

Im Rausch der Gefühle

Musikvideos als Spielraum der Präventionsarbeit

Musik gilt als wichtiges Ausdrucksmittel menschlicher Gefühle. Sie verbindet Individuen und lässt Lebenswelten sprachlich und visuell erfahrbar machen. Das Internet bietet allen sozialen Gruppen die Chance, diese Entwürfe kennenzulernen. Vor allem Musikvideos könnten der Prävention dabei helfen, auch diejenigen zu erreichen, die nicht an ihren vielfältigen Angeboten teilhaben können. Ein Plädoyer für die Macht der Musik im Kampf gegen Extremismus, Intoleranz und Menschenfeindlichkeit.

Heiner Vogel (Politikwissenschaftler)



Abb. 1: Musik gegen Extremismus? Quelle (https://unsplash.com/photos/RLH_Wmlnj2k)

„Identifikation nur ein Gefühl wie eine Handyvibration“

Im Juli 2018 veröffentlichte der Kölner Rapper Ekrem Bora alias „Eko Fresh“ ein neues Musikvideo auf *YouTube*. Der Titel „Aber“ beschäftigt sich mit den Vorurteilen und Ressentiments zweier stereotyper Perspektiven: die des rechtsextremen AFD-Wählers und die des integrationsunwilligen Ausländers. Visuell realisiert wurde diese Kombination in klischeehaften Kleidungsstilen der Antagonisten: Der AFD-Wähler wird durch einen Mann mit seitlich kahl geschorenen Haaren dargestellt. Er trägt eine Jogginghose, einen schwarzen Hoodie, eine grüne Bomberjacke darüber und Springerstiefel. Sein Gegenüber sitzt ihm an einem Tisch in modern-lässiger Kleidung gegenüber: schwarze Lederjacke, Jeans und akkurat rasierter Vollbart.

Im Musikvideo simulieren sie Boras Text nur mit den Lippen, während Bora im Off-Ton rappt. Während die AFD-Position rassistische und [islamophobe](https://rise-jugendkultur.de/glossar/islamophobie/) Narrative, Patriotismus, Volkstümelei und Politikverdrossenheit vertritt, kontert der „Ausländer“ mit Vorwürfen der Diskriminierung und Ausgrenzung, aber auch mit sexistischen, machistischen, kulturchauvinistischen und ebenfalls nationalistischen Argumenten.

Nachdem sich die beiden gegenseitig beschimpft haben, schaltet sich Ekrem Bora auch sichtbar in den Konflikt ein und übernimmt die Rolle des Mediators. Er spaltet die beiden Lager auf und versucht, zwischen den beiden zu vermitteln, indem er ihre Positionen infrage stellt. „Wir sind zwischen beiden Welten aufgewachsen, Punkt. Ich muss mich nicht entscheiden, ich muss nur ich selber sein [...]. Seht es selbst ein, denn Identifikation ist nur ein Gefühl wie eine Handyvibration“, reimt Bora und lässt die beiden Kontrahenten daraufhin allein am Tisch zurück.

Youtube

Video anzeigen



Beim Anzeigen des Videos wird eine Verbindung zu Youtube hergestellt.



Youtube immer anzeigen

Hier erfährst du mehr über [Datenschutz von Youtube\(https://youtube.com/privacy\)](https://youtube.com/privacy).

Das Video von „Eko Fresh“ erhielt große Aufmerksamkeit in den sozialen Netzwerken. Viele lobten den Anspruch und die Botschaften des Rappers. Doch es gab auch viele, die offenkundig den Sinn des Videos nicht verstanden hatten. Durch die bewusst gewählte Polemik der zwei unterschiedlichen Meinungen im Video entstand Reaktanz bei einem Teil des Publikums. „Und der Deutsche wird halt wieder als Nazi beschrieben... Armes Deutschland“, kommentierte ein Zuschauer. „Ich bin selber deutsch Türke ich fühle aber eher denn türken“, schrieb ein anderer. „Sagt was ihr wollt ich bin für den Türken bin selber Türken und ein stolzer [...]“, betonte der Nutzer mit dem Namen „Türk AMK“. „Bin für den deutschen“, entgegnete wiederum der Zuschauer „Philip“.

„Das Lied spiegelt zu 100% meine Gefühle“, schrieb dagegen Nihan Gülaylar. „Aber die Kommentare sind einfach nur zum fremdschämen. Wie kann man so einen klugen Rap nur so missverstehen. Es ist zum schreien.“ Gülaylar ist Deutsch-Türkin und studierte Geschichte und Germanistik an der Heinrich-Heine-Universität in Düsseldorf. Sie ist eine bekannte YouTuberin, die seit Jahren mit Lifestyle-Tipps und Berichten aus ihrem Leben vor allem junge Menschen für sich begeistert.

Gülaylar veröffentlichte nur ein paar Wochen nach der Kontroverse um Ekrem Boras Musikvideo ein eigenes, feinfühliges Porträt über ihre Herkunft. Sie zeigte ihren Zuschauer*innen die „Heimat meiner Eltern“, einen Familienbesuch in der Türkei, bei dem sie mit der Kamera das Leben ihrer Verwandten, also der „normalen“ Türken, in der Provinz filmte und kommentierte. Im Unterschied zum forschen Auftritt von Bora, verzichtete Gülaylar auf provokante Stilmittel. Sie filmte Ausschnitte aus ihrem Alltag, erzählte von Speisen, ihren Verwandten, den kulturellen Eigenheiten und welche Gedanken und Gefühle sie dabei hatte.

Youtube

Video anzeigen



Beim Anzeigen des Videos wird eine Verbindung zu Youtube hergestellt.



Youtube immer anzeigen

Hier erfährst du mehr über [Datenschutz von Youtube \(https://youtube.com/privacy\)](https://youtube.com/privacy).

„Ich muss ehrlich gestehen, dass ich lange Zeit dachte, ich muss mich entscheiden, wo ich hingehöre. Nur habe ich festgestellt, dass ich mich gar nicht entscheiden kann, denn ich gehöre in zwei Welten. Ich gehöre sowohl in die Türkei, als auch nach Deutschland. Nicht ganz in die Türkei und nicht ganz nach Deutschland. In beide Länder.“, erläuterte Gülaylar ihre Eindrücke am Ende ihres Reiseberichts. Dies hätte sie erst langsam begreifen müssen. „Ich hatte auch lange Identitätskrisen in meinem Kopf, wusste nicht wer ich bin, wohin ich gehöre, welche Sprache meine Sprache ist, in welcher Sprache ich träumen soll [...]“

Ihre Botschaft: „Wir sind nun mal etwas dazwischen. Wichtig ist mir nur euch etwas mit auf den Weg mitzugeben: Dass es ok ist so wie es ist. Und das ihr euch darüber freuen solltet, denn es ist etwas tolles. In zwei Sprachen, zwei Kulturen, zwei Welten aufgewachsen zu sein und ihr die Vorteile daraus ziehen solltet.“

Doch wie bei Ekrem Boras Musikvideo gab es auch auf ihr Video viele kritische Reaktionen. „Sorry aber ich finde einfach nur unnötig das du ständig , Heimat meiner Eltern' betonen musst. Ich meine es ist nicht nur die Heimat deiner Eltern, sondern auch deine Heimat, auch wenn du woanders geboren bist“. Ein anderer schrieb: „Was für deutschtürken? Türk ist türk“.

Reaktanz als unfreiwillige Folge von Gegen-Narrativen

Die Reaktanz vieler Rezipient*innen wird im Migrations-, Integrations- und Identitätsdiskursen offenkundig, sowohl bei offensivem wie defensivem Framing (<https://rise-jugendkultur.de/glossar/framing/>), aktiviert. Sowohl Ekrem Boras komplexes Politikum mit über sieben Millionen Zuschauer*innen als auch die leise Erzählung von Nihan Gülaylar führten zur Polarisierung oder Abwehrhaltung bei einem Teil der Zuschauer*innen.

Es ist ein Problem, auf das die Medienschaffenden kaum Einfluss ausüben können. Bei der Präventionsarbeit muss auf solche negativen Effekte dezidiert geachtet werden – ein Balanceakt, wenn es um sehr komplexe und sensible Themen geht, bei denen absehbar ist, dass sie emotionale Reaktionen hervorrufen werden. Umso mehr stellt sich in diesem Beitrag die Frage nach der Wahl der möglichen Kommunikationsstrategien, bestimmte Botschaften über soziale Netzwerke an die Zielgruppen zu bringen. Hierbei steht vor allem die Musik im Fokus.

Musik ist in der Präventionsarbeit kein Fremdwort. Das „Radicalisation Awareness Network“ (RAN) der EU-Kommission stellte 2016 in einer umfangreichen Evaluation europäischer Initiativen und Strategien fest, dass Musik als effektives Mittel dafür geeignet sei, bestimmte Inhalte und Botschaften zu transportieren. „It can be effective to link to narratives which are already popular as it takes the counter narrative directly to the target audience. This may be by posting an , in response to' video on YouTube linking to extremist content, or penetrating an extremist group through the music they like“ (RAN 2016, S. 282f.).

Harald Weilnböck, wissenschaftlicher Leiter der NGO „Cultures Interactive“, entgegnete jedoch in einem Beitrag für das RAN: „[...] we don't need these videos and platforms; and we don't need counter narratives. In fact narratives don't work [...]“ (Weilnböck 2015, S. 1). Weilnböck plädierte stattdessen für eine direkte Zusammenarbeit zwischen Risikogruppen und Praktiker*innen (Pädagog*innen usw.), von denen Letztere über besonders gute Kenntnisse über die Subkulturen der Jugend verfügten (ebd.).

Studien scheinen Weilnböcks Meinung durchaus zu bestätigen. So beobachteten Forscher*innen, dass beispielsweise Gesundheits- oder Wahlkampfkampagnen (die vor allem medial inszeniert werden) Reaktanzeffekte geradezu provozieren würden, wenn die Intensität der Formulierungen, Botschaften oder Bilder zu hoch sei. Es entstehe ein Bumerangeffekt, sodass sich die Adressat*innen zum Gegenteil der beabsichtigten affirmativen Handlung oder Einstellung geradezu ermutigt sähen („Jetzt erst recht“) (Müller/Denner 2017; Sisicka et al. 2016). Weilnböck führte die negativen Effekte von Online-Kampagnen in seinem Beitrag für das RAN darauf zurück, dass „much of what we can find as counter narratives these days rather reflects what we middle age and middle class western professional would like to watch (and also somehow draw moral reconfirmation from) – and what we possibly would like our sons and daughters to watch and

appreciate (and not even our sons and daughters might be much taken by it really)" (Weilnböck 2015, S. 1).

Meine These ist, dass Musikvideos im Internet, die auf explizite Botschaften oder Gegen-Narrative verzichten, durchaus effektiv sein können, um Selbstreflexionen und Emotionen bei den Zielgruppen auszulösen. Sie hadert aber auch mit Weilnböcks berechtigter, aber recht eindimensionaler Sichtweise, dass soziale Netzwerke kaum Einfluss auf die Zielgruppen hätten und damit nur die praktische Anwendung jenseits des Internets dezidierte Erfolge versprechen.

Im Gegenteil – und hier kommt die Musik und ihre Narrative ins Spiel: Es kommt schlicht auf die audiovisuelle Gestaltung an. Der Konformitätsdruck wird reduziert, wenn in Liedtexten und in Musikvideos das realisiert wird, wie vor allem junge Menschen leben und fühlen, ohne dass offensive, plumpe oder bedrängende Persuasionsversuche stattfinden, gesellschaftlich, religiös oder politisch akzeptierte Einstellungen per se zu übernehmen. Die Wirkung der Suggestion könnte dabei wesentlich effektiver sein. Eine Methodik, die in der Werbeindustrie mithilfe von Psycholog*innen professionalisiert wurde.

Doch welche Bedeutung wird der Musik eigentlich beigemessen und welchen Einfluss kann sie auf jugendliche Individuen und Kollektive ausüben? Welche Zielgruppen sind für die Präventionsarbeit überhaupt interessant und wer könnte sich als Transmitter*in der Botschaften besonders eignen? Und: Welche Formen der audiovisuellen Gestaltungsmittel könnten dabei helfen?

Musik als „Identität und Distinktion“

Musik ist eines der wichtigsten Ausdrucksmittel menschlicher Gefühle. Sie aktiviert nicht nur Emotionen, Erinnerungen und körperliche Reaktionen, sondern sie ist auch ein gemeinsames Ritual, die Menschen und Identitäten miteinander verbindet. Musik ist bekanntermaßen aber auch Geschmackssache, wenngleich zahlreiche empirische Studien einen Zusammenhang zwischen Musikpräferenzen und dem Alter, dem sozialen Status, der Bildung sowie der Einbindung innerhalb von Gruppen ziehen.

So scheint beispielsweise klassische Musik oder Jazz tendenziell von älteren bzw. arrivierten Milieus gehört zu werden, auch wenn das in Asien ganz anders aussieht. Wenn es aber nach Kulturkritikern wie Berthold Seliger ginge, dient diese Musik respektive Kultur in westlichen Schichten lediglich als elitäres Distinktionsbedürfnis (Seliger 2017). Hip-Hop, Rap- oder Elektromusik stoßen dagegen bei jugendlichen Subkulturen der weniger privilegierten Unter- und Mittelschichten auf größere Resonanz, auch wenn durch Kommerzialisierungs- und Identitätswandel vieler Interpret*innen und stilistische Transformationen in den letzten zwei Jahrzehnten eine breitere Akzeptanz in allen Milieus zu beobachten ist.

Musik wirkt generell auf mehreren Ebenen: Erstens auf der individuellen, indem sie situationsbedingt bzw. abhängig von emotionalen Zuständen konsumiert wird. Das moderne

Sprichwort „Der Soundtrack des Lebens“ trifft hier also den Kern des Prinzips: Wenn wir traurig, melancholisch, romantisch oder fröhlich sind, wenn wir Sport treiben, tanzen oder auf Konzerte gehen, Auto fahren oder uns langweilen, kann Musik unsere Emotionen verstärken (Trauer, Motivation, Aggression). Sie kann auch Erinnerungen in uns wachrufen bzw. Assoziationen aktivieren, indem Liedtexte oder Melodien mit bestimmten Lebensereignissen verbunden werden.

Im Bereich der Medizin, der Psychoanalyse, der Psychotherapie und der Musikpsychologie wurden die körperlichen Reaktionen auf Musik eingehend untersucht. Bisherige Ergebnisse weisen darauf hin, dass sie einen Einfluss auf physiologische Prozesse im menschlichen Körper ausübt. So wurden in diesem Zusammenhang Veränderungen bei der Herzfrequenz, beim Blutdruck und im autonomen Nervensystem gemessen. Muskeln entkrampfen und entspannen sich, Schmerzen können gelindert oder anders wahrgenommen werden, Organfunktionen beruhigen und die Katecholaminausschüttung verringert sich (Dräger et al. 2014).

In der Psychiatrie kann Musik auch als Prämedikation eingesetzt werden. Studien dazu weisen darauf hin, dass ihre Wirkung unter bestimmten Bedingungen bei der Behandlung von Angstzuständen gegenüber Psychopharmaka signifikant höher ausfällt (Trappe 2014, 2017). Auch die Lebensfreude und das Selbstvertrauen können sich steigern. Symptome von Depressionen und Gefühle der Überforderung können hingegen gedämpft werden. Auch die geistigen Kapazitäten können durch Musik angeregt werden. Sie fördert Kreativität, Konzentration, Koordination, Denkprozesse und kognitive Funktionen (Ritter/Ferguson 2017; Trappe 2010).

Der Einfluss, der Musik zugeschrieben wird, hängt natürlich vom Geschmack des jeweiligen Hörers/der jeweiligen Hörerin ab. Und hier spielt auch die Orientierung und die soziokulturelle Einbindung der Individuen (peer-groups) eine wichtige Rolle. Auf der Ebene des Kollektivs (zweitens) fungiert die Musik als Projektionsfläche gemeinsamer Präferenzen, Identitäten, Altersgruppen, Erinnerungen oder Aktivitäten. Vor allem im Jugendalter bilden sich im Rahmen sozialisationsbedingter Prozesse Musikpräferenzen allmählich aus, die sich aber im Laufe des Lebens durch Einstellungsveränderungen auch wieder verändern können (Präferenz als bewegliche Variable). Musik wird in dieser Gruppe als „Identifikation oder Identität und Distinktion untereinander und gegenüber Erwachsenen“ funktionalisiert und dient wiederum als Bestandteil der eigenen Identitätsbildung (Kobus 2016, S. 100; Reinhardt/Rötter 2013, S. 131).

Youtube

Video anzeigen



Beim Anzeigen des Videos wird eine Verbindung zu Youtube hergestellt.



Youtube immer anzeigen

Hier erfährst du mehr über [Datenschutz von Youtube \(https://youtube.com/privacy\)](https://youtube.com/privacy).

Die Musik prägt nicht nur den Alltag der Jugendlichen, sondern sie produziert und reproduziert gemeinsame Sprachregelungen, Kleidungsstile und Lebensentwürfe. Vor allem in bestimmten Genres – sei es in der Hip-Hop- („Hopper“), Metal- („Metaller“) oder Dandy-Szene („Hipster“) – können solche Subkulturen beobachtet werden. Musik bietet also nicht nur Sinnstiftung und Gruppenzugehörigkeit, sondern sie ist das Ausdrucksmittel schlechthin, sich politisch, sozial oder kulturell von anderen Milieus abzugrenzen. Die Gruppenzugehörigkeit prägt hier maßgeblich das Distinktionsbedürfnis

Das Internet und parasoziale Beziehungen (<https://rise-jugendkultur.de/glossar/parasoziale-beziehungen/>)

Das Internet stellt für Jugendliche einen enorm wichtigen Bezugspunkt in ihrer Alltagsrealität dar. Es bietet ihnen abseits der klassischen Öffentlichkeitsmodelle (z.B. Zeitungen, Fernsehen) die

aktive Partizipation an öffentlichen Diskursen, Kultur- und Unterhaltungsangeboten sowie sozialen Netzwerken. Allein 2018 verbrachten in Deutschland junge Menschen im Alter zwischen 14 und 29 Jahren im Durchschnitt knapp sechs Stunden (5,8) täglich beim Surfen im Netz (ARD/ZDF-Onlinestudie 2018). Die Mehrheit von ihnen tummelt sich auf *YouTube* (63 %), dem größten Videoportal im Internet. Männliche Jugendliche bevorzugen das Angebot, um sich Musikvideos, Blogs und andere Angebote anzuschauen (mpfs 2018, S. 31ff.). Generell dominiert aber im Genre der *YouTube*-Unterhaltung das Interesse für Musik bei allen Geschlechtern. Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) fand zudem heraus, dass Jugendliche mit „formal niedrigem Bildungshintergrund“ verstärkt auf *YouTube* zu finden seien (ebd., S. 23).

Neben Musikvideos spielen natürlich auch die Interpret*innen, Aktivist*innen, Schauspieler*innen – kurz: die „YouTuber*innen“ – eine zentrale Rolle für die jungen Zuschauer*innen. Sie sollen unterhalten, ob durch „lustige Videos“ (41 %), „Tutorials“ (19 %), „Let’s-play-Videos“ (Filmen während des Computer-Spielens) (32 %), Sport- und Alltagsberichte (24 %) oder auch durch Mode- und Beauty-Beratung (18 %) (ebd., S. 49). In jedem dieser Bereiche treffen jugendliche Subkulturen über die gesellschaftlichen Milieugrenzen hinweg aufeinander, wenngleich zu beobachten ist, dass auch in dieser virtuellen Welt die eigenen Lebensentwürfe die Präferenzen für die jeweiligen Angebote beeinflussen und ähnliche Gruppendynamiken wie im „Real Life“ entstehen. Mädchen und junge Frauen bevorzugen vor allem Mode- und Styling-Unterhaltung, Jungen und männliche Jugendliche tendieren dagegen mehr zu den anderen genannten Genres (ebd.). Besonders solche YouTuber*innen, die über ihren (fiktiven) Alltag berichten, scheinen auf *YouTube* wachsenden Zulauf zu bekommen.

In einer dieser *YouTube*-Sparten gilt „asozial“ zu sein als angesagt. Moralische Grenzüberschreitungen, politische Unkorrektheit und der Exzess rufen gleichermaßen Entsetzen, Faszination und Belustigung bei vielen Zuschauer*innen hervor. Andererseits mutieren der offen zur Schau gestellte Nihilismus und die real existierende und inszenierte Perspektivlosigkeit zu einer sich verselbstständigenden, sich selbst persiflierenden Kunst- und Kulturbewegung, die sich bewusst gegenüber der entrückten, spießbürgerlichen Gesellschaft positioniert und daraus sogar ein erfolgreiches Geschäftsmodell macht.

Youtube

Video anzeigen



Beim Anzeigen des Videos wird eine Verbindung zu Youtube hergestellt.



Youtube immer anzeigen

Hier erfährst du mehr über [Datenschutz von Youtube \(https://youtube.com/privacy\)](https://youtube.com/privacy).

YouTuber wie „Tanzverbot“, „Exl95“, „MontanaBlack“ oder der Dresdner Max Herzberg alias „Adleresson“ realisieren jene Anarchie, nach der sich nicht wenige Jugendliche in einer sich im kulturellen und politischen Schwebezustand befindlichen Gesellschaft sehnen und die die moralischen und rechtsstaatlichen Vorstellungen der bürgerlichen Gesellschaft bewusst infrage stellt (wobei sie gleichermaßen – weil sinnfrei – für religiöse Fanatiker*innen und Konservative als Ausgeburt der westlichen Gesellschaft gelten darf).

Insbesondere der YouTuber Max Herzberg hatte in den letzten Monaten für Schlagzeilen in der Presse gesorgt, weil Dokumentarfilmer ihn und seine Freunde über mehrere Monate begleitet und einen [Dokumentarfilm \(https://www.youtube.com/watch?v=FR6qbfHHBvs&feature=youtu.be\)](https://www.youtube.com/watch?v=FR6qbfHHBvs&feature=youtu.be) gedreht hatten, der auf jegliche Kommentierung oder Einordnung verzichtete. Das Ergebnis ist ein Porträt über eine Gruppe von verrohten Jugendlichen aus Ostdeutschland, die sich ohne Scham vor laufender Kamera betrinken, andere beschimpfen und rassistische, sexistische und antisemitische Parolen rufen.

Auf dem Leipziger Dok-Festival gewann der Film zum Entsetzen vieler politischer Aktivist*innen den Hauptpreis der Jury. Akteure im Film kämen ohne jede Einordnung zu Wort, kritisierte der Grünen-Politiker Jürgen Kasek gegenüber der *Zeit*. Das linke Aktionsbündnis „Leipzig nimmt Platz“

warf den Filmemachern vor, „Akteure der rechten Szene unreflektiert gezeigt“ zu haben. Die Autoren der Dokumentation fühlten sich wiederum gedemütigt und „diskriminiert“, weil sie auf dem Festival-Podium 20 Minuten lang „quasi niedergebrüllt worden“ seien. Gegenüber dem *Deutschlandfunk Kultur* verteidigte sich einer der Autoren, Pablo Ben Yakov:

» Wir betrachten uns als Dokumentarfilmer als Künstler. Wir sehen es als selbstverständlich an, dass man erstmal eine freie Wahl der filmischen Mittel hat. Wir hatten den Eindruck, wenn wir uns hier der Wahrheit annähern möchten, dass das sehr viel besser über eine Beobachtung als über Thesen geht, die wir dran draufstülpen «

Pablo Ben Yakov

Auch die Festival-Leiterin Leena Pasanen widersprach den Vorwürfen. Der Film sei nicht affirmativ, sondern er lege mit seinen präzisen Beobachtungen und einer kritischen Einordnung eine Jugendkultur und deren „erschreckende“ Sprache offen (Spiegel Online 2018).

Zeit-Autorin Josa Mania-Schlegel stellte für sich wiederum fest: „Wer den Film sieht, hat vor allem das Gefühl, einen Einblick in eine Welt zu erhalten, den man so noch nicht hatte. In eine Welt, von der man vielleicht gar nicht ahnte, dass es sie gibt. Es beschleicht einen, sehr schnell, die Frage: Könnte es sein, dass dieser Ausriss mehr deutsche Realität zeigt, als man bisher vermutet hatte? [...]“ (Mania-Schlegel 2018). Die passende Antwort lieferte wiederum Autor Yakov gegenüber *Deutschlandfunk Kultur*: „Die Frage, die uns umgetrieben hat, war: Was sind das für Strukturen, die das begünstigen? Ich glaube, da tut YouTube einiges, was dazu beiträgt, dass wir gemeingesellschaftlich eine ganz seltsame Stimmung hier haben, die wir alle spüren“ (Yakov 2018).

Dass die genannten YouTuber über einen großen, aber milieubedingt begrenzten Einfluss verfügen, hat auch die Werbeindustrie längst erkannt. Sie versucht, über die jeweiligen Genres auf die konsumorientierten Zielgruppen persuasiv einzuwirken. Die geschaltete Werbung wird an die jeweiligen Inhalte (Content) angepasst, sodass beispielsweise bei Videos zum Thema Mode bestimmte Markenartikel beworben werden. Knapp 20 Prozent der befragten Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren gaben laut der JIM-Studie 2018 sogar an, von YouTuber*innen („Influencer*innen“) beworbene Produkte schon einmal gekauft zu haben (mpfs 2018, S. 51). YouTuber*innen, Musiker*innen oder für was andere sich sonst noch so halten sind also nicht nur Medienschaffende, sondern sie können die Lebensentwürfe ihrer Zuhörer*innen und Zuschauer*innen erheblich mitprägen.

Es kann zwischen beiden Seiten eine „parasoziale Beziehung“ entstehen, eine „einseitige, nicht-reziproke, scheinbar zwischenmenschliche“ Interaktion (Döring 2013, S. 302). Sie basiert auf Empathie, sozialen Vergleichen und Identifikation. Parasoziale Beziehungen manifestieren sich auf der Verhaltensebene (Tagesstrukturierung wie z.B. Sendetermine beachten, Kommentare hinterlassen und Interaktion über Live-Streams), auf der kognitiven Ebene (Nachdenken z.B. über den/die YouTuber*in) sowie auf der emotionalen Ebene (Gefühle) (ebd., S. 303). Wie intensiv die Beziehung ist, hängt natürlich von der Glaubwürdigkeit und Authentizität der Medien-Stars ab.

Ob der Einfluss solcher als authentisch wahrgenommenen Personen/Gruppen auch bei politisch/religiös aufgeladenen Botschaften im Rahmen von Kampagnen wirkt, ist die entscheidende Frage. Denn ernste Themen, die möglicherweise auch noch plump oder zu (non-)konformistisch kommuniziert werden, können die Wirklichkeitskonstruktion der Rezipient*innen schnell ins Wanken bringen. Ein im eher gehobenen Bildungsmilieu zu verortendes Beispiel ist der YouTuber „LeFloid“, der 2015 die Gelegenheit hatte, Bundeskanzlerin Angela Merkel zu interviewen. Als Kommentator für aktuelle Neuigkeiten aus aller Welt bekannt geworden und mit über 3 Millionen Abonent*innen einer der erfolgreichsten YouTuber*innen deutschlandweit, bekam er von der Spitzenpolitikerin – die sich der Bedeutung der jungen *YouTube*-Wählerschaft wohl bewusst war – eine seltene Chance, die zuvor nur wenige Journalist*innen bekommen hatten. Der eigentlich für seinen beißenden Sarkasmus bekannt gewordene Psychologie-Student enttäuschte jedoch bei seinem Interview viele seiner Zuschauer*innen. Als zu „braver Stichwortgeber“ wurde er vielfach kritisiert, der Merkel, statt kritische Nachfragen zu stellen, schalten und walten habe lassen (Krauel 2015).

Mit diesem Authentizität-Problem haben auch viele erfolgreiche Rapper*innen zu kämpfen, die nicht nur, aber vor allem das migrantische Milieu anzusprechen und anzuziehen versuchen. Das Gangster-Image, das sie in ihren Musikvideos transportieren, wird durch viele Zuschauer*innen viel schneller und häufiger infrage gestellt. Auch der eingangs erwähnte Ekrem Bora ist davon betroffen. Als „König von Deutschland“ Anfang der 2000er-Jahre gestartet, dem belächelten stereotypen Türken in Jogginghose wie aus „Erkan und Stefan“, lebt Bora mittlerweile ein sehr bürgerliches Leben.

Die (stilistische) Transformation der Musiker*innen von nonkonformistischen Außenseiter*innen in der Mehrheitsgesellschaft (Kriminalität, Armut, Migration) hin zu Aufsteiger-„Aushängeschildern“ (Liebe, Haus, Geld, bürgerliche Werte (<https://rise-jugendkultur.de/glossar/werte/>)) kollidiert allzu sehr mit der realen bzw. konstruierten Alltagsrealität ihrer Anhänger*innen. Ähnliches ist auch derzeit bei dem Rapper „Bushido“ zu beobachten, der aufgrund von Drohungen aus dem kriminellen Milieu unter Polizeischutz steht und gewiss nicht nur aufgrund „idealistischer“ Motive dafür von ehemaligen Kolleg*innen gebrandmarkt wird. Die Folge: Es kann zur Entfremdung oder Neuorientierung der Zielgruppe kommen, denn das Angebot wird vom/von der nächsten (kommerziellen) Rebellen/Rebellin bereits bedient.

Youtube

Video anzeigen



Beim Anzeigen des Videos wird eine Verbindung zu Youtube hergestellt.



Youtube immer anzeigen

Hier erfährst du mehr über [Datenschutz von Youtube \(https://youtube.com/privacy\)](https://youtube.com/privacy).

Zielgruppen und Maßnahmen der Prävention

Die Prävention zielt insbesondere auf solche Menschen ab, die als „vulnerabel“, also empfänglich oder verwundbar für extremistische Einstellungen und Gruppen gelten. Dabei geht es um die Früherkennung und Identifizierung möglicher Problemlagen sowie darum, bestehende und latente Risiken kritisch einzuschätzen und auf der Grundlage dieser Einschätzungen spezifische Vorsorgemaßnahmen zu ergreifen (Bozay 2017, S. 458). Prävention ist aber komplex und richtet sich trotz der Tatsache, dass der Begriff im Zusammenhang mit Islamismus und Rechtsextremismus prominent geworden ist, auf viele Facetten des Extremismus (Ultranationalismus, Sekten usw.). Die monothematische Ausrichtung der Präventionsarbeit auf die zwei genannten Bereiche könnte dabei bereits zu Problemen führen. Sie kann zu einer „negativen Markierung der Zielgruppe beitragen“, wie es Michael Kiefer, Islamwissenschaftler und Vorstandsmitglied des Präventionsprojekts „Wegweiser“ in NRW, in einer Stellungnahme gegenüber dem Landtag NRW betonte. „Verweigerungshaltungen und Abwehr“ könnten die Folge sein (Kiefer 2019).

Das Risiko der „negativen Markierung“ bei der auf Islamismus bezogenen Prävention betrifft vor allem (männliche) Jugendliche mit Migrationshintergrund (<https://rise-jugendkultur.de/glossar/migrationshintergrund/>). Sie werden häufig als Zielgruppe der Prävention benannt, auch deswegen, weil sie nach wie vor in der Bundesrepublik schlechtere Chancen im Bildungssystem und beim sozioökonomischen Aufstieg haben (BMAS 2017). Die (regionalen) Disparitäten zwischen den deutschen Bundesländern gelten zudem als verschärfendes Strukturproblem (Maaz 2016, S. 7). Der Rückzug in „Parallelgesellschaften“, die Abschottung und Ablehnung gegenüber der Gesellschaft können die Folgen davon sein. Nicht wenige verlieren sich in kompensatorischen Selbstüberhöhungen, Wertigkeitskomplexen und Rückbesinnung auf „kulturelle“ und/oder religiöse Traditionsbestände.

Doch generell richtet sich die Prävention an möglichst viele Menschen. Das gilt insbesondere im Bereich der sogenannten primären Prävention, bei der es nicht darum geht, Menschen aus der Radikalität herauszuholen, sondern darum, überhaupt einer solchen Hinwendung vorzubeugen. Es geht vor allem um die langfristige Stabilisierung und Festigung von positiven Lebensbedingungen und die Offerierung von Entwicklungspotenzialen primär junger Menschen (Kiefer 2015, S. 44). (Politische) Bildungsarbeit, interkulturelles Lernen und der Umgang mit Medien und dem Internet stehen im Zentrum der Präventionsmaßnahmen. Vor allem an Bildungseinrichtungen und im Rahmen der Jugendhilfe werden Programme diesbezüglich durchgeführt.

Dabei werden auch zahlreiche (audio-)visuelle Gestaltungsmittel eingesetzt. Videos über Themen wie u.a. Islam, Islamismus, Rassismus, Demokratie und Geschlechterrollen werden von vielen Beratungsstellen und Bildungseinrichtungen im Rahmen von Workshops und Seminaren angeboten. Das Ziel ist in der Regel, eine Auseinandersetzung der jungen Menschen mit ihrem Selbstverständnis und ihrer eigenen Identität anzustoßen (u.a. Müller/Nordbruch/Ünlü 2013). Wie stark dabei klassische Didaktik in Kombination mit Gegen-Narrativen zum Einsatz kommt, lässt sich kaum evaluieren. Denn dann fangen die Probleme bereits an: „Wer denkt, dass persönliche Verstrickung in Gruppenhass, Selbsterhöhung/Ungleichheitsvorstellungen und Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit wesentlich mit Ideologie zu tun hat – und dass deshalb vor allem Aufklärung und Diskussion Not taten – täuscht sich“, schreiben Harald Weilnböck und Dirk Lamprecht von „Cultures Identity“ in einem Workshop-Paper (Weilnböck/Lamprecht 2017, S. 1).

Dass schon lange versucht wird, Medienkampagnen als Präventionsinitiativen im Internet und in den sozialen Netzwerken einzusetzen, sehen die Autoren ebenfalls kritisch. Gegen-Narrative im Internet zu platzieren, bringe schlicht nichts, „auch wenn Politik und Medien das heute häufig immer noch nicht wahrhaben wollen!“, so Weilnböck und Lamprecht. Extremismus und Menschenfeindlichkeit seien vor allem von „affektiver, erlebnishafter und impulsiver Natur“ (ebd.).

Die Alternative, so die beiden, sei die Nutzung von audiovisuellen Inhalten zur persönlich-emotionalen Auseinandersetzung und „narrativen (Selbst-)Erkundung“; jedoch nur im Rahmen der „direkten zwischenmenschlichen Erziehungs- und MentorInnenbeziehung“ (ebd.) (Peer-Learning und non-formale Bildungsformate). Weilnböck und Lamprecht entwickelten hierfür den „YouTubing-Video-Workshop“, der durch „biografisch-lebensweltliches und narratives Interviewen“ bzw. „Wir-unter-uns-Gruppe“ die Potenziale gruppenspezifischer und

vertrauensbildender Arbeiten nutzen würde. Es gehe um das „persönliche Erzählen und vertiefende (Zu-)Hören von Selbst-Erlebtem“, so Weilnböck und Lamprecht (ebd., S. 2).

In der Praxis funktioniere dies folgendermaßen: Notwendig seien der Einsatz multimedialer Geräte (PC, Beamer, Internet, Kamera usw.), Grundkenntnisse in digitaler Videobearbeitung und ein Gruppenraum, in dem die Jugendlichen im Stuhlkreis zusammen sitzen sollten. Die methodische Durchführung bestehe aus zwei Phasen: erstens die (entscheidende) Offline-Phase, in der das „Grundvertrauen und die persönliche Öffnung der Einzelnen in der Gruppe unterstützt“ werden solle. Dazu gehörten Kennenlernphasen, Teambildung, Kommunikationsfähigkeit, Konfliktmoderation sowie „Übungen der neueren, informellen politischen Bildung“ bzw. auch die Auseinandersetzung mit Musik wie „Einführungen zur Geschichte bestimmter Jugendkulturen wie Hip-Hop, Punk u.ä.“ (ebd., S. 2).

In Bezug auf *YouTube* ginge es dann um Fragen über die persönlichen Präferenzen: „Wen seht ihr Euch dort gerne an? Welche verschiedenen , YouTube'-Formate kennt ihr? Wollt ihr eher über Beauty Tipps, Cover Songs oder über Prank/Verarsche-Videos reden?“ (ebd., S. 3). Bei besonders sensiblen Themen wie [Sexismus](https://rise-jugendkultur.de/glossar/sexismus/) (<https://rise-jugendkultur.de/glossar/sexismus/>), Homophobie oder Rassismus sei es notwendig, „nicht in erster Linie moralisch-wertend/verurteilend und nicht einmal vorrangig argumentativ“ vorzugehen, sondern die Lebenserfahrungen der Jugendlichen gelten zu lassen (ebd., S. 4). Die gewonnenen Erkenntnisse ließen sich dann für die Gestaltung jugendlich-kultureller Tätigkeiten nutzen. Ein mögliches „Video-Produkt“ solle dann vor allem narrative und reflexive Ausdrucksstile widerspiegeln, anstelle von „plakativ-expressiven oder agitierenden Kampagne-Stilen“ (ebd.).

Einen ähnlichen Ansatz verfolgte das pädagogische Videoprojekt [„Jamal al-Khatib – Mein Weg](https://www.youtube.com/watch?v=AqRbiHqPwv0) (<https://www.youtube.com/watch?v=AqRbiHqPwv0>) des österreichischen Vereins „turn – Verein für Gewalt- und Extremismusprävention“ im Jahr 2017. Es besteht aus einer vierteiligen Videoserie über einen jungen Islamismus-Aussteiger, der über seinen Lebensweg und seine Gedanken und Gefühle zu Themen wie Herkunft, Familie, Religion, Gewalt und Dschihad sowie alternative Wege spricht. Das Projekt, so der Verein, basiere auf autobiografischen Texten, sei von Jugendlichen und jungen Erwachsenen maßgeblich weiterentwickelt worden und habe sich dabei auch auf die Expertise zahlreicher Fachdisziplinen wie der Jugendsozialarbeit, Islamwissenschaft, Filmproduktion, Psychologie und Psychotherapie, Musikproduktion, Grafikdesign und der Politikwissenschaft stützen können (Neuburg 2018, S. 2).

Unter anderem auch Harald Weilnböck und Milena Uhlmann, wissenschaftliche Mitarbeiter für Migrations- und Integrationsforschung im BAMF, steuerten theoretisches wie praktisches Wissen bei. So hätten die beiden bei der Konzeption des Projekts für narrativ-erzählende Ansätze geworben, weil die Bindungseffekte bei den Zuschauer*innen größer ausfielen, wenngleich sowohl kritische wie akzeptierende Elemente miteinander verknüpft werden sollten. Zweitens sei die Einbeziehung politischer und medialer Debatten in den Erzählungen des Protagonisten/der Protagonistin wichtig, um die Bedingungen und Einflüsse entstehender Radikalisierungsprozesse erklären zu können. Drittens sollte laut Uhlmann und Weilnböck in der Präventionsarbeit der Schwerpunkt auf emotionalem und sozialem Lernen liegen, um über vielfältige Themen, die die Jugendlichen beschäftigten, untereinander kommunizieren zu können (ebd., S. 3-5).

Die Videoserie selbst deckt sich mit den Zielen des federführenden Vereins. Mit hochauflösenden Kameraeinstellungen (mit offenkundigen stilistischen Referenzen zu Rap-Videos, dem Dokumentarfilm und islamistischer Propaganda), Hintergrundmusik (Nashids, Rock, Hip-Hop und traditionelle Klänge) und kritischen („Welt ist nicht schwarz und weiß“, „Meine lieben Geschwister [...], lasst euch nicht vom Weg abbringen“) wie akzeptierenden („Islam kommt mit Liebe und Barmherzigkeit“, „Gefühl, nicht willkommen zu sein“) Narrativen zeigt das Ergebnis des Projekts die vielen Einflüsse aus den jeweiligen Fachdisziplinen.

Doch bei Weitem nicht alle Jugendlichen werden an solchen innovativen Präventionsformaten teilhaben können. Es mangelt an Geld, geschultem Personal und notwendiger Infrastruktur. Die meisten Jugendlichen tummeln sich ohnehin als einfache Nutzer*innen im Internet und wählen die dortigen Inhalte nach ihrem Geschmack aus, ohne dabei Mentor*innen wie Pädagog*innen oder Psycholog*innen an ihrer Seite zu haben. Dass auch „Mein Weg – Jamal al-Khatib“ auf *YouTube* veröffentlicht wurde, ist zwar ein erster Anfang. Die Resonanz darauf ist angesichts des großen massenmedialen Potenzials auf der Plattform mit insgesamt knapp 40.000 Aufrufen jedoch vergleichsweise gering, auch wenn für alle sozialen Netzwerken zusammengenommen eine Zuschaueranzahl von 180.000 angegeben wird (Neuburg 2018, S. 6).

Wenn es einerseits darum geht, Lebensentwürfe abzubilden und erst einmal zu akzeptieren und gleichermaßen strategische – d.h. suggestive – „Gegen-Narrative“ audiovisuell zu platzieren, verlangt es nach massenkompatiblen Plattformen sowie geeigneten (d.h. bereitwilligen und von der Intention überzeugten) Personen, die von der jeweiligen Zielgruppe als authentisch und nicht widersprüchlich wahrgenommen werden.

Musik als Projektionsfläche von Gefühlen

Musikvideos könnten dabei diese Lücke effektiv füllen, wenn sie auf einem durchdachten Konzept basieren. Wenn sie musikalisch, visuell und rhetorisch intelligent, aber leicht verständlich gestaltet werden und auch auf bedrängende Narrative verzichten.

Die Musik als Transmitter bejahender Lebensentwürfe, die aber Chancen offeriert, die Welt auch variabler und anders wahrzunehmen, ist meines Erachtens ein effektives Instrument, die großen Massen junger Menschen im Internet zu erreichen. Natürlich arbeitet auch hier die Prävention längst mit musikpädagogischen Ansätzen, beispielsweise durch das gemeinsame Musizieren und Komponieren. Auch die Einbeziehung namhafter Musiker*innen bei Kampagnen gegen Rassismus, Menschenfeindlichkeit usw. ist gang und gäbe.

Durch die zunehmende Verlagerung des jugendlichen Alltagslebens ins Internet sind die Effekte zeitlich begrenzter Initiativen aber fraglich (ein Konzert, Workshop etc). Soziale Netzwerke dienen mittlerweile mehr und mehr als dauerhafte, emotionale Projektionsflächen von Gefühlen, Einstellungen und Wünschen. Verlaufen dort plumpe „Wir-und-ihr“/„Gegen ...!“-Kampagnen offenkundig ins Leere, könnten Musikvideos eine viel einfachere und effektivere Form sein,

Botschaften an die Zielgruppen zu senden. Ein Beispiel, das sowohl musikalisch als auch visuell solche Anforderungen erfüllen könnte und von dem das Präventionsprojekt „Jamal al-Khatib“ gar nicht mal so weit entfernt liegt, soll im folgenden Abschnitt erläutert werden.

Youtube

Video anzeigen



Beim Anzeigen des Videos wird eine Verbindung zu Youtube hergestellt.



Youtube immer anzeigen

Hier erfährst du mehr über [Datenschutz von Youtube\(https://youtube.com/privacy\)](https://youtube.com/privacy).

Die französischen Cousins Jonathan und Guillaume Alric, die als Duo namens „The Blaze“ auftreten, veröffentlichten 2017 mit „Territory“ ein Musikvideo, das weltweit große Aufmerksamkeit erhielt.

Der Grund: Die von intensiver Ausdruckskraft geschaffene Musik- und Bildkomposition, die moderne Klänge mit einer präzisen Milieustudie verbindet, ohne dabei gängige Stereotype, Narrative oder Ressentiments zu bedienen. Musikalisch ist „The Blaze“ im Genre des „French house-“ und der Elektro-Musik zu verorten, die vor allem von Klängen, Trommeln, Bässen, Effekten und Filtern geprägt ist. Es handelt sich um eine Musik, zu der vor allem junge Menschen in Clubs und Diskotheken tanzen.

Jonathan Alric studierte an einer Filmschule in Brüssel, sein Cousin Guillaume absolvierte ein Musikstudium. Bereits 2016 hatten die beiden mit „Virile“ („männlich“) ein Musikvideo (100 US-Dollar Produktionskosten) veröffentlicht, das zwei Männer beim Tanzen und Schäkern in einer Wohnung der Pariser Banlieues zeigt. Ihr Umgang zueinander wirkt kindisch und verspielt, dann mal aggressiv, dann wieder kryptisch romantisch. Mit über sechs Millionen Aufrufen auf *YouTube* erhielt das Werk für seine offene, suggestive, aber ohne jegliche Implikation versehene

Bildsprache große und positive Resonanz. Das jugendaffine Internetportal „Vice“ schrieb dazu: „Virile‘ treats clowning around with the utmost respect, appreciating the significance of strange jokes and wrestling matches to the rhythm of the nights that define us as people, fix us in time“ (Harrison 2016).

„We really talk a lot about our feelings, about love, family, friends“, beschrieb Guillaume Alric das Arbeitskonzept von „The Blaze“ gegenüber der *New York Times*. Sein Cousin Jonathan ergänzte, sie seien genervt gewesen, in jedem Musikvideo immer nur dasselbe zu sehen: ein Typ oder eine Frau, die neben großen Autos ihr Programm abspulen würden. „We wanted to tell a story, to do something more original“ und „speak about people we don't used to see“ (Caramanica 2018).

An „Territory“ sollen die beiden schließlich über ein Jahr lang gearbeitet haben. Eine Charakterstudie über einen algerischen Emigranten, der aus Frankreich in seine Heimat zurückkehrt, wo der Film auch gedreht wurde. Als Hauptprotagonisten engagierten die Alrics den ehemaligen Thai-Boxer Dali Benssalah (Peltsch 2018).

Das Musikvideo beginnt mit einem Blick auf das offene Meer, auf dem das schäumende Wasser hinter einer fahrenden Fähre zu sehen ist. Auf dem Schiff steht ein Mann mit kahl geschorenem Kopf, der gedankenverloren auf die nahende Küste blickt. Es ist seine Heimat. Zu Hause angekommen, steht der Mann vor seiner Familie und bricht in Tränen aus. Die Familienmitglieder fallen sich nach langer Zeit wieder in die Arme. Auch den Vater umarmt der Rückkehrer schluchzend, der ihn gewähren lässt. Es folgen ruhige Bild-Sequenzen mit abwartenden Klängen. Der junge Mann schläft mit seinen Eltern, Großeltern und den vielen Geschwistern in einem beengenden Zimmer. Er sitzt auf einem Hausdach in Algier, neben ihm seine Freunde, die das Morgengebet in Richtung Mekka verrichten. In der Küche klammert er seine Mutter nachdenklich um den Hals. In all diesen Bildern wird einerseits die Bindung zur Familie, zu Freunden und zur Heimat zelebriert. Andererseits wird auch deutlich, dass der Mann mit sich hadert, mit seinem Selbstverständnis und an seiner Zukunft zweifelt.

„We wanted to talk about what is a modern man“, so Jonathan Alric zu „Territory“. „Somebody fragile who can cry and everything, but he can do both, he can be as virile and be honest with his feelings and his emotions“ (Caramanica 2018).

„Territory“ driftet aber nicht in die Depression ab, sondern ändert abrupt die Stimmung. Es folgt ein Feuerwerk der Bässe und Klänge, dazu Bilder, die das Gefühlschaos des Mannes widerspiegeln. Er tanzt sich mit seinen Freunden in Trance über den Dächern von Algier. Sie dösen gemeinsam in einer Shisha-Bar und baden im Meer. Der/Die Zuschauer*in spürt, wie die innere Schwäche und die Zukunftsängste sich bei den Jugendlichen in demonstrativer Maskulinität entladen. Der Rückkehrer aus Frankreich zeigt seinen Freunden Kampftechniken, er trainiert zum Ärger seines Vaters im familiären Atrium und trommelt sich beim spielerischen Jagen seiner kleinen Geschwister wie ein Gorilla mit den Fäusten auf die Brust.

Youtube

Video anzeigen



Beim Anzeigen des Videos wird eine Verbindung zu Youtube hergestellt.



Youtube immer anzeigen

Hier erfährst du mehr über [Datenschutz von Youtube \(https://youtube.com/privacy\)](https://youtube.com/privacy).

Die Bilder verurteilen nicht, sie weisen dem Mann auch keine stereotype Rolle oder Funktion zu. Es sind Beobachtungen, wie ein Leben und die Gefühlswelt eines jugendlichen Migranten realistisch aussehen könnten. Vor allem im Kontext der Diskussionen über die Flüchtlingskrise in Europa, bei der vor allem junge unbegleitete Männer als faul, perspektivlos und als testosterongeladene „Tiere“ dargestellt werden, bricht „Territory“ solche Vorurteile auf, aber auch die übertriebene Selbstwahrnehmung und Selbststilisierung mancher Milieus („Sei ein Mann!“ versus „Es ist ok, wenn du dich schwach fühlst“). Es sind Menschen mit den gleichen Emotionen und Sehnsüchten, die auch alle anderen mit oder ohne Migrationshintergrund haben. Und es ist in Ordnung, wenn sie vor ihren Eltern ihre Gefühle zeigen, wenn sie rauchen und zugleich im Glauben und in sozialen Beziehungen Kraft finden, wenn sie zu moderner Musik tanzen und Sport treiben, um sich abzulenken.

Der Vorteil von „The Blaze“ ist, dass sie wie Dokumentarfilmer*innen und Filmkomponist*innen vorgehen. Die Lieder sind textarm; zentral ist die genaue Abstimmung zwischen Klängen, Melodien und Bildern, von denen Letztere Klischees, Vorurteile und Ressentiments aufbrechen. Gerade deswegen erhielt „Territory“ in und außerhalb des Internets eine enorme Aufmerksamkeit und Reichweite. 22 Millionen Abrufe verzeichnete das Video allein auf *YouTube*. Auch die internationale Kulturszene honorierte die Alric-Brüder mit zahlreichen Preisen.

Aber was ist die Essenz dieser Ausführungen? Musik verbindet einerseits Menschen. Bilder, sofern sie denn alltagsnah vermittelt werden, verschaffen ihr die Ausdruckskraft und sie bietet der Präventionsarbeit enorme Spielräume, subtil und über Suggestion Narrative zu transportieren, ohne zu implizieren, dass es so sein muss. Das Ziel ist überhaupt, alternative Lebensmodelle aufzuzeigen, zu vermitteln, dass es sie gibt und dass diese in einer offenen Gesellschaft Akzeptanz finden. Auch bei denjenigen, die nicht so sind und so leben möchten.

Dieser Beitrag wurde zuerst 2019 auf Heiner Vogels [Blog „Erasmus Monitor“](https://erasmus-monitor.blogspot.com/) (<https://erasmus-monitor.blogspot.com/>) veröffentlicht. Heiner Vogel hat in Jena und Freiburg Politikwissenschaft studiert und berichtet in seinem Blog über die deutsche Salafismus-Szene. Wir danken dem Autor für die Erlaubnis, den Beitrag hier zu veröffentlichen.

veröffentlicht am 08.02.2022

Literaturverzeichnis

ARD/ZDF-Onlinestudie (2018). www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2018/0918_Frees_Koch.pdf
[Zugriff: 04.02.2022]

BMAS (2017). Lebenslagen in Deutschland. Armuts- und Reichtumsberichterstattung der Bundesregierung. www.armuts-und-reichtumsbericht.de/SharedDocs/Downloads/Berichte/5-arb-kurzfassung.pdf?__blob=publicationFile&v=4 (http://www.armuts-und-reichtumsbericht.de/SharedDocs/Downloads/Berichte/5-arb-kurzfassung.pdf?__blob=publicationFile&v=4) [Zugriff: 04.02.2022]

Bozay, Kemal (2017). De-Radikalisierung und Prävention als pädagogische Instrumente gegen Islamismus und Salafismus. In: Bozay, Kemal/Borstel, Dierk (Hrsg.), Ungleichwertigkeitsideologien in der Einwanderungsgesellschaft. Wiesbaden, S. 449-472.

Caramanica, Jon (2018). How the Blaze's Emotional Dance Music Brings Listeners to Tears. www.nytimes.com/2018/08/16/arts/music/the-blaze-dancehall.html
(<http://www.nytimes.com/2018/08/16/arts/music/the-blaze-dancehall.html>) [Zugriff: 04.02.2022]

Döring, Nicola (2013). Wie Medienpersonen Emotionen und Selbstkonzept der Mediennutzer beeinflussen. Empathie, sozialer Vergleich, parasoziale Beziehung Identifikation. In: Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hrsg.), Handbuch Medienwirkungsforschung, Wiesbaden, S. 295-312.

Dräger, Dagmar u.a. (2014). Schmerz im Alter. Berlin/Boston.

Harrison, Angus (2016). This is what love in Clubland looks like.
www.vice.com/en_us/article/gqm4p3/the-blazes-virile-and-what-it-says-about-fraternal-love-in-modern-clubland-205(http://www.vice.com/en_us/article/gqm4p3/the-blazes-virile-and-what-it-says-about-fraternal-love-in-modern-clubland-205)[Zugriff: 04.02.2022]

Kiefer, Michael (2015). Auf dem Weg zur wissensbasierten Radikalisierungsprävention? Neosalafistische Mobilisierung und die Antworten von Staat und Zivilgesellschaft. In: forum Kriminalprävention (1), S. 42–48.

Kiefer, Michael (2019). „Prävention und Repression – Für eine stimmige Gesamtstrategie gegen Salafismus in Nordrhein-Westfalen“ zur Drucksache 17/2750, Landtag Nordrhein-Westfalen, 17. Wahlperiode.
www.landtag.nrw.de/Dokumentenservice/portal/WWW/dokumentenarchiv/Dokument/MMST17-1054.pdf
<http://www.landtag.nrw.de/Dokumentenservice/portal/WWW/dokumentenarchiv/Dokument/MMST17-1054.pdf>][Zugriff: 04.02.2022]

Kobus, Susann (2016). Lebenslanges Lernen: Vergleichende Studien zum Erlernen des Instrumentalspiels, insbesondere des Klaviers, im Kindes-, Jugend- und Erwachsenenalter. Berlin.

Krauel, Torsten (2015). Merkel zeigt LeFloid ihr „Versuch’s doch“-Gesicht. Welt Online.
www.welt.de/politik/deutschland/article143972665/Merkel-zeigt-LeFloid-ihr-Versuch-s-doch-Gesicht.html(<http://www.welt.de/politik/deutschland/article143972665/Merkel-zeigt-LeFloid-ihr-Versuch-s-doch-Gesicht.html>)[Zugriff: 04.02.2022]

Maaz, Kai (2016). Chancengerechtigkeit im deutschen Bildungssystem. Blickwinkel, Deutsche UNESCO-Kommission. www.unesco.de/sites/default/files/2018-01/BlickwinkelMaaz_FINAL.pdf
http://www.unesco.de/sites/default/files/2018-01/BlickwinkelMaaz_FINAL.pdf][Zugriff: 04.02.2022]

Mania-Schlegel, Josa (2018). Verschwende deine Jugend. In: Zeit Online.
www.zeit.de/2018/46/lord-of-the-toys-dok-filmfestival-leipzig-shitstorm
<http://www.zeit.de/2018/46/lord-of-the-toys-dok-filmfestival-leipzig-shitstorm>][Zugriff: 04.02.2022]

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs)(2018). JIM-Studie 2018. Jugend, Information, Medien.
www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM2018_Gesamt.pdf
http://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM2018_Gesamt.pdf][Zugriff: 04.02.2022]

Ministerium des Innern NRW (2018). Neue Kampagne für Präventionsprogramme.
www.im.nrw/neue-kampagne-fuer-praeventionsprogramme-0(<http://www.im.nrw/neue-kampagne-fuer-praeventionsprogramme-0>)[kampagne-fuer-praeventionsprogramme-0](http://www.im.nrw/neue-kampagne-fuer-praeventionsprogramme-0))[Zugriff: 04.02.2022]

Müller, Jochen/Nordbruch, Götz/Ünlü, Deniz (2013). „Wie oft betest du?“ Erfahrungen aus der Islamismusprävention mit Jugendlichen und Multiplikatoren. In: ufuq.
www.ufuq.de/pdf/islamismuspraevention(<http://www.ufuq.de/pdf/islamismuspraevention>)
 [Zugriff: 04.02.2022]

Müller, Philipp/Denner, Nora (2017). Was tun gegen „Fake News“? Eine Analyse anhand der Entstehungsbedingungen und Wirkweisen gezielter Falschmeldungen im Internet. Friedrich-Naumann-Stiftung.

Neuburg, Florian (2018). Theorie (I). Jamal al-Khatib – Eine Online-Streetwork Intervention gegen gewalttätigen Fanatismus. In: turn: Das pädagogische Paket zum Online-Streetwork-Projekt.
www.boja.at/fileadmin/download/Projekte/Flucht_Inklusion/Jamal_al-Khatib_paedagogisches_Paket_Mai18.pdf
 (http://www.boja.at/fileadmin/download/Projekte/Flucht_Inklusion/Jamal_al-Khatib_paedagogisches_Paket_Mai18.pdf)[Zugriff: 04.02.2022]

Peltsch, Fabian (2018): The Blaze im Interview: Beats! Bilder! Botschaften! In: Musikexpress.
<https://www.musikexpress.de/the-blaze-im-interview-beats-bilder-botschaften-1124627/>
 (<https://www.musikexpress.de/the-blaze-im-interview-beats-bilder-botschaften-1124627/>)
 [Zugriff: 08.02.2022]

RAN (2016). RAN Collection. Preventing Radicalisation to Terrorism and Violent Extremism.
www.ifv.nl/kennisplein/Documents/2016-RAN-Preventing-Radicalisation-to-Terrorism-and-Violent-Extremism.pdf (<http://www.ifv.nl/kennisplein/Documents/2016-RAN-Preventing-Radicalisation-to-Terrorism-and-Violent-Extremism.pdf>)[Zugriff: 04.02.2022]

Reinhardt, Jan/Rötter, Günther (2013). Musikpsychologischer Zugang zur Jugend-Musik-Sozialisation. In: Heyer, R. et al. (Hrsg.), Handbuch Jugend – Musik – Sozialisation. Wiesbaden, S. 127-155.

Ritter, Simone M./Ferguson, Sam (2017). Happy creativity: Listening to happy music facilitates divergent thinking. In: PLOS One 12 (9).
<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0182210>
 (<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0182210>)[Zugriff: 04.02.2022]

Seliger, Berthold (2017). Klassikkampf. Ernste Musik, Bildung und Kultur für alle. Berlin.

Sischka, Philipp et al. (2016). Der Reaktanzeffekt oder: Warum Gesundheitskampagnen scheitern können. In: In-Mind Magazin 4. <http://de.in-mind.org/article/der-reaktanz-effekt-oder-warum-gesundheitskampagnen-scheitern-koennen?page=2>(<http://de.in-mind.org/article/der-reaktanz-effekt-oder-warum-gesundheitskampagnen-scheitern-koennen?page=2>)[Zugriff: 04.02.2022]

Trappe, Hans-Joachim (2010). Musik und Gesundheit. In: Musik-, Tanz- und Kunsttherapie 21 (1), S. 1-6.

Trappe, Hans-Joachim (2017). Musik und Herz. Was ist gesichert, was nicht, was ist neu? In: Der Kardiologe 11 (6), S. 486-496.

Trappe, Hans-Joachim/Breker, Irimi Maria (2014). Effekte von Musik auf das Herz-Kreislauf-System. In: Musik-, Tanz- und Kunsttherapie 25 (1), S. 26-33.

Weilnböck, Harald (2015). Responding to violent extremism needs more investment in human resources/practitioners, less in videos and internet. RAN, Brüssel. https://cultures-interactive.de/files/publikationen/Fachartikel/2015_Weilnboeck_Responding%20to%20VE%20needs%20more%20investment%20in%20human%20resources.pdf(https://cultures-interactive.de/files/publikationen/Fachartikel/2015_Weilnboeck_Responding%20to%20VE%20needs%20more%20investment%20in%20human%20resources.pdf)[Zugriff: 04.02.2022]

Weilnböck, Harald/Lamprecht, Dirk (2016). YouTubing-Video-Workshop und die Wir-unter-uns-Gruppe – im EuropeanFair Skills Ansatz.

Yakov, Pablo Ben (2018). Kritik an „Lord of the Toys“: Ein Dokumentarfilm als Plattform für rechte Parolen? In: Deutschlandfunk Kultur. <https://www.deutschlandfunkkultur.de/kritik-an-lord-of-the-toys-ein-dokumentarfilm-als-plattform-100.html> (<https://www.deutschlandfunkkultur.de/kritik-an-lord-of-the-toys-ein-dokumentarfilm-als-plattform-100.html>)[Zugriff: 08.02.2022]

Zitationsvorschlag

Vogel, Heiner 2022: Im Rausch der Gefühle. Im Rahmen des Projektes RISE - Plattform für Jugendkultur, Medienbildung und Demokratie
Online verfügbar: <https://rise-jugendkultur.de/artikel/im-rausch-der-gefuehle/>

Online verfügbar: <https://rise-jugendkultur.de/artikel/im-rausch-der-gefuehle/>

RISE ist ein Projekt des [JFF](#) in Zusammenarbeit mit [ufuq](#), [Parabol](#), [Vision Kino](#) und [jugendschutz.net](#), gefördert durch die [Staatsministerin für Kultur und Medien](#).