautet: «To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, casual interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described.» (Entman, 1993, S.52). Die Art und Weise, wie eine Information präsentiert wird, setzt gewissermassen den Rahmen («Frame») innerhalb dessen die Information verarbeitet und bewertet wird. Als Idealtypus des Framings werden vier Dimensionen identifiziert. Entman betont allerdings, dass nicht immer alle Elemente in einem Frame vorhanden sein müssen, um diesen als solchen zu bezeichnen.

Die Problemdefinition (1) bezieht sich auf die im Framing hervorgehobenen Aspekte eines Themas, indem ein konkretes Problem beleuchtet wird. Die kausale Interpretation (2) identifiziert die Ursache des Problems und ist die Basis für die moralische Bewertung (3) des Gegenstands des Problems. In der Handlungsempfehlung (4) wird vorgeschlagen, wie das beleuchtete Problem gelöst werden kann (Tottmann, 2022, S.130).

Als Beispiel für die Präsenz des Framing-Phänomens ist die Rhetorik des rechtsextremen Björn Höcke von der deutschen Partei AfD geeignet, welche stark völkische und rassistische Züge aufweist. Eine der Meinungen, welche von der AfD aber auch von Björn Höcke mit grosser Vehemenz vertreten wird, ist die Forderung nach einer starken Reduktion der Migration oder sogar Remigration (Alternative für Deutschland, 2025, S.100f.). Die Art und Weise, wie diese Forderung rhetorisch ausgedrückt wird, ist nun der wesentliche Punkt des Framings. Höcke nutzt zum einen den Blickwinkel des Schutzes, indem er auf einer Grenzschiessung plädiert mit der Begründung, dass diese als Defensive für die Bewahrung der deutschen oder europäischen Kultur diene: «Europa ist der Kontinent der Aufklärung. Und Europa soll der Kontinent der Aufklärung bleiben.» (Tottmann, 2022, S.134) Zum anderen bedient er sich der Perspektive der Bedrohung, indem er negative Attribute wie Dummheit, unkontrollierte Triebsteuerung oder Rücksichtslosigkeit (Tottmann, 2022, S.134) auf Migrant*innen projiziert, welche der deutschen Kultur schaden: «Wir wollen nach unseren Werten und Sitten leben, wir wollen unsere Kultur erhalten, wir wollen nicht zurück ins Mittelalter [Höcke über Menschen aus muslimisch geprägten Ländern]» (Tottmann, 2022, S.134). Indirekt drückt Höcke also durch die beiden Frames aus, dass die Prinzipien der Aufklärung nicht mit der Kultur von muslimisch geprägten Ländern zu vereinbaren sind. Die Problemdefinition des Framings ist in beiden Fällen das scheinbar zweifelhafte Bestehen der «deutschen» Kultur. Als Ursache des bevorstehenden Kulturverlusts werden Migrant*innen und mangelnde politische Handlungen beklagt. Der Blick auf die Kultur bzw. die moralische Bewertung erfolgt allerdings unterschiedlich in den beschriebenen Frames und löst dadurch auch andere Reaktionen im Publikum aus. Beim ersten Frame wird der scheinbar positive Vorteil einer Grenzschiessung in den Fokus der Aufmerksamkeit gelenkt. Höcke inszeniert einen positiven Rahmen, in dem er als Wohltäter fungiert, der an den Nationalstolz und somit die positiven Gefühle des Publikums appelliert. Im Kontrast dazu schafft die Bedrohungsperspektive einen negativen Rahmen, welcher Angst vor Migrant*innen auslösen soll und sie moralisch diskreditiert. Bei der Handlungsempfehlung greifen beide Frames wieder ineinander: Die Bevölkerung soll so wählen, dass eine Grenzschiessung und somit auch die Bewahrung der «deutschen» Kultur gewährleistet ist.

Die Information der Bewahrung der deutschen Kultur wurde also durch Framing mit unterschiedlichen Schwerpunkten präsentiert, welche einen Einfluss auf die Informationswahrnehmung und somit auch auf die Informationsverarbeitung haben.

Framing ist ein gutes Beispiel dafür, wie zwei inhaltlich annähernd gleiche Aussagen («Wir müssen, unsere Grenzen schliessen, um unsere Kultur zu schützen»/»Wir müssen unsere Grenzen schliessen, damit unserer Kultur nicht geschadet wird») die Richtung der Denkprozesse steuern, indem unterschiedliche Assoziationen hervorgerufen und somit auch die Meinungsbildungsprozesse massgeblich geformt werden.

2.2.2.5 Sozialer Einfluss

Der soziale Einfluss beschreibt, wie sehr das Individuum in seiner Meinungsbildung durch Personen im Umfeld geprägt wird. Die Orientierung an anderen Menschen ist insgesamt von grosser Relevanz für die gesamte gesellschaftliche Ordnung, weil bspw. Gesetze oder andere Organisationsprinzipien nur dann funktionieren können, wenn genügend Individuen partizipieren, also gemeinsame Verhaltensweisen akzeptieren und adaptieren.

Ein Beweis für diesen gruppengeprägten Einfluss auf die Meinung liefert Solomon Asch in einem Experiment von 1951. Sein Ziel war es, herauszufinden, ob sich ein Individuum dem Gruppendruck beugt, wenn es in eine Situation gerät, in der die objektiv wahrnehmbaren Tatsachen im starken Konflikt mit der Gruppenmeinung stehen (Asch, 1951, S.177). Eine derartige Situation führte er herbei, indem er einer Gruppe von 8 College-Student*innen den Auftrag gab, die Länge einer Linie mit der Länge von drei weiteren Linien zu vergleichen und anschliessend die Linie zu identifizieren, welche mit der Länge der ersten Linie übereinstimmt (Asch, 1951, S.178f.). Das Ergebnis der Student*innen musste jeweils in der Runde verkündet werden. Von den 8 Student*innen war allerdings nur jemand tatsächlich eine Testperson, die restlichen sieben hatten im Voraus die Instruktion erhalten, bei einigen der vorgelegten Bilder einstimmig falsche Beurteilungen auszurufen. So stand die Testperson nun im inneren Konflikt: Sollte sie «ihren Augen trauen», also die Linie vertreten, die ihr der Verstand suggeriert, oder das Vertrauen in die Gruppe setzen und sich der objektiv falschen Mehrheitsmeinung anschliessen?

Das Experiment kam zum Ergebnis, dass ein Drittel der Schätzungen der Testpersonen Fehler aufwies, die den Fehlern der Gruppe entsprachen oder in deren Richtung gingen (Asch, 1951, S.182). Zwar widerstanden 68% der Testpersonen dem Gruppendruck, trotzdem ist die Quote Fehlgeleiteter hoch – insbesondere, wenn bedacht wird, dass die Frage «Welche Linie stimmt mit dieser Linie überein?» vergleichsweise simpel ist, da es im Gegensatz zu vielen gesellschaftlichen und politischen Fragen eine eindeutige Antwort gibt.

Das Phänomen, das hinter dem Anschliessen an eine (auch fehlerhafte) Mehrheitsmeinung steht, nennt sich Social Proof oder auch sozialer Beleg. Cialdini (Stegemann, 2024, S.341) definiert Social Proof als «die Tendenz, eine Handlung als angemessen zu betrachten, weil andere sie ausführen.» Oder ausgedrückt durch Hermann: «Menschen glauben an Dinge, weil sie erfahren, dass andere daran glauben.» (Herrmann, 2019, Die Meinung der anderen).

Aber warum besteht diese Tendenz bzw. warum lassen sich Menschen von Gruppenmeinungen beeinflussen?

Stegemann (2024, S.338) unterscheidet bei der Analyse des Gruppeneinfluss zwischen informativem und normativem Einfluss der Gruppe auf das Individuum.

Der *informative* Einfluss von Gruppen beschreibt, dass sich der Mensch in ihm unbekanntem Situationen am Verhalten der Gruppenmitglieder orientiert. Er adaptiert also ihr Verhalten oder lässt sich anderweitig von ihnen informieren, um sich bestmöglich zurechtzufinden und Unsicherheiten abzumildern (Stegemann, 2024, S. 338). Das Phänomen von Social Proof ist in diesem Kontext deshalb stark ausgeprägt, weil die «Annahme, dass andere Menschen in einer bestimmten Situation mehr wissen als man selbst» (Stegemann, 2024, S.341) besteht. Auch das Prinzip der kognitiven Leichtigkeit spielt bei Gruppenmeinungen wieder eine Rolle: Es ist viel einfacher, eine Gruppenmeinung zu übernehmen, als selbst Informationen zu recherchieren, Fakten gegeneinander abzuwiegen oder sonstigen kognitiven Aufwand zu betreiben. Wenn eine Gruppe eine Meinung vertritt, wird davon ausgegangen, dass diese Überzahl an Menschen wohl mehr und bessere Informationen besitze als man selbst, die Gruppenmeinung also gerechtfertigt und fundiert sei, weswegen man sich ihr anschliesst, ohne sie weiter zu überprüfen.

Der *normative* Einfluss hingegen triggert primär das menschliche Bedürfnis nach sozialer Zugehörigkeit, indem er dazu führt, dass sich das Individuum in seinen Handlungen an den Erwartungen und Normen einer grösseren Gruppe orientiert (Stegemann, 2024, S.338). Normen definiert Stegemann als «(Un)ausgesprochenen Code, der in unserer Denkweise verankert ist und daher unser Verhalten in (non-verbalen) Interaktionen mit anderen und unserer Umgebung steuert.» (Stegemann, 2024, S.339). Normen sind also gewissermassen soziale Regeln, an die sich das Individuum halten muss, wenn es nicht soziale Sanktionen riskieren möchte. Gruppenmeinungen können die Rolle von Normen übernehmen, indem das Individuum, das sich ihnen nicht anschliessen möchte, aus der Gruppe «verstossen» wird. Unterschwellig wird suggeriert, dass die Gruppenmeinung der Wahrheit entspricht und es keinen Platz für Personen gibt, welche diese «Wahrheit» nicht anerkennen. Die Übernahme von Gruppenmeinungen dient also oft schlicht der Vermeidung von sozialer Isolation.

Eine Gemeinsamkeit haben alle Aspekte des Gruppeneinflusses: Die Vermeidung von Unsicherheit, die Gewährleistung von kognitiver Leichtigkeit, die Garantie von sozialer Zugehörigkeit; sie alle wecken positive Gefühle oder in anderen Worten: Sie sorgen für die Tendenz, sich intuitiv für den Weg der Gruppenmeinung zu entscheiden

An dieser Stelle bietet es sich an, noch einmal das Social Intuitionist Model von Haidt zu Rate zu ziehen, da der soziale Einfluss in das Modell sogar explizit integriert wurde (Haidt, 2012, S.47). Pfeil 3 und 4 (siehe Graphik auf S.11) beschreiben die zwei Arten der Überzeugungskraft: Social Persuasion und Reasoned Persuasion, welche beide Einfluss auf die Intuition des Gegenüber nehmen. Die Reasoned Persuasion drückt sich durch Gründe und Argumente von Person A aus, welche dann überzeugend wirken, wenn sie eine positive intuitive Reaktion auslösen bzw. sich für Person B stimmig anfühlen. Die Social Persuasion kommt dem beschriebenen Phänomen des Social Proof näher, indem schon die blosser Enthüllung einer Meinung von Person A (oder Gruppe A), aufgrund der oben beschriebenen Aspekte die Intuition und somit auch die Meinungsbildung von Person B beeinflussen kann (Haidt, 2012, S.47).

Haidt gewichtet den Einfluss von anderen auf die eigene Meinung als so gross, dass er es als wahrscheinlicher ansieht, dass die Meinung durch andere als durch Selbstreflexion geändert wird: «Far more common than such private mind changing is social influence.» (Haidt, 2012, S.47).

Das ist eine gute Nachricht für Diskussionen, in denen man sein Gegenüber von der eigenen Meinung überzeugen will. Warum gelingt es dann dennoch so selten, jemanden in einer Argumentation von seinem Standpunkt restlos zu überzeugen? Weil sich die Argumentation in den meisten Fällen auf das Reasoning und nicht auf die Intuition richtet. Rationale Argumente sind intuitiv allerdings nicht überzeugend; eine Meinung muss sich intuitiv stimmig anfühlen und anfühlen. Haidt betont deswegen, wie wichtig es ist, sich in einer Diskussion an die Intuition des Gegenübers zu richten, indem man sich in die andere Person hineinversetzt und versteht, welche Punkte dazu führen, dass sie ihren Standpunkt vertritt (Haidt, 2012, S.49). Wärme, Freundlichkeit und Respekt sind Tugenden, die er jedem nahelegt, der andere von seiner Meinung überzeugen möchte (Haidt, 2012, S.48), weil dies die Wahrnehmung der Situation für die Intuition des Gegenüber gleich positiver macht.

Mit den gesammelten Erkenntnissen über die Bedeutung des sozialen Einflusses, die Entscheidungsmacht der Intuition und deren Affinität für positive Stimmung wird ersichtlich, wie sehr ein jeder Einfluss auf die Meinungsbildung anderer nehmen kann, wenn man nur weiss, wie.

2.2.2.6 Bestehende Meinungen

Wenn Meinungsbildungsprozesse im Zentrum der Betrachtung stehen, muss sich vor Augen gehalten werden, dass kein Individuum als «leeres Blatt» auf einen neuen Reiz reagiert. Stattdessen ist das Individuum als Flickenteppich von schon bestehenden Meinungen zu verstehen, welche in neue Meinungsbildungsprozesse intervenieren und eine gänzlich unvoreingenommene Meinungsbildung unmöglich machen.

Dieser Prozess des Intervenierens wird in der Fachliteratur durch den Begriff des «Motivated Reasoning» veranschaulicht. Er besagt, dass Motivationen die Informationsverarbeitung insofern beeinflussen, als dass sie mitbestimmen, wie Meinungen gebildet, bewertet und wie auf sie zugegriffen wird (Kunda, 1990, S. 480). Das Individuum hat bei einem Denkprozess stets eine Motivation bzw. ein Motiv, zu einer gewissen Schlussfolgerung zu kommen und wird deswegen seinen Informationsverarbeitungsprozess darauf ausrichten, zu jener zu gelangen. Das «universelle» Ziel im Kontext von Meinungsbildungsprozessen ist die Aufrechterhaltung des eigenen Weltbildes samt bestehender Meinungen, sowie die Aufrechterhaltung des positiven Selbstbildes (Herrmann, 2019, Meine Rede!). Ein neuer Reiz, bspw. eine Meinung Dritter wird also nach Möglichkeit so bewertet, dass der Reiz in das bestehende Weltbild passt oder es sogar bestätigt. Denn wenn die Bewertung des Reizes dazu führen würde, dass bestehende Meinungen verworfen werden müssten, wäre einzugestehen, in der Vergangenheit im Unrecht gewesen zu sein; ein Umstand, den niemand gerne zugeben möchte.

Meistens erfolgt auf unliebsame Informationen nicht die Anpassung der eigenen, schon bestehenden Meinung, sondern eine bedingungslose Beharrlichkeit auf der eigenen Position, welche eine Abwertung oder Ausblendung der unstimmgigen Informationen mit sich zieht (Herrmann, 2019, Meine Rede!).

Diese Hartnäckigkeit der Aufrechterhaltung der eigenen Meinung wird durch zwei Mechanismen des Motivated Reasoning ermöglicht:

Der *Bestätigungsfehler*, auch Confirmation Bias genannt, beschreibt die menschliche Tendenz, stets die Informationen zu suchen und in den Fokus der Aufmerksamkeit zu rücken, welche die eigene Meinung bestätigen (Herrmann, 2019, Meine Rede!). Statt im Rahmen einer Diskussion also balanciert Informationen zu beiden Meinungen zu suchen, werden aktiv die Informationen gesucht, die der eigenen Meinung recht geben. Wieder gilt: Diese Form der Bestätigung ist nicht auf Wahrheit, sondern einzig auf die Aufrechterhaltung des eigenen Welt- und Selbstbilds ausgerichtet (Herrmann, 2019, Meine Rede!).

Auch beim *Assimilations-Kontrast-Effekt* spielen bestehende Meinungen bei der Bewertung von neuen Reizen eine Rolle. Pronold-Günther (2022, S.6) spricht von einer «Wahrnehmungsverzerrung bei der Einschätzung neuer Meinungen und Informationen». Es findet ein Vergleich zwischen der eigenen, bestehenden Meinung und der konfrontierenden Meinung statt. Der Assimilations-Kontrast-Effekt sagt aus, dass Meinungen, welche in Richtung der eigenen Meinung gehen, als noch ähnlicher zu der eigenen Meinung empfunden werden, als sie tatsächlich sind, wohingegen Meinungen, die eher konträr zu der eigenen Meinung sind, als noch gegensätzlicher wahrgenommen werden.³

Eine wichtige Folge des Bestätigungsfehlers und des Assimilations-Kontrast-Effekts ist dementsprechend Polarisierung. Durch vielfache Bestätigung der eigenen Meinung wird nämlich auch die Vehemenz erhöht, mit der jene nach aussen vertreten wird (Herrmann, 2019, Meine Rede!). Gleichzeitig steigt das Unverständnis für die andere Seite, welche die gegensätzliche Position vertritt, da sich beide Parteien nahezu ausschliesslich mit Informationen befassen, welche ihre bestehende Meinung unterstützen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass bestehende Meinungen den Horizont für die Bildung von neuen Meinungen insofern reduzieren, als dass sie als eine Art Kompass fungieren, an den sich neue Informationen auszurichten haben. Damit neue Meinungen mit anderer Ausrichtung gebildet werden können, müssen also bestehende Meinungen überschrieben oder verändert werden, was ein schwieriges psychologisches Unterfangen ist. Häufiger werden Informationen so bewertet, dass die Meinungsbildung, welche in der Vergangenheit vollzogen wurde, bestätigt wird.

³ Als Beispiel lässt sich die Debatte im Zuge der Coronaimpfung nennen: Beim Lesen eines Artikels, der die Pro- und Contra-Seite der Coronaimpfung beleuchtet, würde ein Impfgegner schon zurückhaltende, sorgfältig differenzierte Kritik an der Impfung als starke Bestätigung seiner Impfaversion werten. Derselbe Impfgegner würde bereits abgewogene, die Impfung moderat befürwortende Aussagen als extrem pro-Impfung und realitätsfremd einstufen. Der Assimilations-Kontrast-Effekt weist also den im Bestätigungsfehler beschriebenen Drang nach Bestätigung auf, geht aber im Weiteren auch auf die Diffamierung von Meinungen ein, die nicht im Einklang mit der eigenen Meinung sind.

2.3 Fazit

Bezüglich der Mechanismen der politischen Meinungsbildung im Allgemeinen lassen sich also als Fazit die Einflussfaktoren Agenda-Setting, Emotionen & Intuitionen, kognitive Leichtigkeit, Wiederholung, Framing, soziale Einflüsse und bestehende Meinungen nennen. Nicht immer lassen sich die einzelnen Faktoren gänzlich voneinander abtrennen – oft finden Überschneidungen und gegenseitige Verstärkungen statt.

Bei der Untersuchung der Prozesse der Informationsselektion und -verarbeitung wurden direkt oder indirekt folgende Instanzen als bedeutend herausgearbeitet: persönliche Moralvorstellungen, Medien (der Fokus lag hier im Besonderen auf Zeitungen und Fernsehen), soziale Kontakte (Eltern, Freunde usw.) und die eigenen bestehenden Meinungen.

Im nächsten Schritt soll analysiert werden, ob Memes ebenfalls in die Liste der bisher genannten Instanzen mit Einfluss auf die politische Meinungsbildung integriert werden sollten.

3. Theoretisches Wissen über Memes

3.1 Annäherung an einen Begriff

3.1.1 Definition Memes

Um entscheiden zu können, ob Memes einen Einfluss auf die politische Meinungsbildung haben, muss zunächst die Begrifflichkeit «Meme» präzise geklärt werden. Das ist insbesondere von Bedeutung, da sich das Verständnis von Memes in den letzten Jahrzehnten stark verändert hat.

Abgeleitet vom griechischen Wort «mimema» (= etwas, das imitiert wird), führt Richard Dawkins den Begriff 1976 in einem naturwissenschaftlichen Kontext ein, indem er eine Analogie zwischen Genen und Memes aufstellt: So wie Gene im menschlichen Körper selektiert, imitiert, mutiert und weitergegeben werden, stellt er sich Memes als kulturelle Informationseinheiten vor, die ebenfalls Selektion, Imitation, Mutation und Weitergabe erfahren (Bülow, 2019, S.15f.). Ein Beispiel für eine derartige kulturelle Informationseinheit wären religiöse Ideologien. Individuen erleben die religiösen Vorstellungen ihres Umfelds, selektieren daraus die Aspekte, mit denen sie übereinstimmen, imitieren religiöse Praktiken, ändern vielleicht einzelne Auffassungen und geben ihre Vorstellung des Glaubens wiederum an andere weiter.

Während Dawkins Memes noch als abstrakte kulturelle Informationseinheiten verstand, die unabhängig von konkreten Medienformen existieren können, bezieht sich der Begriff heutzutage primär auf digitale Inhalte, die in den sozialen Medien verbreitet werden. Alltagssprachlich versteht man unter einem Meme häufig grob ein «lustiges Bild im Internet», das aus einer Text-Bild-Kombination besteht (Schett, 2021, S.7). Zwar gibt es auch Formen von Memes, welche ohne das Internet auskommen, also auf andere Art und Weise selektiert, imitiert und repliziert werden (Shifman, 2014, S.24ff.), aber als zentrale Einflussosphäre von Memes ist eindeutig das Internet zu nennen. Deswegen wird die folgende Definition von «Internet-Memes» im weiteren Verlauf der Arbeit verallgemeinernd für den Begriff «Meme» verwendet.

Limor Shifman beschreibt Internet-Memes folgendermassen (Shifman, 2014, S.41):

- (a) a group of digital items sharing common characteristics of content, form, and/or stance, which
- (b) were created with awareness of each other, and
- (c) were circulated, imitated, and/or transformed via the Internet by many users.

Wie schon bei der Definition von Dawkins spielt Imitation eine wichtige Rolle. Shifman identifiziert hierbei in Punkt (a) drei Dimensionen einer kulturellen Einheit, die imitiert werden können: content, form und stance (Shifman, 2014, S.39f.).

Content, auf Deutsch «Inhalt», bezieht sich auf die Ideen oder Ideologien, welche durch das Meme vermittelt werden (Shifman, 2014, S.40).

Die *Form* beschreibt die Art und Weise wie der Inhalt den Rezipient*innen überbracht wird – also bspw. durch visuelle oder akustische Elemente, welche die Struktur des Memes bilden (Shifman, 2014, S.40).

Stance drückt die Haltung oder Position der Meme-Erstellenden gegenüber dem Inhalt und dem Publikum aus (Shifman, 2014, S.40). Die von den Meme-Erstellenden im Meme suggerierte Haltung kann jedoch auch anders von den Rezipient*innen aufgenommen werden und ist deswegen nicht immer fix, sondern ein Stück weit interpretativ offen. Die Haltung zeigt sich auf drei verschiedenen Ebenen, welche Shifman in Subkategorien zusammenfasst.

- (1) Die *Participation Structures* beschreiben, wer an der Kommunikation durch das Meme beteiligt ist, bzw. wer sich beteiligen darf (Shifman, 2014, S.40). So lassen sich sowohl Memes finden, welche eine breite Öffentlichkeit ansprechen, als auch solche, die nur von Rezipient*innen einer Chatgruppe verstanden werden können.
- (2) *Keying* bezeichnet den Ton und Stil der Kommunikation (Shifman, 2014, S.40), der ausdrückt in welchem Rahmen das Meme interpretiert werden soll, also ob die Botschaft bspw. satirisch, lustig oder ironisch gemeint ist.
- (3) *Communicative Functions* umfassen die Funktionen des Memes in der Kommunikation, also welchen Zweck das Meme im Informationsaustausch hat. Beispielsweise kann ein Meme Informationen über Gegenstände und Sachverhalte geben, die Einstellung des Sprechers zu den Informationen ausdrücken oder einen Apell beinhalten (Pohl, 2019, S.167).

Man kann sagen, dass das Keying auf der rhetorischen oder stilistischen Ebene hilft, die Communicative Functions zu gewährleisten. So kann bspw. ein ironisches Keying eines Memes die Communicative Function der Gesellschaftskritik und Provokation unterstützen.

Ein Beispiel-Meme: Beim «Distracted Boyfriend» handelt es sich um ein Meme, das seit 2017 in verschiedenen Adaptionen und Imitationen im Internet zirkuliert und meistens auf einem Stockfoto des spanischen Photographen Antonio Guillem basiert (Kienzl, 2019). Erste memetische Verwendungen erfuhr das Bild anfangs 2017 in einer türkischen Facebookgruppe, bevor es in die englischsprachigen Sphären des Internets gelangte und viral ging (Britton, 2021).



[Abb. 3: Distracted Boyfriend, Bsp. I (Know Your Meme, 2017)]

Der Originaltitel des Bildes, welches die Grundlage des Memes darstellt, lautet «Disloyal man walking with his girlfriend and looking amazed at another seductive girl» (Kienzl, 2019) und beschreibt bereits ziemlich genau die Szene. Das Bild zeigt einen Mann, der gemeinsam mit einer Frau, vermutlich seine Freundin, durch die Strasse läuft, allerdings gilt seine Aufmerksamkeit nicht ihr, sondern einer Frau, zu der er pfeifend über seine Schulter blickt, was seine Freundin mit einem empörten Blick quittiert.

Formal bestehen die meisten Varianten des Memes aus dem ursprünglichen Stockfoto, das durch textliche Bezeichnungen ergänzt wird. Die einzelnen Texte werden jeweils einer der drei im Foto enthaltenen Personen zugeordnet, indem sie auf ihnen platziert werden.

Der *Content* des Memes unterscheidet sich innerhalb der einzelnen Varianten des Memes stark, basiert allerdings auf dem gleichen Prinzip. Der Mann symbolisiert stets eine Person, Gruppe oder eine andere Art von Akteur und die beiden Frauen verkörpern zwei Aspekte, zwischen denen sich der Akteur entscheiden muss. Unterschwellig wird vermittelt, dass es «richtig» wäre, wenn sich der Akteur für den durch seine Freundin verkörperten Aspekt entschiede, dennoch übt der Aspekt, der durch die fremde Frau repräsentiert wird, einen grösseren Reiz auf den Akteur aus. Kurz und bündig beschreibt der allgemeine Content des Memes also den inneren Konflikt bei der Entscheidung zwischen Pflichten und Wünschen. In einer der bekanntesten Adaptionen des Memes (Britton, 2021), die oben dargestellt ist, beschreibt das Meme inhaltlich die Beziehung, welche «die Jugend» zu den Ideologien des Sozialismus und Kapitalismus hat. Der Mann im Foto steht sinnbildlich für die Jugend, seine Freundin für den Kapitalismus und die fremde Frau, welche die Aufmerksamkeit des Mannes innehält, für den Sozialismus. Das Meme sagt also aus, dass die Jugend den Sozialismus dem Kapitalismus vorziehe, obwohl es eigentlich ihre Pflicht wäre, den Kapitalismus zu unterstützen und zu fördern.

Im Zuge der *Stance* nimmt das Meme eine ironisch-distanzierte Haltung zu den politischen Ideologien ein, welche genauer durch die *Participation Structures*, das *Keying* und die *Communicative Functions* aufgeschlüsselt werden kann.

Die *Participation Structures* des Memes sind öffentlich zugänglich, sofern bekannt ist, was Kapitalismus und Sozialismus ist. Das Meme spricht mit dem Konflikt zwischen Kapitalismus und Sozialismus ein Thema an, das in weiten Kreisen der Öffentlichkeit bekannt ist; somit handelt es sich nicht um Insider-Wissen, das man nur verstehen kann, wenn man Teil einer kleinen Gruppe ist. Des Weiteren hat das Meme zum Ziel, eine Situation zu beschreiben, die von einer breiten Menge nachempfunden werden kann, also Identifikation schafft, ohne dass sich das Meme eindeutig auf die Seite des Kapitalismus oder des Sozialismus schlägt. Das Meme beschreibt also eine gemeinschaftlich geteilte Beobachtung. Die offene Struktur des Memes und ihre mögliche Übertragung auf eine Vielzahl von Aspekten des menschlichen Zusammenlebens lädt ausserdem zur Weiterverwendung bzw. Replikation und Imitation ein.

Das *Keying* kann je nach angenommener politischer Ausrichtung der Meme-erstellenden Person, die sich nicht eindeutig aus dem Meme ableiten lässt, anders gelesen werden. In jedem Fall hat das Meme einen lustigen Unterton, indem komplexe Ideologien wie Sozialismus und Kapitalismus und deren Konflikte heruntergebrochen werden auf eine banale romantische Beziehung mit potenziellem Vertrauensbruch. Es findet also eine starke Vereinfachung statt, durch die das Meme einen humoristischen Charakter erhält. Rezipient*innen, die tatsächlich mit dem Sozialismus sympathisieren, werden das *Keying* des Memes eher als selbst-ironisch

und humorvoll wahrnehmen, wohingegen Rezipient*innen mit Kapitalismuskritik den Tonfall vermutlich eher als jugendkritisch und anklagend deuten.

Das Meme weist verschiedene *Communicative Functions* auf. Das Meme gibt Auskunft darüber, dass eine gesellschaftliche Diskrepanz zwischen dem Prinzip des Kapitalismus und dem des Sozialismus besteht und dass die pauschalisierte Gruppe der Jugend eine grössere Affinität zum Sozialismus habe. Abhängig von der angenommenen politischen Ausrichtung der Meme-erstellenden Person oder der Rezipient*innen, lassen sich die weiteren Funktionen der Kommunikation, welche das Meme anstrebt, unterschiedlich auslegen. Mitglieder des sozialistischen Lagers würden das Meme vielleicht so interpretieren, dass es einen gewissen Stolz darüber zum Ausdruck bringen soll, dass sie sich trotz anderer gesellschaftlicher Erwartungen nicht von ihren Prinzipien und der daraus folgenden Nähe zum Sozialismus abbringen lassen. Das Meme wäre dementsprechend ein Appell an Aussenstehende, sich nicht durch die Gesellschaft von seinen Prinzipien abbringen zu lassen. Mitglieder des kapitalistischen Lagers hingegen würden aus dem Meme eher eine wütende Emotion herauslesen, basierend auf der Interpretation, dass es die Pflicht der Jugend sei, den Kapitalismus zu unterstützen. Der daraus abgeleitete Appell an die Jugend wäre die Forderung der Abkehr vom Sozialismus hin zum Kapitalismus. Indem das Meme einen gesellschaftlichen Konflikt karikativ beschreibt, lädt es zur Diskussion ein, wirkt also kontaktaufbauend, sowohl zwischen den beiden Lagern als auch innerhalb der einzelnen Positionen.

In etwas so Trivialem, wie einer simplen Text-Bild-Kombination kann also eine ganze Reihe an Informationen überbracht werden, was Memes für die Kommunikation zu etwas Besonderem macht.

Wichtig ist, dass Memes nicht als statische Objekte betrachtet werden dürfen. Empfänger*innen eines Memes können Inhalt, Form und Haltung imitieren und dabei auch einzelne Aspekte abändern, bevor sie repliziert werden. Diese Replikation ermöglicht nicht nur eine noch umfassendere Vermittlung von Informationen, sondern ist des Weiteren von grosser Bedeutung für das «Überleben» eines Memes an sich. So betont Shifman in Punkt (b) bewusst, dass Memes weniger als einzelnes Bild oder Video, sondern als Gruppenkomplexe derselbigen zu verstehen sind (Shifman, 2014, S.30). Im Bewusstsein der gegenseitigen Existenz entstehen sich aufeinander beziehende Memes, die sich zwar im Detail voneinander unterscheiden können, aber im Kern Gemeinsamkeiten aufweisen, durch die sie als zusammengehörig identifiziert werden können und so als kollektives Instrument ihre Wirkung auf die Empfänger*innen entfalten.

Auch das Distracted Boyfriend Meme existiert nicht nur in der Variante des Konflikts zwischen Kapitalismus und Sozialismus, sondern erfährt (und erfährt) Abwandlungen und Replikationen, welche mal mehr mal weniger den «durchschnittlichen» Distracted Boyfriend Memes entsprechen.



[Abb. 4: Distracted Boyfriend, Bsp. II (Imgflip, 2025)]



[Abb. 5: Distracted Boyfriend, Bsp. III (Wikipedia, 2025)]



[Abb. 6: Distracted Boyfriend, Bsp. IV (eigene Darstellung)]

Gemeinsam haben die Varianten des Distracted Boyfriend Memes auch, dass ihre Zirkulation, Replikation und Imitation in den Sphären des Internet erfolgt (Britton, 2021), namentlich auf Plattformen wie Instagram, Know Your Meme, X, TikTok usw.

Somit erfüllt das Distracted Boyfriend Meme auch den Punkt (c) in Shifmans Definition und kann damit eindeutig als Meme kategorisiert werden.

3.1.2 Eigenschaften von Memes

Zur besseren Übersicht über das Internetphänomen «Meme» sollen im Folgenden die wichtigsten Eigenschaften von Memes vorgestellt und erörtert werden. Diese Eigenschaften, die teilweise schon in der Definition angeschnitten wurden, sind auch relevant für die Einschätzung der Bedeutung von Memes in der politischen Meinungsbildung. Dennoch sollen sie zum besseren Verständnis zunächst von ihrem politischen Stellenwert isoliert betrachtet werden.

Die zentrale Eigenschaft, die Memes insbesondere als Informationsträger im aktuellen Zeitalter wichtig macht, ist ihre *schnelle und dynamische Verbreitung* (Klopfenstein, o.J. S.2). Die einzelnen Meme-Varianten stehen dabei im ständigen Wettbewerb zueinander (Schett, 2021, S.9) und kämpfen um die Aufmerksamkeit des medialen Publikums. Faktoren, welche diese mediale Aufmerksamkeit begünstigen, sind zum einen die *thematische Aktualität* von Memes (Klopfenstein, o.J., S.26) und zum anderen die *Kürze und Einfachheit* von Memes, welche besagen, dass der Content der Memes unmittelbar fassbar und verständlich ist, ohne dass eine tiefgreifende Auseinandersetzung mit dem Meme erfolgen muss (Shifman, 2014, S.81). Diese Einfachheit geht einher mit einer Reduktion der Komplexität der Wirklichkeit und erleichtert gleichzeitig die Imitation und Verbreitung des Memes ohne Verlust an Wiedererkennbarkeit (Shifman, 2014, S.81f.). Die Bilder oder Videos, die in Memes enthalten sind, basieren typischerweise auf Neukontextualisierungen von Elementen aus der Popkultur, wie Serien, Filmen oder Interviews mit berühmten Persönlichkeiten (Schett, 2021, S.7), was durch die Eigenschaft der *Referenzialität* ausgedrückt wird. Des Weiteren haben Memes gleichzeitig ein hohes Mass an *Kollektivität und Variabilität*. Kollektivität im Sinne von, dass Memes keine isolierten Artefakte sind, sondern nur in ihrer reziproken Bezugnahme als solche bezeichnet werden können (Shifman, 2014, S.30), also ein kollektives Phänomen sind. Variabilität drückt aus, dass dieses kollektive Phänomen aus verschiedenen Varianten desselben Formats besteht, die aber alle eine zentrale Gemeinsamkeit haben, durch die sie als zusammengehörig klassifiziert werden können. Durch die Kollektivität und Referenzialität erfolgt ausserdem die Bildung von *Gemeinschaft und Identität*. So schaffen Memes durch den Bezug auf eine gemeinsame Kultur eine gemeinschaftliche Zugehörigkeit (Shifman, 2014, S.33f.) und können

dadurch zur kollektiven Identität beitragen. Das Entstehen der kollektiven Identität wird ebenfalls durch die Möglichkeit des schnellen Wechsels zwischen der Rolle als Meme-Ersteller*in und Meme-Rezipient*in gestärkt (Klopfenstein, o.J., S.4), weil das Individuum die Chance erhält, Teil der Gemeinschaft zu werden und aktiv zu partizipieren (Shifman, 2014, S.26). Da den Meme-Erstellenden bei der Imitation von Memes keine kreativen Grenzen gesetzt sind, tragen Memes auch zur Entfaltung der individuellen Identität bei – gewissermaßen wird die individuelle Identität in Form eines Memes in einen kollektiven Kontext eingebettet, sodass die individuelle Identität mit der kollektiven in Verbindung gebracht wird bzw. sich das Individuum als Teil einer Gemeinschaft kategorisiert (Shifman, 2014, S.30). Ebenfalls weisen Memes einen hohen Grad an *Emotionalität* auf, indem die im Meme behandelten Themen emotional ausgedrückt werden und indem das Meme Emotionen bei den Rezipient*innen auslöst (Klopfenstein, o.J., S.13). Insbesondere Humor kommt häufig vor (Shifman, 2014, S.78). Gestützt auf diese Eigenschaften wird klar, dass Memes eine stimulierende, verbindende und unterhaltende Art der Informationsvermittlung darstellen, weshalb sie zu einer immer wichtigeren Informationseinheit, insbesondere für junge Menschen werden (Klopfenstein, o.J., S.2).

3.2 Memes & Politik

3.2.1 Politische Memes

Für die weitere Arbeit sind jedoch nicht alle Memes relevant, welche die obenstehenden Merkmale beinhalten, da der Fokus auf einem politischen Kontext liegt. Deswegen beschränkt sich die folgende Untersuchung dementsprechend auf politische Memes. Aber wie lässt sich ein politisches Meme klar von einem unpolitischen Meme unterscheiden?

Bülow greift zur präzisen Unterscheidung sechs Kriterien auf, die politische Bilder (zu denen auch Memes gezählt werden können) kennzeichnen (Bülow, 2019, S.18f.). Dabei müssen nicht alle der folgenden Kriterien im zu untersuchenden Medium enthalten sein; mindestens eines ist jedoch nötig für die Einordnung im politischen Spektrum.

- (1) *Gesellschaftliche Interessen*: Das Medium beschreibt Interessen, die sich auf die Durchsetzung von Entscheidungen beziehen, welche die gesamte Gesellschaft betreffen.
- (2) *Gesellschaftlicher Konflikt*: Das Medium spricht einen gesellschaftlichen Konflikt, dessen Inhalt und beteiligte Akteure an.
- (3) *Politisch-administratives System*: Die Regelung des Konflikts erfolgt durch ein politisch-administratives System (bspw. Regierung oder Parlament) oder dessen untergeordnete Institutionen.
- (4) *Entscheidungsinhalte*: Das Medium formuliert geplante oder bereits umgesetzte Entscheidungen, welche im Einklang mit den ausgedrückten Interessen sind.
- (5) *Entscheidungsbetroffene*: Das Medium thematisiert die von allfälligen Entscheidungen betroffenen Akteure.
- (6) *Repräsentative Handlungen*: Im Medium sind repräsentative Handlungen inbegriffen, also Handlungen, die der Selbstinszenierung oder der Darstellung von politischen Ritualen dienen und deswegen eher auf die politische Legitimation als auf Interessen, Konflikte, Massnahmen und Entscheidungen ausgerichtet sind.

3.2.2 Voraussetzungen für eine Beeinflussung

Unter der Annahme, dass politische Memes die politische Meinungsbildung des Individuums tatsächlich beeinflussen, müssen drei Voraussetzungen erfüllt sein:

- (1) Memes und die darin enthaltenen Informationen müssen das Individuum erreichen.
- (2) Das Individuum muss gewillt sein, sich mit Memes und den darin enthaltenen Informationen auseinanderzusetzen.
- (3) Memes müssen die Gedankenprozesse des Individuums beeinflussen.

Wieder erfolgt also eine Unterscheidung zwischen der Ebene der Informationsselektion und der Informationsverarbeitung. Der Aspekt der Informationsselektion bezieht sich eindeutig auf die erste Voraussetzung, indem eine externe Instanz, wie Freunde, Algorithmen etc. dafür sorgt, dass ein Meme das Individuum erreicht. Die zweite Voraussetzung ist eine Art Nahtstelle zwischen Informationsselektion und Informationsverarbeitung. Zum einen entscheidet sich das Individuum für die Auseinandersetzung mit einem Meme, selektioniert dieses also für eine tiefer greifende Verarbeitung, zum anderen basiert diese Entscheidung bereits auf einer minimalen, oberflächlichen Verarbeitung von ersten Reizen des Memes, wie bspw. visuellen Effekten, die spontane Neugier wecken können. Die dritte Voraussetzung für eine Beeinflussung findet in einer tiefer greifenden Informationsverarbeitung statt.

Aspekte rund um die Frage, warum Memes das Individuum erreichen und warum es sich entscheidet, ein Meme zu konsumieren, sprengen den Rahmen dieser Maturitätsarbeit und werden deswegen nicht konkreter ausgearbeitet.

Dennoch soll betont werden, dass die Bestimmung dieser Mechanismen für die Einschätzung der Relevanz von Memes in Hinblick auf die politische Meinungsbildung von grosser Bedeutung ist, da ein Meme de facto nur dann die Chance erhält, jedwede Gedankenprozesse zu beeinflussen, wenn es das Individuum erreicht und sich dieses mit den enthaltenen Informationen auseinandersetzt.

Dieser Prozess des Erreichens und Auseinandersetzens wird bei der nun folgenden praktischen Analyse von Memes vorausgesetzt.

4. Praktische Analyse von Memes

In einem letzten Schritt sollen die theoretischen Erkenntnisse über die Mechanismen der politischen Meinungsbildung mit den Erkenntnissen über die Beschaffenheit von Memes anhand praktischer Beispiele miteinander verschränkt werden. Das Ziel ist die Überprüfung der These, dass Memes die politische Meinungsbildung des Individuums beeinflussen.

4.1 Methodik

Die folgende Methodik orientiert sich an einer qualitativen Untersuchung von Memes. Statt einer quantitativ ausgerichteten Analyse von hunderten Memes, konzentriert sich die Studie auf zwei Memes, die dafür detailliert und qualitativ examiniert werden sollen.

4.1.1 Eingrenzung der zu untersuchenden Memes

Für diese zwei zu untersuchenden Memes liessen sich in den schier unendlichen Sphären des Internets Abertausende von Memes finden. Deswegen soll zunächst eine thematische und formale Eingrenzung vollzogen werden.

Memes, die im weiteren Verlauf analysiert werden, sollen sich auf die bundesdeutsche Politik beziehen und aus der rechten politischen Sphäre stammen, vorzugsweise mit artikulierter oder unterschwelliger Nähe zur AfD. Die AfD (Alternative für Deutschland) ist eine deutsche Partei, die in den Bundesländern Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen vom Verfassungsschutz als gesichert rechtsextremistisch eingestuft wird⁴ (Mediendienst Integration, 2025) und gleichzeitig mit am erfolgreichsten Nutzer*innen auf Social Media (Stobbe, 2025) erreicht. Und nicht nur in den sozialen Medien hat die AfD Erfolg: Bei der Bundestagswahl im Februar 2025 kam die AfD auf 20.8% der Zweitstimmen (Die Bundeswahlleiterin, 2025), welche die Sitzverteilung im Bundestagswahl ausmachen. Die Verbesserung um 10.4% der Zweitstimmen im Vergleich zur Wahl 2021 (Die Bundeswahlleiterin, 2025) wurde in Untersuchungen rund um die Wahl häufig mit dem Erfolg in den Sozialen Medien in Verbindung gebracht (Schulz, 2025).

Und da Memes in ihrer üblichen Bedeutung nichts anderes als einen Bestandteil der Sozialen Medien darstellen, scheint die Auseinandersetzung mit AfD-nahen Memes im Hinblick auf den Erfolg der Partei und den allgemeinen europäischen Rechtsruck besonders spannend.

4.1.2 Auswahl & Untersuchung der Memes

Die Auswahl der Memes erfolgte auf der Plattform Instagram. In einem ersten Schritt wurde der offizielle Parteiaccount `afd.bund` auf Memes für die Analyse untersucht. In einem zweiten Schritt richtete sich der Blick auf die Liste der Follower des Parteiaccounts und jene Accounts gerieten in den Fokus der Aufmerksamkeit, deren Namen Hinweise auf rechtsgerichtete Beiträge hatten. Parallel dazu wurden in der allgemeinen Suchfunktion von Instagram typisch

⁴ Im Mai 2025 wurde die AfD auch bundesweit vom Verfassungsschutz als gesichert rechtsextremistisch eingestuft. Da die AfD Klage dagegen erhoben hat, setzt der Verfassungsschutz die Hochstufung bis zum Gerichtsurteil vorläufig aus (Mediendienst Integration, 2025).

rechtsradikale Schlagworte eingegeben wie «deutschland den deutschen», «deutschland zuerst», «stolze patriot» oder «fck linke», welche ebenfalls den Weg zu politisch rechten Accounts mit Nähe zur AfD ebneten. In einem dritten Schritt führte aufgrund der starken Vernetzung untereinander ein rechter Account zum nächsten, indem erneut die Liste der Follower und Gefolgteten durchgearbeitet und systematisch Accounts mit politisch rechten Namen gesucht wurden.

Die Untersuchung der dadurch ausgewählten Memes orientiert sich an den objektiv wahrnehmbaren Einflussfaktoren auf die politische Meinungsbildung. Grund dafür ist, dass der Prozess der Meinungsbildung im Innern erfolgt und Forschende dementsprechend nur begrenzt belegen können, inwiefern ein einzelnes Meme die Gedankenprozesse des konkreten Individuums stimuliert oder auch verändert. Möglich jedoch ist die Identifikation der allgemeinen Einflussfaktoren im Meme, anhand deren Vorkommen man Rückschlüsse auf die Wirkung des Memes ziehen kann, nach dem Leitsatz: Desto mehr Faktoren, welche die politische Meinung beeinflussen, im Meme enthalten sind, desto höher ist das Potenzial zur Prägung der Meinungsbildung des Individuums.

Unter diesen Voraussetzungen nutzt die weitere Arbeit ein Analysemodell, das die ausgewählten Memes auf drei Ebenen analysiert. Im Schritt Identifikation & Verständnis (1) soll die Kategorisierung des Memes als solches begründet und die formale, inhaltliche und politische Struktur beschrieben werden. Darauf folgt die Untersuchung der Mechanismen der politischen Meinungsbildung (2), also ob und auf welche Art und Weise die im ersten Theorieteil beschriebenen Faktoren vorkommen. Der letzte Gegenstand der Untersuchung ist die Wirkung (3) des Memes in der Schlussfolgerung der Arbeit, die sich als Fazit aus den ersten beiden Ebenen verstehen lässt und den Einfluss auf die politische Meinungsbildung einschätzen soll.

4.2 Meme-Analyse

4.2.1 Chatkontrolle-Meme



[Abb. 7: Chatkontrolle-Meme (Afd.bund, 2025)]

Plattform: Instagram

Account: afd.bund (offizieller Parteiaccount)

Upload-Datum: 10.10.2025

Bildunterschrift:

«Die EU-Kommission will kein «Nein» dulden. In Brüssel arbeitet man weiter auf die europaweite Chatkontrolle hin. Das ist ein Angriff auf uns alle! Wir werden die Privatsphäre unserer Bürger verteidigen und für Deutschlands Souveränität kämpfen.»
#AfD #DeshalbAfD #NurNochAfD #ZeitFürDeutschland #FürDeutschland #Brüssel #Chatkontrolle #Datenschutz #Politikwechsel #Privatsphäre #vonderleyen

(Afd.bund, 2025)

4.2.1.1 Identifikation & Verständnis

Das erste Meme der Analyse ist in seiner Struktur dreigeteilt. Die beiden ersten Abschnitte des Memes bestehen von links nach rechts aus einem Bild, einem Text und anschliessend einem Emoji. Über den untersten Abschnitt zieht sich quer ein grosser Schriftzug, bestehend aus einer Frage und einer Antwort.

Gepostet wurde das Meme vom offiziellen Parteiaccount der AfD auf Instagram und zeigt zwei KI-generierte Bilder von der Präsidentin der EU-Kommission Ursula von der Leyen, sowie die grosse Unterschrift «Chatkontrolle? Nein Danke!». Politisch bezieht sich das Meme auf die Debatte rund um einen Gesetzesvorschlag innerhalb der EU namens «Regulation to Prevent and Combat Child Sexual Abuse (CSAR)», dessen Ziel die Bekämpfung von sexualisierter Gewalt an Kindern in digitalen Kommunikationsräumen ist (Solmecke, 2025). Die Bekämpfung soll durch das Aufspüren von Missbrauchsdarstellungen erfolgen, indem Nachrichtendienste wie WhatsApp, Signal oder Threema zur Durchleuchtung von Bildern, Videos und URLs in privaten Nachrichten von Nutzer*innen verpflichtet würden (Solmecke, 2025). Das Scannen der Inhalte der Nutzer*innen würde laut Gesetzesvorschlag präventiv erfolgen – ein konkreter Verdacht auf Kindesmissbrauch in einem Chat wäre also nicht nötig. Bei Annahme des Vorschlages könnte die von den Nachrichtendiensten versprochene End-zu-End-Verschlüsselung nicht mehr vollständig gewährleistet werden, weswegen Kritiker*innen in dem Gesetzesvorschlag einen Angriff auf Richtlinien der EU-Grundrechtecharta sehen, wie bspw. das Recht auf Achtung des Privatlebens, den Schutz personenbezogener Daten oder die Meinungsfreiheit (Solmecke, 2025). Auch die AfD positioniert sich mit dem vorliegenden Meme durch die Bildunterschrift eindeutig gegen den Gesetzesvorschlag und übt des Weiteren heftige Kritik an der EU-Kommission aus. Das lässt sich aus der zweifachen Darstellung von Ursula von der Leyen deuten: Im oberen Bild wird sie in einer ablehnenden Haltung dargestellt neben dem Schriftzug «Meine Nachrichten lesen?», wohingegen sie freudig lächelnd im unteren Bild auf den Schriftzug «Deine Nachrichten Lesen!» zeigt. Da Ursula von der Leyen als Präsidentin der EU-Kommission sämtliche Gesetzesentwürfe freigeben muss, bevor sie offiziell von der Kommission vorgeschlagen werden, dient sie gewissermassen als Personifikation der EU-Kommission, die nach Darstellung der AfD die Nachrichten der Bürger*innen mitlesen möchte.

Das Medium erfüllt eindeutig die Kriterien für die Einordnung in das politische Spektrum, indem es einen durch ein politisch-administratives System formulierten Gesetzesvorschlag thematisiert, dessen Inhalt sich sowohl auf gesellschaftliche Interessen als auch auf einen gesellschaftlichen Konflikt bezieht, der als geplante Entscheidung bewertet und als dessen Entscheidungsbetroffene alle Bürger*innen der Europäischen Union definiert werden.

Das Medium lässt sich ausserdem klar als Meme deklarieren. Zum einen erfüllt es die für ein Meme typische Bild-Text-Kombination, bei der ein Text jeweils einem Bild zugeordnet wird. Ausserdem ist das Meme offenkundig als Imitation oder Anspielung auf das «Drake Meme» zu verstehen und erfüllt dadurch den Ansatz der Kollektivität und Referenzialität.



[Abb. 8: Drake-Meme (eigene Darstellung)]

Das Drake Meme geht auf Screenshots aus dem Musikvideo «Hotline Bling» des Rappers Drake zurück, in dem zwei Fotos von Drake übereinandergestellt werden. Im oberen sieht man ihn in einer ablehnenden Pose, im unteren in einer befürwortenden. Rechts von den beiden Bildern wird jeweils das Objekt der Ablehnung bzw. Befürwortung verschriftlicht. Es handelt sich also ähnlich wie beim Distracted Boyfriend Meme um eine simple Nein/Ja-Gegenüberstellung, die sich je nach persönlicher Präferenz in alle erdenklichen Kontexte übertragen lässt: Pepsi/Cola, Früh schlafen gehen/Abends feiern gehen, Zu Hause essen/Zu McDonalds gehen etc.



[Abb. 9: Auszüge aus Abb. 7 und Abb. 8]

Auch bei dem hier untersuchten Meme lässt sich diese Nein/Ja-Gegenüberstellung finden, indem Ursula von der Leyen so dargestellt wird, dass sie das Lesen ihrer Nachrichten ablehnt, das Lesen von «deinen» Nachrichten hingegen befürwortet. Neben ähnlichen Körperhaltungen und Gesichtsausdrücken in den beiden Bildern dient vor allem die orangefarbene Jacke als zentrales Wiedererkennungsmerkmal bzw. als Verweis auf das Drake Meme.

4.2.1.2 Untersuchung der Mechanismen der politischen Meinungsbildung

Die erste Reaktion, die das Meme bei den Rezipient*innen auslösen soll, ist das Gefühl von Empörung, basierend auf der scheinbar ungerechten Behandlung der EU-Kommission. Diese Behauptung der ungerechten Behandlung ergibt sich aus einem geschickten Zusammenspiel aus *Framing* und dem Ziehen von sozialen Gräben. Zunächst setzt das Meme eindeutig einen Rahmen, unter dem das geplante Gesetz zur Prävention und Bekämpfung des sexuellen Missbrauchs von Kindern interpretiert werden soll. Dies lässt sich alleine schon durch die Bezeichnung «Chatkontrolle» feststellen; eine volkstümliche Bezeichnung des Gesetzesvorschlages, der bereits die Assoziation der Bevormundung bzw. Entmachtung der einfachen Bürger*innen auslösen soll und somit auf eine negative Wahrnehmung des Gesetzesentwurf abzielt. Die negative Wahrnehmung wird dadurch bekräftigt, dass das Meme mit keiner Silbe auf den durchaus positiv zu bewertenden Versuch des Kinderschutzes eingeht, sondern den Fokus einzig und allein auf die negativen Aspekte des Gesetzesvorschlages legt. Angelehnt an Haidt sollen diese mit dem Gesetzesentwurf verbundenen negativen *Emotionen* zu einer negativeren Bewertung desselbigen führen. Auch die vier von Entman definierten Dimensionen des Framings lassen sich eindeutig aus dem Meme herauslesen. Im Zuge der Problemdefinition kritisiert das Meme das geplante Lesen von persönlichen Nachrichten durch Externe bzw.

den Mangel an Privatsphäre und Datenschutz der Bürger*innen. Wichtig zu betonen ist allerdings, dass das Meme weniger ein grundsätzliches Problem im Lesen der persönlichen Nachrichten von Bürger*innen suggeriert, sondern das Problem viel mehr daran festmacht, dass Ursula von der Leyen bzw. die von ihr repräsentierte EU-Kommission von dem Gesetz ausgeschlossen sei. Während also oberflächlich der Gesetzesvorschlag zur Einschränkung des Kindesmissbrauch bzw. der damit einhergehende Mangel an Datenschutz als Problem deklariert wird, richtet sich das Meme unterschwellig eigentlich an eine höhere Ebene bei der die Institution der EU-Kommission als solche problematisiert wird. Das passt zu der grundsätzlich kritischen Haltung der AfD zur EU (Alternative für Deutschland, 2025, S.63ff.) und kann deswegen als *Wiederholung* von altbekannten Narrativen der AfD auch im Zuge von *Agenda-Setting* gewertet werden. So sollen diese Narrative in der Gesellschaft etabliert und von ihr als wichtig erachtet werden sollen. Durch die Kritik an der EU an sich weicht die AfD im vorliegenden Meme von den Kritikpunkten der breiten Öffentlichkeit ab, welche zwar ebenfalls wie oben beschrieben mit vielen Punkten des Gesetzesvorschlags nicht einverstanden ist (Solmecke, 2025), aber nicht grundsätzlich eine Spaltung zwischen Bürger*innen und EU-Kommission vollzieht. In dieser Festlegung der Problemdefinition lässt sich dadurch auch ein Element *kognitiver Leichtigkeit* ermitteln: Zwar sind staatliche Akteure wie Polizei, Militär oder Geheimdienste laut aktuellem Entwurf von der Durchsuchung der Chats ausgenommen (Solmecke, 2025), die dieser Analyse zugrundeliegende Recherche über den geplanten Gesetzesentwurf fand jedoch keine Hinweise darauf, dass sich Mitglieder der EU-Kommission, Ursula von der Leyen oder andere politische Mandatsträger*innen dem Geltungsbereich des Gesetzes entziehen könnten. Somit vereinfacht und verfremdet das Meme die grundsätzliche Funktion des Gesetzes, indem sich eines Narrativs der Opfer und Überlegenen bedient wird, das nicht der geplanten Realität entspricht, aber zu einer kognitiv leichteren Informationsverarbeitung führt. Vereinfachend ist nebst der Bezeichnung «Chatkontrolle» für ein komplexes Gesetz und der Nutzung von Narrativen ausserdem der Ausdruck «Nachrichten lesen», da sich der aktuelle Gesetzesentwurf nicht auf alle Nachrichten bezieht, sondern Textnachrichten ausschliesst und den Fokus «nur» auf Bilder, Videos und URLs richtet (Solmecke, 2025). Die Aspekte der kognitiven Leichtigkeit sind in der Problemdefinition des Framings darauf ausgelegt, das Gesetz als noch unverhältnismässiger und empörend zu charakterisieren.

In der kausalen Interpretation des Framings wird die EU-Kommission als Ursache des Problems definiert, was durch die Darstellung Ursula von der Leyens sowie die EU-Flagge im Hintergrund des Memes ableitbar ist. Die moralische Bewertung ist prominent und eindeutig: «NEIN DANKE!» gibt das Meme als Antwort auf den Gegenstand des Problems, ergo den Gesetzesentwurf. Unten rechts im Meme, sowie in der Bildunterschrift erfolgt als vierte Dimension des Framings die Handlungsempfehlung an die Rezipient*innen des Memes. Es sei «Zeit für Deutschland» (Afd.bund, 2025), die «Privatsphäre unserer Bürger» (Afd.bund, 2025) müsse verteidigt und für «Deutschlands Souveränität» (Afd.bund, 2025) gekämpft werden, was einzig durch die Wahl der AfD ermöglicht werde.

Das Meme greift vor dem Hintergrund des Gesetzesentwurf drei Akteure auf: die EU-Kommission, repräsentiert durch Ursula von der Leyen, die Bürger*innen und die Partei AfD. Die AfD wird hierbei in zweifacher Rolle inszeniert. Zum einen als Teil der Bürger*innen, die von dem Gesetz betroffen wären («Das ist ein Angriff auf *uns alle!*» (Afd.bund, 2025)), zum anderen als Verteidigerin der Bürger*innen oder der gesamten deutschen Nation («Wir werden die

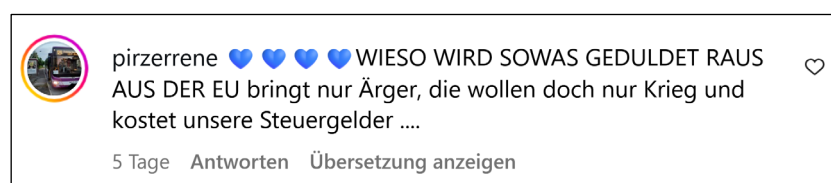
Privatsphäre unserer Bürger verteidigen und für Deutschlands Souveränität kämpfen» (Afd.bund, 2025)).

Im Kontext des *sozialen Einfluss* soll durch diese doppelte Solidarität mit den Bürger*innen die persönliche Identifikation mit der AfD gestärkt werden; die Rezipient*innen des Memes sollen sich als Teil der von der AfD konstruierten Gemeinschaft sehen und mit der AfD sympathisieren als Partei, die Ordnung bewahren will. Und die Stärkung einer Gruppengemeinschaft und -identität geht kaum besser als durch die Abgrenzung zu einer anderen Gruppe (Herrmann, 2019, Wir gegen sie) oder in anderen Worten durch die Schaffung von Wir-gegen-die-Denken in Form von sozialen Gräben zwischen «der Elite» und «dem einfachen Volk» zu dem auch die AfD gehöre. Unterstützt wird diese zweigliedrige Spaltung durch die Festlegung der Problemdefinition des Framings, die Nutzung von sich gegenteilig begegnenden Objekten, die klar durch die Satzzeichen (Fragezeichen/Ausrufezeichen), Pronomen («meine»/»deine») und inhaltliche Aussage (nein, nicht lesen!/ja, lesen!) voneinander abgegrenzt sind, und der Verwendung von Emojis. Insbesondere das Emoji mit Teufelshörnern soll Gefühle der Hinterhältigkeit auf die EU-Kommission projizieren und diese somit als böse darstellen.

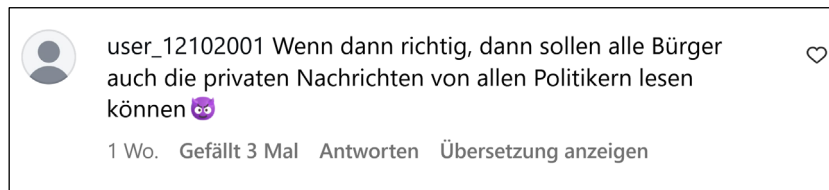
Und die Strategie der AfD funktioniert gleich in dreifacher Hinsicht: Die Kommentare unter dem Meme sind erstens voll mit blauen Herzen, welche ein Zeichen der Unterstützung der AfD sind (vgl. Abb. 10) und somit als Ausdruck der gemeinsamen Identität ausgelegt werden können. Zweitens erfolgt die gewünschte Reaktion der Empörung, die primär nicht auf den Gesetzesvorschlag bezogen ist, sondern auf die Institution der EU (vgl. Abb. 11) oder auf die scheinbare Ungerechtigkeit, dass sich das Gesetz nicht auf Ursula von der Leyen und andere Politiker*innen anwendet (vgl. Abb. 12). Und drittens wird die Konstruktion einer Trennung zwischen der EU-Kommission und dem einfachen Volk bzw. das Wir-gegen-die-Denken übernommen (vgl. Abb. 13).



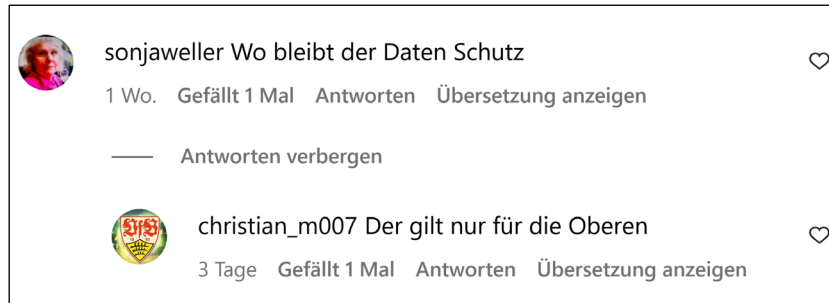
[Abb. 10: Blaue Herzen (Afd.bund, 2025)]



[Abb. 11: Ablehnung der EU (Afd.bund, 2025)]

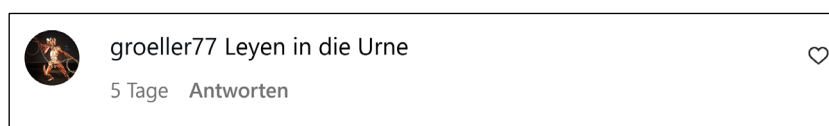


[Abb. 12: Nachrichten der Politiker (Afd.bund, 2025)]

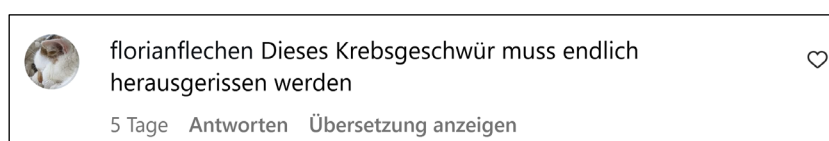


[Abb. 13: Datenschutz für die Oberen (Afd.bund, 2025)]

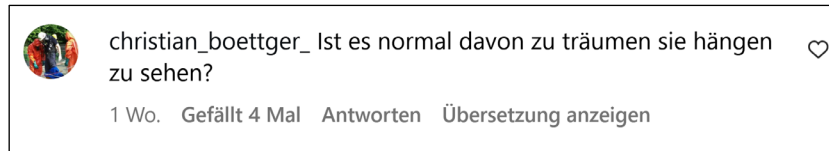
Im Allgemeinen ist die Kommentarspalte voll von Beiträgen, die gegen die EU, Ursula von der Leyen und gegen eine präventive Durchleuchtung von Nachrichten gerichtet sind. Zwar gibt es auch immer wieder Kommentare, welche sich gegen die AfD richten oder versuchen, über die genauen Bestimmungen des Gesetzesvorschlags aufzuklären, doch insgesamt ist die Kommentarspalte sehr selbstreferenziert, bezieht sich also auf die von der AfD angestrebte kollektive Identität. Deswegen kann man durchaus sagen, dass die Kommentarspalte eine sogenannte Echokammer bildet. Der Begriff «Echokammer» beruft sich auf ein Phänomen nach dem sich «öffentliche Kommunikation in voneinander isolierte ‘Kammern’ verlagert, in der sich nur noch Menschen mit ähnlichen Ansichten austauschen.» (Pronold-Günther, 2022, S.5). Durch den Austausch von Meinungen in solchen Kammern erhält das Individuum den Eindruck, dass die Meinung von einer breiten Mehrheit vertreten ist, es sich also um eine weit anerkannte Gruppenmeinung handelt. Somit trägt die Kommentarspalte zum Auftreten des Social Proofs bei, das den Rezipient*innen suggeriert, dass die Ablehnung des Gesetzesvorschlags oder der EU die Meinung einer Mehrheit ist und deswegen auch die Meinung des Individuums sein sollte. Durch diese stetige Konfrontation mit der gleichen Meinung, die ebenfalls als Wiederholung zu verstehen ist und somit auf den Mere-Exposure-Effekt verweist, wird die Meinung im Individuum verstärkt. Andeutungen auf eine solche enorme Verstärkung der Meinung durch diese Echoräume lassen sich in der Aggressivität und beinahe schon gewalttätigen Rhetorik einiger Kommentare lesen:



[Abb. 14: Beleidigung Von der Leyen I (Afd.bund, 2025)]



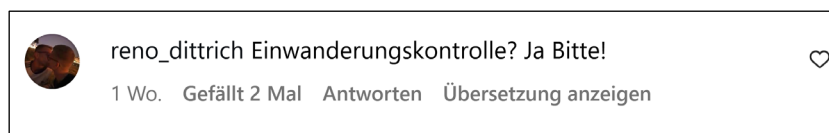
[Abb. 15: Beleidigung Von der Leyen II (Afd.bund, 2025)]



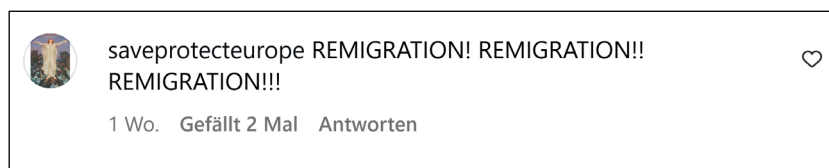
[Abb. 16: Beleidigung Von der Leyen III (Afd.bund, 2025)]

Natürlich lässt sich nicht eindeutig sagen, ob die Vehemenz der Ablehnung von Ursula von der Leyen bei diesen drei Individuen nun auf das untersuchte Meme zurückgeht, oder ob die Radikalisierung andernorts erfolgte. Dennoch hat das Meme durch die Schaffung einer Fläche für eine Echokammer zumindest das Potenzial zur Verstärkung der schon bestehenden Ablehnung von Ursula von der Leyen oder der EU.

Als weiteren Hinweis auf das Bestehen einer Echokammer lassen sich Kommentare aufführen, welche Grund zur Annahme geben, dass das Meme vor allem von Leuten konsumiert wird, die bereits eine Affinität zur AfD haben. So finden sich Kommentare, wie hier beispielsweise durch Abbildung 17 & 18 verdeutlicht, welche sich auf Inhalte des AfD-Wahlprogramms beziehen, die gar nicht im Meme angesprochen werden und im Prinzip fehl am Platz erscheinen.



[Abb. 17: Forderung nach Einwanderungskontrolle (Afd.bund, 2025)]



[Abb. 18: Forderung nach Remigration (Afd.bund, 2025)]

Durch ihre beiden Kommentare, die sich auf die deutsche Einwanderungspolitik beziehen, – ein Kernthema der AfD – geben diese beiden Accounts Auskunft über ihre generelle Nähe zur AfD. Unter der Annahme, dass diese beiden Personen auch anderweitig mit den Prinzipien der AfD übereinstimmen, kann das vorliegende Meme als Instrument der Bestätigung ihrer bestehenden Meinungen gewertet und somit auch der Einflussfaktor rund um das Unterkapitel «Bestehende Meinungen» als gegeben betrachtet werden.

4.2.1.3 Zusammenfassung

Alle in der Arbeit aufgeführten Mechanismen, die in den Informationsselektions- und Informationsverarbeitungsprozess eingreifen, konnten in unterschiedlichem Ausmass im Meme gefunden werden: Durch eine im Zuge der kognitiven Leichtigkeit stark vereinfachte Verbindung der EU-Kommission mit negativen Emotionen erfolgt ein eindeutiges Framing, das Differenzen zwischen unterschiedlichen sozialen Gruppen betonen soll und sich somit auf den sozialen Einfluss richtet. Das Meme wiederholt des Weiteren für die AfD typische Narrative wie die Opferdarstellung oder die Ablehnung der EU und vollzieht dadurch ein Agenda-Setting. Bestehende Meinungen werden als Basis der Bewertung des definierten Problems angesprochen und haben durch das Vorkommen einer Echokammer Verstärkungspotenzial.

4.2.2 Superman-Meme



[Abb. 19: Vier Ausschnitte Superman-Meme (Abschiebeere, 2025)]

Plattform: Instagram

Account: abschiebeere

Upload-Datum: 02.04.2025

Bildunterschrift:

«Trägt normalerweise auch blau/rot ❤️❤️»

#superman #justice #afd #aliceweidel #deutschland #kartellparteien #flüchtlinge #abschieben #❤️

(Abschiebeere, 2025)

4.2.2.1 Identifikation & Verständnis

Beim zweiten Meme der Analyse handelt es sich nicht um ein einzelnes Bild, sondern um einen Videoclip, weswegen mehrere Screenshots des Videos zur Veranschaulichung in die Arbeit integriert wurden. Das Video stammt, wie für ein Meme typisch, aus der Popkultur, genauer gesagt aus einem Ausschnitt aus dem Film «Zack Snyder's Justice League», der davon handelt, dass eine Gruppe von Superhelden, darunter auch Superman, gegen einen Superschurken und dessen Anhänger kämpfen, welche die Bewohner des Universums unterwerfen wollen. Die für das Meme gewählte Szene des Filmes zeigt einen Anhänger des Superschurken, der sich an ein Mitglied der Superhelden anschleicht, um ihn hinterrücks zu erschlagen. In letzter Sekunde wird dieser Schlag jedoch von Superman vereitelt, welcher sich dazwischenwirft und den Superschurken anschliessend zu Boden schleudert. Im Meme erfolgt nun eine Neukontextualisierung der Filmszene in Zuge derer den einzelnen Figuren gesellschaftliche Institutionen zugeordnet werden, indem ein passendes Bild über die Figuren platziert wird. Über Superman wird das Logo der AfD gelegt, der Superschurke wird mit den Parteien CDU, SPD und Die Grünen in Verbindung gebracht und auf dem attackierten Superhelden ist die Deutschlandflagge platziert. Die Aufschrift über dem Video lautet «Nur die AfD kann uns retten!». Es handelt sich also im Prinzip abermals um die für ein Meme typische Text-Bild-Kombination, nur dass das Meme diesmal nicht aus einem statischen Bild, sondern einem Video besteht.

Anders als beim ersten Meme der Analyse bezieht sich das hier vorliegende Meme nicht auf eine konkrete politische Entscheidung, die im Raum steht, sondern es geht um die Darstellung der grundsätzlichen Absichten der verschiedenen Parteien für bereits erfolgte oder zukünftige Entscheidungen. Auf etwas abstraktere Art und Weise erfüllt das Meme also das Merkmal «Entscheidungsinhalte» und definiert als Entscheidungsbetroffene «Deutschland», das entweder vernichtet oder gerettet wird. Somit spricht das Meme als gesamtgesellschaftliches Interesse das Wohlergehen «Deutschlands» an, dessen konkrete Gestaltung einen gesellschaftlichen Konflikt bildet, der auf einer politisch-administrativen Ebene ausgetragen wird. Insgesamt erfüllt das Meme also eindeutig die Kriterien für die Einordnung in die politische Sphäre.

4.2.2.2 Untersuchung der Mechanismen der politischen Meinungsbildung

Was bei näherer Betrachtung zunächst ins Auge fällt, ist die Ungenauigkeit der vermittelten Aussage des Memes. So stellt das Meme im Kontext von *Framing* eine Reihe von Behauptungen auf, die aber alle sehr schwammig und weit gefasst wirken. Zunächst einmal behauptet das Meme in der Problemdefinition, das «Deutschland» zerstört und vernichtet werden soll. Als kausale Interpretation, also Ursache dieser Zerstörung, werden die Parteien SPD, CDU und Die Grünen inszeniert. Die moralische Bewertung der Vernichtung «Deutschlands» fällt natürlich negativ aus und im Zuge der Handlungsempfehlung schlägt das Meme den Rezipient*innen vor, anzuerkennen, dass nur durch Unterstützung der AfD das «Wohl Deutschlands» hergestellt werden kann. Eindeutig ist durch das Framing also vor allem eines: die Verteilung von Schuld und Errettung auf die Parteien CDU, SPD und Die Grünen bzw. auf die AfD. Aber eine Reihe von Fragen bleibt dennoch ungeklärt.

Zum einen wurde bewusst in den oberen Abschnitten «Deutschland» jeweils in Anführungs- und Schlusszeichen gesetzt, denn gänzlich eindeutig ist nicht, auf wen oder was sich das Symbol der Deutschlandflagge bezieht. Naheliegend wäre die Verbindung der Deutschlandflagge mit der Nation Deutschland, aber auch diese Verbindung erleichtert die Interpretation der Flagge nur unzureichend, da eine Nation ein hochkomplexes und nicht leicht zu definierendes System ist, bestehend aus bspw. rechtlichen, territorialen, sozialen und kulturellen Elementen, die kaum in ihrer Gesamtheit durch ein einzelnes Emoji repräsentiert werden können. Auf welchen dieser Aspekte der Nation Deutschland bezieht sich das Meme nun? Wer oder was in Deutschland wird zerstört? Das Meme gibt den Rezipient*innen Raum für Interpretation und regt sie zu eigenen Assoziationen mit dem Schlagwort «Deutschland» an. Wenn im weiteren Verlauf der Analyse also von einer Zerstörung Deutschlands gesprochen wird, muss bedacht werden, dass «Deutschland» hierbei für eine Vielzahl von Vorstellungen und Konzepten stehen kann, die nicht eindeutig definiert sind.

Aber es bleibt nicht nur im Ungewissen, wer überhaupt von der drohenden Vernichtung betroffen ist, sondern auch die Vernichtung an sich verbleibt diffus und ungenau. Das Meme stellt die These auf, dass die SPD, CDU und Die Grünen Deutschland beseitigen wollen. Dabei bezieht sich die attestierte Zerstörung vermutlich auf Handlungen der deutschen Regierung, denn bei allen drei Parteien handelt es sich um aktuelle oder ehemalige Regierungsparteien (Konrad-Adenauer-Stiftung, 2025), aber die exakten kritisierten Tätigkeiten der Parteien bleiben unklar. Auch die Frage, wie die AfD Deutschland vor diesem Untergang bewahren will, bleibt ungeklärt. Diese Vagheit in der Aussage des Memes ist in mehrfacher Hinsicht äusserst effektiv.

Indem das Meme durch die Vagheit viele Interpretationsmöglichkeiten über das Auftreten der drohenden Zerstörung Deutschlands zulässt, wird es einer grösseren Zahl von Rezipient*innen ermöglicht, sich mit dem Meme zu identifizieren bzw. mit der intendierten Aussage des Memes übereinzustimmen. In anderen Worten: Das Meme erreicht mehr Menschen. So können verschiedene Personen zwar völlig unterschiedlich die Zerstörung Deutschlands als wahr betrachten, aber in der Schuldzuweisung und im Lösungsmittel – die einzig klar definierten Aspekte des Memes – sind sie sich alle einig.

Ebenfalls schafft es das Meme, durch die Vagheit argumentative Angriffsflächen einzuschränken. Da das Meme weder konkrete Entscheidungen der CDU, SPD und Grünen kritisiert, noch aufzeigt, inwiefern die AfD förderlich für Deutschland sein kann, gibt es für Gegner*innen der AfD kaum die Möglichkeit, inhaltlich die Behauptungen des Memes zu widerlegen. Unterstützt wird diese Unwiderlegbarkeit durch die Tatsache, dass die AfD noch nie in der Regierung war. Die AfD und ihr Umfeld haben also den Vorteil, bestehende Regierungen zu kritisieren und zu behaupten, dass wahre Lösungen nur durch die AfD umgesetzt würden, ohne bis anhin in die Verlegenheit zu kommen, diese Behauptungen beweisen zu müssen. Die Vagheit des Memes macht dessen Aussage also zu einem grösseren Grad unantastbar und trägt so zu dessen Authentizität bei.

Als drittes gewährleistet die Vagheit des Memes ein hohes Mass an *kognitiver Leichtigkeit*. Statt differenziert den Umgang der CDU, SPD und Grünen mit Deutschland zu kritisieren, werden die drei Parteien als etwas von Grund auf Böses dargestellt, wohingegen die AfD nicht nur unschuldig an den vergangenen Regierungsentscheidungen sei, sondern scheinbar auch Lösungen für alle Probleme bereithalte, wodurch sie gewissermassen als das personifizierte

Gute präsentiert wird. Es ist fraglich, ob jegliche Parteien ausschliesslich als «gut» oder «böse» bezeichnet werden können; ein Umstand, der hier im Meme aber eindeutig erfolgt. Auch der präsentierte Untergang Deutschlands ist eine enorme Vereinfachung. Natürlich hat Deutschland, wie jedes andere Land auch, gesellschaftliche Probleme, welche die Politik zu lösen versucht, aber die Darstellung, dass die gesamte Existenz Deutschlands vom Handeln der anderen Parteien bedroht ist, ist nicht nur eine starke Vereinfachung der realen Komplexität der Probleme, sondern auch eine Übertreibung.

Durch diese Übertreibung der Problemdarstellung dient das Meme im Kontext des *Agenda-Settings* und der *Wiederholung* zur Etablierung von rechtsextremen Narrativen im gesellschaftlichen Diskurs. Die extreme Rechte bedient sich häufig Narrativen, die von einer Zerstörung der «volklichen Grundlagen» (Virchow, 2024, S.7) oder allgemein von «apokalyptischen Untergangserzählungen» (Virchow, 2024, S.7) sprechen, meist angeblich ausgelöst durch Migration, die Verweichlichung und Benachteiligung der «deutschen Männer» und die Infragestellung des traditionellen Familienbildes (Virchow, 2024, S.7). Zwar bezieht sich das Meme auf keine konkrete Untergangserzählung, dennoch wird der Zustand Deutschlands als negativ und bedroht charakterisiert und die Schuld daran auf vermeintlich verräterische Parteien projiziert. Im Prinzip kann das Meme durch dieses Untergangsszenario und die Inszenierung des Verrats durch CDU, SPD und Die Grünen auch als Analogie zu einem viel älteren rechtsextremen Narrativ, der Dolchstosslegende, verstanden werden. Diese leitet die Niederlage Deutschlands im Ersten Weltkrieg nicht etwa aus der militärischen Unterlegenheit des deutschen Volkes ab, sondern aus dem Verrat und dem bewussten Herbeiführen einer Niederlage durch revolutionäre Kräfte, linke Parteien und Politiker (Das Bundesarchiv, 2025). Das Meme erinnert also nahezu an eine Verschwörungstheorie.

Teil dieses rechtsextremen Narrativs ist auch die oben angesprochene klare Zuordnung von Schuld und Rettung, welche natürlich durch einen Superheldenfilm sehr einfach vermittelt werden kann. Die Zuordnung zielt im vorliegenden Meme darauf ab, den Rezipient*innen zwei klar voneinander abzugrenzende Gruppen vorzustellen, die mit gegensätzlichen *Emotionen* verknüpft werden, welche zu einer intuitiven Bewertung der Parteien führen sollen. Indem CDU, SPD und den Grünen Attribute wie Verrat oder Hinterhältigkeit zugesprochen werden, soll eine grundsätzlich negative Haltung ihnen gegenüber etabliert werden. Unterstützt wird diese erstrebte Wahrnehmung durch den Hashtag «Kartellparteien» in der Beschreibung des Videos, der den Parteien unterstellt, gemeinsam zum eigenen Vorteil zu kooperieren, Opposition zu verhindern, und so den wahren Wählerwillen nicht richtig zu repräsentieren (Detterbeck, 2002, S.18f.). Man könnte das Meme deswegen auch als Kritik an der sogenannten Brandmauer verstehen – das Versprechen der drei Parteien, sich konsequent von der AfD abzugrenzen, also bspw. keine Koalition mit ihr einzugehen (Rosa Luxemburg Stiftung, 2025). Das Meme schürt also vorsätzlich die Angst in den Rezipient*innen, dass die Parteien keine guten Absichten für Deutschland haben und die AfD als Quelle aller Lösungen bewusst verhindern. Dem konträr gegenüber steht die erstrebte positive Konnotation der AfD, die insbesondere durch den Vergleich mit Superman und die daran ableitbaren Charakteristiken des Heldenmuts, der Tapferkeit und Loyalität erzielt wird. Das Ergebnis dieser zweigleisigen emotionalen Verknüpfungen mit den jeweiligen Parteien sind zwei Pole; der negative Pol der CDU, SPD, Grünen und der positive Pol der AfD. Rezipient*innen sollen sowohl die anderen Parteien als abstossend empfinden als auch sich im Gegenzug zur AfD hingezogen fühlen. Somit konstruiert das Meme vor dem Hintergrund des *sozialen Einflusses* ein «Wir-gegen-die-

Denken», das die eigene Gruppe moralisch erhöht und zu einer stärkeren Identifizierung mit ihr führt und die andere Gruppe erniedrigt und eine stärkere Abgrenzung zu ihr fördert. Einen Hinweis für diese gestärkte Identifizierung lässt sich in der Bildüberschrift finden: «Nur die AfD kann uns retten!». Die Meme-erstellende Person spricht hier von einer – erneut nicht näher definierten – Gruppe, die gerettet werden muss, und sieht als einzige Möglichkeit dieser Rettung die AfD. Da es für Bedrohte nur logisch ist, sich mit ihrer Rettungsinstanz zu identifizieren, ruft das Meme durch die Bildüberschrift geradezu zur Identifizierung mit der AfD auf. Auch das Wort «uns» in der Bildüberschrift ist zentral, denn es erzeugt eine Wir-Gemeinschaft, in deren Zentrum als Retterin die AfD eingebettet wird. Diese konstruierte Wir-Gemeinschaft wird nicht nur durch das Meme ausgedrückt, sondern geht auch über das Meme hinaus. So ist das hier analysierte Meme nicht von einer offiziellen Organisation der AfD gepostet worden, sondern von einer Nichtregierungsorganisation mit Accountnamen «abschiebeere» (Abschiebeere, 2025).



[Abb. 20: Account abschiebeere (Abschiebeere, 2025)]

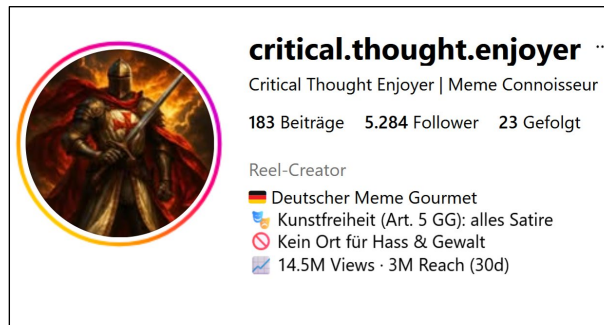
Nicht nur die AfD-nahe Haltung des Memes, sondern auch die Schuhe mit AfD-Logo auf dem Profilbild des Accounts, sowie das Aufgreifen des typischen AfD-Themas des Abschiebens im Account-Namen erwecken den Eindruck, dass es sich bei der abschiebeere um eine Art Fanpage für die AfD handelt. Die Identifikation der Person oder Gruppe hinter dem Account mit der AfD muss also so gross sein, dass sie sich dazu entschieden hat, sich nicht nur im Privaten mit der AfD verbunden zu fühlen, sondern diese Verbundenheit auch nach aussen zu tragen, womöglich um andere anzustecken und um sich mit Menschen mit ähnlicher Meinung zu verbinden. Dieser Bezug zu Menschen mit ähnlicher Meinung lässt sich durch einen Blick in die «Gefolgt»-Liste der abschiebeere feststellen:



[Abb. 21: Account I (Patriotischeaktion1871, 2025)]



[Abb. 22: Account II (Gesichert.patriotisch, 2025)]



[Abb. 23: Account III (Critical.thought.enjoyer, 2025)]

Der Content dieser drei beispielhaften Accounts ist sehr ähnlich zu dem der abschiebere. So lassen sich Diffamierungen anderer deutscher Parteien, abwertende Beiträge zu Migrant*innen oder Feminist*innen, sowie Posts, die Nationalstolz zu Deutschland zum Ausdruck bringen, finden. Einen Hinweis auf die Richtung der politischen Meinung erhält man zumeist schon durch den Accountnamen, wie nicht nur bei den drei Beispielen, sondern bspw. auch bei «_verfassungslos_», «gegendasgendern», «stolzer.deutscher.bub», «patriot_vision» und noch vielen mehr. Durch diese Auflistung soll die starke Vernetzung zwischen Personen mit rechtem Hintergrund veranschaulicht werden. Indem der Inhalt des vorliegenden Memes die Zugehörigkeit zur AfD demonstriert, kann das Meme insgesamt als Faktor für eine Account-übergreifende Vernetzung und Stärkung der gemeinsamen Zugehörigkeit zur AfD verstanden werden.

Das selbstkonstruierte Gemeinschaftsgefühl zur AfD steht im starken Kontrast zu der Abwertung von CDU, SPD und Die Grünen, es erfolgt also eine Spaltung. Diese Spaltung zwischen den zwei Gruppen schlägt sich auch in den Kommentaren unter dem Beitrag nieder, bei denen sich, ihm Gegensatz zu den Kommentaren unter dem ersten Meme, nur etwa die Hälfte für die AfD aussprechen und es auch viele Kommentare gegen die AfD gibt.

Durch die Kommentare wird ersichtlich, dass die Abgrenzung zwischen «den anderen» und «uns» in beide Richtungen verläuft. So können Rezipient*innen die Botschaft des Memes übernehmen, sich also stärker mit der AfD identifizieren (vgl. Abb. 25-27) und sich von CDU, SPD und Die Grünen distanzieren (vgl. Abb. 24), genauso gut können die Rezipient*innen die Botschaft des Memes aber auch als falsch und diskreditierend empfinden (vgl. Abb. 28, 29), in einen Abwehrmodus übergehen (vgl. Abb. 31) und die AfD kritisieren (vgl. Abb. 30).

In welche Richtung die Polarisierung erfolgt, ist grösstenteils abhängig von den *bestehenden Meinungen* der Personen hinter den Kommentaren. Personen, die ohnehin schon an das Narrativ des deutschen Untergangs glauben, werden sich durch das Meme in ihrem Weltbild bekräftigt sehen, wohingegen sich Menschen, die nicht von einem baldigen Untergang Deutschlands ausgehen, in ihrer Meinung bestätigt sehen, dass die AfD Unwahrheiten verbreitet. Das Meme versucht allerdings vor allem Menschen mit schon bestehender Affinität zur AfD anzusprechen, was durch die Wahl der Hashtags «flüchtlinge» und «abschieben» (Abschiebeere, 2025) erkennbar ist. Beide beziehen sich auf die für die AfD wichtige Schwerpunktsetzung Migration, verbinden das Meme also mit Schlagworten aus der Szene rund um die AfD, in der Hoffnung, dass das Meme dadurch mehr Menschen aus diesem Milieu erreicht.

Anders als beim ersten Meme zeugt die Kommentarspalte demnach weniger von einer Echokammer, bei der die eigene Meinung nur mit Gleichartigen konfrontiert wird, sondern mehr von einer enormen Polarisierung als Ergebnis der Spaltung der zwei Gruppen. Auffällig dabei ist, dass es in den Kommentarspalten kaum zu einer richtigen Debatte kommt. Sowohl Kommentare für als auch gegen die AfD beschränken sich darauf, ihre Meinung zur AfD und/oder den anderen Parteien kundzutun, meist, ohne auf konkrete Kritikpunkte der einen oder anderen Seite einzugehen. Es entsteht das Gefühl, dass sich beide Seiten gar nicht richtig zuhören wollen, sondern reflexartig ihre Meinung ausdrücken wollen und sich schnell bestätigt sehen in der Dummheit der «anderen» (vgl. Abb. 32).



[Abb.32: Mangelnde Bildung der anderen (Abschiebeere, 2025)]

Damit zeigt sich, dass das Meme nicht darauf abzielt, eine Plattform für einen gesellschaftlichen Diskurs zu sein, auf der sich beide Gruppen gesittet austauschen können, sondern vor allem die Aktivierung bereits bestehender Meinungen und die Verstärkung von Gruppenspaltungen begünstigt. Die Analyse der Kommentarspalte bestätigt somit die zuvor ausgearbeiteten Mechanismen – insbesondere die des sozialen Einflusses, der Tendenz zu dem, was Rezipient*innen emotional anspricht und der Bedeutung von bestehenden Meinungen.

4.2.2.3 Zusammenfassung

Wie schon im ersten Meme der Analyse konnten alle untersuchten Einflussfaktoren auf die politische Meinungsbildung im Meme identifiziert werden. Im Kontext von Agenda-Setting versucht das Meme, rechtsextreme Narrative zu wiederholen und somit gesellschaftlich zu etablieren, indem durch starkes Framing ein Untergangsszenario aus den realen Problemen Deutschlands heraufbeschworen wird. Im Zuge von kognitiver Leichtigkeit werden gegensätzliche Emotionen mit den beiden Gruppen in Verbindung gebracht, die auf eine spontane emotionale Reaktion der Rezipient*innen und auf eine Spaltung der zwei Gruppen abzielen. Indem das Meme die schon bestehende Affinität oder Aversion zur AfD verstärken kann, ist eine Festigung der eigenen Meinung möglich.

Besonders interessant hierbei ist, dass das Meme alle Einflussfaktoren beinhaltet, vermutlich ohne Teil einer offiziellen Marketingkampagne der Partei zu sein, also ohne, dass genaue Strategien zur grösstmöglichen Beeinflussung im Voraus abgewogen wurden. Dies gibt Auskunft darüber, wie einfach es ist, instinktiv die richtigen politischen Mechanismen in einen Social Media Post zu verpacken und mit der nötigen Reichweite grosse Menschenmassen zu erreichen.

5. Schlussfolgerung

Durch die Auseinandersetzung mit theoretischen Aspekten der politischen Meinungsbildung und Memes, sowie einer praktischen Analyse von zwei Memes, konnten verschiedene Erkenntnisse gewonnen werden.

Zum einen kommt die Arbeit zum Schluss, dass sieben Einflussfaktoren in den Prozess der Informationsselektion bzw. Informationsverarbeitung eingreifen und so die politische Meinung der Individuen prägen. Agenda-Setting (1) führt dazu, dass Individuen die Gesellschaft betreffende Informationen als wichtig genug erachten, um sich genauer mit ihnen auseinanderzusetzen bzw. sie für die persönliche Informationsverarbeitung zu selektionieren. Emotionen und Intuitionen (2) greifen in den Informationsverarbeitungsprozess ein, indem sie noch vor der Auseinandersetzung mit rationalen Argumenten eine Bewertung der Informationen auslösen. Kognitive Leichtigkeit (3) in vermittelten Meinungen lässt diese als wahrer erscheinen, weil Menschen einfach zu verarbeitenden Informationen positiver entgegenblicken als komplexen und vielschichtigen Aussagen. Positiver wirken Informationen ausserdem, wenn sie eine häufige Wiederholung (4) im medialen Diskurs erfahren, was durch den Mere-Exposure-Effekt ausgedrückt wird. Framing (5) beschreibt den Einfluss des gesetzten Interpretationsrahmens auf die Bewertung einer Information, wohingegen der soziale Einfluss (6) aufgreift, wie (wahrgenommene) Gruppenmeinungen für das Individuum wahrer erscheinen, aufgrund der Tatsache, dass die Gruppe stets als besser informiert betrachtet wird und Angst vor sozialem Ausschluss besteht. Der letzte aufgegriffene Faktor der bestehenden Meinungen (7) betont, dass Individuen nie objektiv auf neue Informationen blicken, sondern darauf ausgerichtet sind, diese in ihr bestehendes Weltbild zu integrieren.

Erneut sei betont, dass die Arbeit bezüglich der Anzahl Einflussfaktoren auf die politische Meinungsbildung nicht den Anspruch auf Vollständigkeit erhebt, sondern lediglich die grundsätzlichen Züge der Meinungsbildungsprozesse nachvollziehen möchte.

Aus dem zweiten Theorieteil konnten wichtige Erkenntnisse über Memes abgeleitet werden. Zwar mögen Memes als Text-Bild-Kombinationen mit typischen Merkmalen wie Kürze, Kollektivität, Variabilität und Emotionalität auf den ersten Blick bloss simpel und unterhaltsam wirken, dennoch, oder vielleicht gerade deswegen, stellen Memes wichtige Informationsträger dar, deren Einfluss insbesondere aufgrund der schnellen und umfassenden Verbreitung in den sozialen Medien nicht unterschätzt werden darf. So sind Memes bereits im politischen Diskurs angekommen bzw. beinhalten politische Botschaften, wie man anhand der zwei analysierten Memes feststellen konnte.

Bei genauerer Untersuchung der beiden Memes konnten alle sieben beschriebenen Einflussfaktoren identifiziert werden. Dabei waren in beiden Memes alle Einflussfaktoren im Informationsverarbeitungsprozess des Individuums darauf ausgerichtet, eine positivere Bewertung der AfD und deren politischen Inhalte zu erzielen, wohingegen eine Abwertung der EU bzw. der Parteien SPD, CDU und Die Grünen erfolgte. Zwar kann von aussen nicht beurteilt werden, ob und wie der Gedankenprozess der Rezipient*innen beim Konsum der Memes von den sieben Faktoren beeinflusst wurde oder ob tatsächlich eine politische Meinungsbildung erfolgte. Fakt ist jedoch, dass durch das Vorhandensein der sieben Faktoren die Voraussetzungen für eine Einflussnahme auf die Meinungsbildung gegeben wären. Somit kann die

aufgestellte These, dass Memes den Meinungsbildungsprozess von Individuen beeinflussen können, für die beiden analysierten Memes als bestätigt gewertet werden.

Wichtig zu betonen ist, dass Memes auch hier nicht als sporadische Einheiten, sondern als zusammenhängende Muster mit gegenseitiger Bezugnahme und Wechselwirkung zu verstehen sind. Deswegen müssen die beiden analysierten Memes nicht als isoliert, sondern als eingebettet in eine sich gegenseitig beeinflussende Memes-Sphäre betrachtet werden. So liessen sich bei der Recherche nach Memes für die Analyse noch eine Reihe von ebenfalls passenden Memes finden, die ebenfalls AfD-nahe Inhalte samt Spaltung, Fremdenfeindlichkeit, Nationalstolz und ähnlichen Prinzipien zum Ausdruck brachten:



[Abb. 34: Im Park gestochen werden (Wilhelm.kachel, 2025)]



[Abb. 33: AfD zu rechts? (Deutschland_gags et al., 2025)]



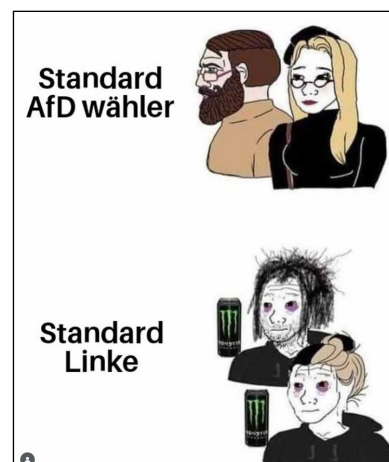
[Abb. 35: Hinrichtung 2028 (Stolzer.deutscher.bub, 2025)]



[Abb. 36: Alice beendet buntes Land (Rechts.klick, 2025)]



[Abb. 37: Orks vor den Toren (Jungesfreiheitsbuendnis et al., 2025)]



[Abb. 38: Standard AfD-Wähler (Deutschland.braucht.dich et al., 2024)]

Selbst mit der Inbezugnahme dieser weiteren Memes kann nur ein winziger Bruchteil der gewaltigen Menge an zirkulierenden politischen Memes abgedeckt werden. Dennoch helfen diese zusätzlichen Memes zur Verdeutlichung, dass die typischen Nutzer*innen der sozialen Medien im Prinzip nie mit einzelnen Memes, sondern mit einer ganzen, an die persönlichen Präferenzen angepassten, «Memes-Flut» konfrontiert werden, die mal subtiler, mal deutlicher politische Aussagen zum Ausdruck bringt und in ihrer enormen Grösse und Vielfalt die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass sich Rezipient*innen von dem einen oder anderen Meme angesprochen fühlen.

Wenn man berücksichtigt, dass die sozialen Medien, zu denen auch Memes gehören, in der Gesellschaft immer wichtiger für die Informationsbeschaffung werden, sich die sieben Einflussfaktoren bereits exemplarisch in zwei klassischen Memes finden liessen und die durchschnittlichen Rezipient*innen in den sozialen Medien zumeist einer grossen Kollektion von Memes ausgesetzt sind, lässt sich die Annahme formulieren, dass der Einfluss von Memes auf die politische Meinungsbildung nicht nur exemplarisch bei den beiden analysierten Memes, sondern potenziell beim Medium «Meme» im Allgemeinen gegeben ist.

Noch besser hätte man den Einfluss des Mediums Meme im Allgemeinen auf die politische Meinungsbildung wohl untersuchen können, wenn man die Methodik weniger qualitativ, sondern quantitativ gestaltet hätte, also eine grössere Menge an Memes oberflächlicher auf das Vorhandensein der sieben Einflussfaktoren untersucht hätte. Für das genaue Verständnis, wie Memes in den Informationsverarbeitungsprozess eingreifen, schien es jedoch wichtig, das Auftreten der Einflussfaktoren detailliert aufzuschlüsseln und so deren Ausmass und mögliche Wirkung besser abschätzen zu können.

Spannend für zukünftige Forschungsansätze wäre der Vergleich von Memes mit AfD-Nähe zu Memes mit Nähe zu der deutschen Partei Die Linke, die in den sozialen Medien ebenfalls sehr erfolgreich ist. Bei der Analyse der AfD-Memes und der vorangehenden Suche nach passenden Memes war auffällig, dass viele der Memes stark auf eine Spaltung zwischen der AfD und unterschiedlichen Dritten setzten und häufig die Emotion der Angst bei den Rezipient*innen ansprachen. Eine Analyse von Memes der politisch gänzlich anderes eingestellten Linke könnte Auskunft darüber geben, ob diese Themensetzung generell bei weit verbreiteten Memes vorhanden ist, also gewissermassen eine Voraussetzung für medialen Erfolg darstellt, oder ob diese Schwerpunkte eine parteispezifische Strategie sind.

Ebenfalls eine Untersuchung wert wäre die Frage, ob Memes als Wahlkampfmittel gleichermaßen geeignet sind für alle Parteien, oder ob vor allem polarisierende, wenig gemässigte Parteien, wie es die AfD und Die Linke sind, von einem Medium profitieren, das Botschaften sehr vereinfachend und polarisiert vermittelt.

6. Persönliches Schlusswort

Die intensive Auseinandersetzung mit Memes in einem sehr aktuellen gesellschaftlichen Kontext war für mich bereichernd in vielerlei Hinsichten. So habe ich zum einen viele inhaltliche Aspekte zu Meinungsbildung und ihrer Beeinflussung gelernt und kann mir den Erfolg der AfD bei Gleichaltrigen zumindest ansatzweise besser erklären. Ebenfalls fühle ich mich nun sicherer bei der Recherche von nützlichen Quellen, sowie der grundsätzlichen Struktur von wissenschaftlichen Arbeiten. Die Arbeit hat mir ausserdem geholfen, Strategien zu entwickeln zur besseren Struktur und Verbindung meiner eigenen Gedanken, wie bspw. das Erstellen von Mindmaps, die generelle Verschriftlichung der Gedanken oder der Austausch mit anderen. So denke ich, dass ich erfolgreich darin war, vor Beginn der intensiven Schreibphase einen breiten Überblick über die beiden Teilthemen und ihre Verbindung zueinander zu gewinnen, was sehr hilfreich war für den späteren Schreibprozess. Für eine zukünftige Arbeit nehme ich mir vor, die zeitliche Planung der Arbeit besser vorauszuahnen und dementsprechend zu gestalten. Zwar hatte ich eher nicht das Problem von extremen Zeitstress, dennoch glaube ich, dass ich für viele Textabschnitte länger gebraucht habe, als eigentlich nötig gewesen wäre. Auch möchte ich versuchen, zukünftig von Anfang an klarer mein Thema einzugrenzen, da ich an mir die Tendenz beobachtet habe, abzuschweifen oder thematisch mehr Inhalte abdecken zu wollen, als eigentlich für das Kernthema nötig wären.

Im Grossen und Ganzen bin ich zufrieden mit meiner Arbeit, da ich glaube, dass die Verbindung des Theorieteils der politischen Meinungsbildung mit dem Theorieteil über Memes schlüssig in der Meme-Analyse vermittelt werden konnte und inhaltlich Sinn macht. Insgesamt beende ich diese Arbeit mit gemischten Gefühlen. Ich freue mich zum einen, dass sich meine anfangs aufgestellte These nach intensiver Auseinandersetzung als in grossen Teilen bestätigt erwiesen hat, ich also gewissermassen das richtige Gespür für die Richtung meines Themas hatte; auf der anderen Seite würde ich mir wünschen, dass der von mir attestierte Einfluss weniger stark gefunden worden wäre. Denn, dass extremistische Kräfte in den sozialen Medien eine so niederschwellige und dabei gleichzeitig einflussreiche Plattform der Verbreitung ihrer Inhalte vorfinden, empfinde ich als erschreckend. Deswegen sehe ich jetzt, mit dem Ende dieser Arbeit, in Memes nicht nur ein Unterhaltungselement, sondern auch ein Bedrohungspotenzial unserer gesellschaftlich festgelegten Werte.

Es lässt sich hoffen, dass unsere demokratischen Strukturen langfristig für diese neue, an Wahrheiten nur unzureichend orientierte Nachrichtenverbreitung gewappnet sind.

Quellenverzeichnis

- Abschiebeere (2025): <https://www.instagram.com/p/DH7aZ30IXZQ/> [15.11.2025]
- Afd.bund (2025): <https://www.instagram.com/p/DPongvhju2L/?hl=en> [15.10.2025]
- Alternative für Deutschland (AfD) (2025): *Programm der Alternative für Deutschland für die Wahl zum 21. Deutschen Bundestag*. Riesa. Abgerufen am 09.07.2025 von https://www.afd.de/wpcontent/uploads/2025/02/AfD_Bundestagswahlprogramm2025_web.pdf
- Asch, S. (1951). Effects of Group Pressure Upon the Modification and Distortion of Judgments. In: H. Guetzkow (Hrsg.): *Groups, Leadership and Men: Research in Human Relations*. S.177-190. Pittsburgh: Carnegie Press.
- Britton, D. (2021). The best Distracted Boyfriend memes. *daily dot*. 27.01.2021. Abgerufen am 09.10.2025 von <https://www.dailydot.com/unclick/distracted-boyfriend-memes/>
- Bülow, L., & Johann, M. (2019). Politische Internet-Memes: Erschließung eines interdisziplinären Forschungsfeldes. In: L. Bülow & M. Johann (Hrsg.): *Politische Internet-Memes – Theoretische Herausforderungen und empirische Befunde*. S.13-25. Berlin: Verlag für wissenschaftliche Literatur.
- Critical.thought.enjoyer (2025). <https://www.instagram.com/critical.thought.enjoyer/>. [22.11.2025]
- Dale, D. (2025). *Fact check: Debunking 100 Trump false claims from his first 100 days*. Abgerufen am 30.08.2025 von <https://edition.cnn.com/politics/fact-check-trump-false-claims-debunked>
- Das Bundesarchiv. (2025). *Dolchstosslegende als «Fake News» in der Weimarer Republik*. Abgerufen am 18.11.2025 von <https://www.bundesarchiv.de/themen-entdecken/online-entdecken/dokumente-zur-zeitgeschichte/dolchstosslegende-als-fake-news-in-der-weimarer-republik/>
- Detterbeck, K. (2002). *Der Wandel politischer Parteien in Westeuropa*. Wiesbaden: Springer. DOI: 10.1007/978-3-663-09641-2.
- Deutschland.braucht.dich et al. (2024). <https://www.instagram.com/p/DAKFNX1INK6/>. [02.12.2025]
- Deutschland_gags et al. (2025). <https://www.instagram.com/reel/DL2YtZkt-xq/>. [02.12.2025]
- Die Bundeswahlleiterin, (2025). *Bundestagswahl 2025*. Abgerufen am 14.10.2025 von <https://www.bundeswahlleiterin.de/bundestagswahlen/2025/ergebnisse/bund-99.html>.
- Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), S. 51-58.
- Gesichert.patriotisch (2025). <https://www.instagram.com/gesichert.patriotisch/>. [22.11.2025]

- Haidt, J. (2012). *The Righteous Mind: Why Good People Are Divided by Politics and Religion*. 1. Auflage. United States: Pantheon Books.
- Hasebrink, U., Hölig, S., & Wunderlich, L. (2021). #UseTheNews: Studie zur Nachrichtenkompetenz Jugendlicher und junger Erwachsener in der digitalen Medienwelt. (Arbeitspapiere des Hans-Bedrow-Instituts, 55.). Hamburg: Verlag Hans-Bedrow-Institut. DOI: 10.21241/ssoar.72822.
- Herrmann, S. (2019). *Gefühlte Wahrheit: Wie Emotionen unser Weltbild formen*. Berlin: Aufbau Verlag.
- Imgflip (2025). <https://imgflip.com/i/a7bihi> [09.10.2025]
- Jungesfreiheitsbuendnis et al. (2025). <https://www.instagram.com/reel/DNu-sULoUFI/>. [02.12.2025]
- Kahneman, D. (2017). *Schnelles Denken, langsames Denken*. München: Penguin Verlag.
- Kienzl, P. (2019). Die Geschichte des Distracted-Boyfriend-Memes hat ein Happy End bekommen. *DIE ZEIT*. 10.10.2019. Abgerufen am 09.10.2025 von: <https://www.zeit.de/zett/queeres-leben/2019-10/die-geschichte-des-distracted-boyfriend-memes-hat-ein-happy-end-bekommen>
- Klopfenstein, N. (o.J.). «One look – one information»: Five key elements of memes and how they help to inform young people in Switzerland across platforms. [unveröffentlicht, Manuskript liegt vor]
- Know Your Meme (2017) <https://knowyourmeme.com/photos/1287559-distracted-boyfriend> [09.10.2025]
- Konrad-Adenauer-Stiftung. (2025). *Wahlen zum Deutschen Bundestag seit 1949*. Abgerufen am 07.12.2025 von: <https://www.kas.de/de/web/geschichte-der-cdu/wahlen-zum-deutschen-bundestag-seit-1949>.
- Kunda, Z. (1990). The Case for Motivated Reasoning. In: *Psychological Bulletin*, 108(3), S.480-498.
- Matthes, J. (2022). Der Effekt der blossen Darbietung: Attitudinal Effects of Mere Exposure von Zajonc. In: T. Meitz, N. Borchers & B. Naderer (Hrsg.): *Schlüsselwerke der Werbeforschung*. S.109-117. Wiesbaden: Springer. DOI: 10.1007/978-3-658-36508-0
- McCombs, M., Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), S.176-187.
- Mediendienst Integration (2025). *Ist die AfD rechtsextrem?* Abgerufen am 13.12.2025 von <https://mediendienst-integration.de/extremismus/rechtsextremismus/ist-die-afd-rechtsextrem/>.
- Meinung (2024). In: *Enzyklopädie Philosophie und Wissenschaftstheorie, Bd. 5: Log-N* (2.Auflage). Berlin, Heidelberg: J.B. Metzler. DOI: 10.1007/978-3-662-67768-1.

- Patriotischeaktion1871 (2025). <https://www.instagram.com/patriotischeaktion1871/>. [22.11.2025].
- Pohl, T. (2019). Die Epistemische Funktion der Sprache. Ein Versuch. In: L. Decker, K. Schindler (Hrsg.): *Von (Erst- und Zweit-)Spracherwerb bis zu (ein- und mehrsprachigen) Textkompetenzen*. S.167-184. Duisburg: Gilles & Francke Verlag. Kölner Beiträge zur Sprachdidaktik (Reihe A).
- Politik (2000). In: *Politik-Lexikon* (3. Auflage). München, Wien: R. Oldenbourg Verlag.
- Pronold-Günther, F. (2022). Meinungsbildung unter dem Einfluss digitaler Medien. Theoretischer Überblick über einen komplexen Prozess mit Anregungen für die unterrichtspraktische Thematisierung. *MiDU – Medien im Deutschunterricht*, 4(1), S.1-22. DOI: 10.18716/OJS/MIDU/2022.1.8
- Rechts.klick (2025). <https://www.instagram.com/p/DGDWcpjA33D/>. [02.12.2025]
- Rosa Luxemburg Stiftung. (2025). *Was ist eigentlich die Brandmauer?* Abgerufen am 07.12.2025 von: <https://www.rosalux.de/news/id/53102/was-ist-eigentlich-die-brandmauer>.
- Schett, S. (2021). *Memes und ihr Einfluss auf politische Kommunikation* (Masterarbeit). Wien: Universität Wien.
- Schweiger, W. (2017). *Der (des)informierte Bürger im Netz*. 1. Auflage. Wiesbaden: Springer. DOI: 10.1007/978-3-658-16058-6
- Schulz, A. (2025). *Macht TikTok Wahlsieger? Der Erfolg von Linke und AfD bei Jüngeren*. Abgerufen am 14.10.2025 von <https://www1.wdr.de/nachrichten/wahlergebnis-bundestagswahl-afd-linke-social-media-tiktok-100.html>.
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. Massachusetts: The MIT Press Essential Knowledge Series.
- Solmecke, C. (2025). *Bedeutet das Nein aus Deutschland das Ende der EU-Pläne?* Abgerufen am 18.10.2025 von <https://www.wbs.legal/allgemein/chatkontrolle-vorerst-gestoppt-bedeutet-das-nein-aus-deutschland-das-ende-der-eu-plaene-84174/>.
- Statista Research Department (2025). *US-Wahl 2024: Ergebnis der US-Präsidentenwahl am 5. November 2024 nach Anzahl der Wählerstimmen*. Abgerufen am 13.12.2025 von de.statista.com/statistik/daten/studie/1535167/umfrage/ergebnis-der-us-praesidentenwahl-2024-nach-anzahl-der-waehlerstimmen/.
- Stegemann, M. (2024). *Konsumverhalten verstehen, beeinflussen und messen*. Wiesbaden: Springer. DOI: 10.1007/978-3-658-43600-1
- Stobbe, T. (2025). *Wieso Die Linke und die AfD auf TikTok so erfolgreich sind*. Abgerufen am 14.10.2025 von <https://www.swr.de/swraktuell/rheinland-pfalz/afd-linke-erfolg-auf-tiktok-vor-bundestagswahl-100.html>.
- Stolzer.deutscher.bub (2025). https://www.instagram.com/p/DQJ_j6sCGBq/. [02.12.2025]

- Tottmann, B. (2022). Strategisches Framing bei Björn Höcke – wie ein rechtsextremer Politiker den Rahmen sprengt. *ZRex-Zeitschrift für Rechtsextremismusforschung*, 2(1), S.128-140. DOI: 10.3224/zrex.v2i1.08
- Virchow, F. (2024). Narrative der extremen Rechten. *BzKJAktuell*, 2024(2), S.5-9.
- Wikipedia (2025) https://en.wikipedia.org/wiki/Distracted_boyfriend#/media/File:The_Man_between_Vice_and_Virtue.jpg [09.10.2025]
- Wilhelm.kachel (2025). <https://www.instagram.com/p/DQUleYTDQH6/>. [02.12.2025]
- Wissen (2024). In: *Enzyklopädie Philosophie und Wissenschaftstheorie, Bd. 8: Th-Z* (2. Auflage). Berlin, Heidelberg: J.B. Metzler. DOI: 10.1007/978-3-662-67774-2.
- Zajonc, R. (1968). Attitudinal Effects of Mere Exposure. In: *Journal of Personality and Social Psychology: Monograph Supplement* 9 (2), S.1-27.