

Memes im ökologischen Diskurs

Wie kann multimodaler Humor Zugänge zur Klimadebatte in den Sozialen Medien ermöglichen?

Michael Johann (Universität Augsburg) und Katharina Christ (NaWik Karlsruhe)

Abstract *This article examines how internet memes may provide low-threshold entry points to climate change discourse on social media, primarily from a communication and media studies perspective. Building on scholarship on memetic communication as multimodal, recontextualizable cultural units, the article argues that multimodal humor can reduce cognitive barriers, render climate-related content more accessible, and enable everyday connective participation. Empirically, the contribution draws on an exploratory pilot study using semi-structured interviews with climate-related memes as stimuli. The findings are condensed into three reception-oriented theses: (1) memes can trigger attention and function as gateways to further information; (2) humor may create emotional distance and facilitate engagement with an otherwise threatening topic; and (3) memetic codes foster in-group cohesion while also excluding outsiders and enabling ambiguous interpretations. The study highlights the ambivalence of climate memes and outlines implications for responsible climate communication.*

Keywords *Audience, Climate Communication, Humor, Identity, Internet Memes, Multimodality, Reception*

Schlagworte *Humor, Identität, Internet-Memes, Klimakommunikation, Multimodalität, Rezeptionsforschung*

1 Einleitung

Die Klimakommunikation steht vor einem Paradox: Trotz breitem Konsens über die Tragweite des Klimawandels (z.B. Shehata et al. 2022, 69) gehen mit klassischer Medienberichterstattung zum Klimawandel häufig Überforderung, Vermeidungstendenzen und ausbleibendes nachhaltiges Verhalten bei den Rezipierenden einher (z.B. Gurr und Metag 2022, 592). Zwar kann repetitive Berichterstattung kurzfristig themenspezifische Aufmerksamkeit und Sorge erhöhen, zugleich kann sie aber auch Themenverdrossen-

heit und die Tendenz zur Nachrichtenvermeidung begünstigen (Lu 2022, 488). Generell zeigen Studien nur kurzfristige Mobilisierungseffekte, die von klimawandelbezogenem Medienkonsum ausgehen, allerdings ohne belastbare Evidenz für dauerhaftes pro-ökologisches Verhalten (z.B. Benoit et al. 2025, 9). Wiederholte, alarmistische Berichterstattung fördert hingegen selektive Vermeidungsstrategien und sinkendes Involvement (Gurr und Metag 2022, 593). Auch psychologische Risiken sind die Folge: So sind Klimaangst und Demoralisierung oftmals die Konsequenz einer als gering wahrgenommenen Selbstwirksamkeit und der damit verbundenen Überforderung angesichts der negativen Folgen des Klimawandels (Salomon et al. 2017, 24; Yao und Dai 2025, 10).

Vor diesem Hintergrund lohnt der Blick auf die Sozialen Medien und die darüber verbreiteten Internet-Memes (oder kurz: Memes) als alternativer Zugang zu klassischen Formen des Klimadiskurses. Memes sind netztypische, rekontextualisierbare, multimodale Ausdrucksformen, die sich auf Basis von kollektiven Prozessen der Variation und Replikation verbreiten (Johann und Bülow 2019a, 17; Shifman 2014, 41). Memes sind meist multimodal verfasst – typischerweise im Zusammenspiel aus Bild/Video, Sprache, Ton – und stützen sich häufig auf Humor als zentralen Wirkungsmechanismus.

Dieser Beitrag argumentiert, dass Memes alternative Zugänge zur Klimadebatte bieten können: Sie senken Rezeptionshürden, transformieren negativ aufgeladene Themen über Humor in greifbare Ausdrucksformen und stiften durch ihren kollektiven Charakter soziale Kohärenz, ohne dabei die Problemhaftigkeit des Themas zwingend zu verharmlosen. Memes schaffen auf diese Weise niedrigschwellige Interaktionsgelegenheiten, die gerade im Gegensatz zur klassischen Medienberichterstattung über den Klimawandel Selbstwirksamkeit und Gruppenzugehörigkeit fördern können.

Basierend auf diesen Überlegungen liegt dem Beitrag die zentrale Hypothese zugrunde, dass Memes stets eine soziale Funktion erfüllen (Ntouvlis und Geenen 2023, 1195; O'Dowd 2024, 365). Multimodaler Humor spielt dabei eine zentrale und gleichzeitig ambivalente Rolle bei der Verarbeitung klimawandelbezogener Botschaften: Zwar bedienen sich viele Memes zentraler Humorstrategien wie etwa des Einsatzes von Sarkasmus (Taecharungroj und Nueangjamnong 2015, 297), nicht alle Memes sind aber zwangsläufig humorvoll gemeint (Dyrel 2016, 685). Unter dem Deckmantel des Humors können sie so auch unwahre Inhalte transportieren (Rodríguez-Ferrándiz et al. 2023, 46), wobei der verwendete Humor einen wesentlichen Einfluss auf die Wahrnehmung und Bewertung eines Memes hat (Torres-Marín et al. 2022). Dies erfordert ein differenziertes Verständnis von Klima-Memes, ihren multimodal dargestellten Inhalten und deren Bedeutung im jeweiligen Kontext.

Ziel dieses Beitrags ist es, die Wahrnehmung von Memes zu klimawandelbezogenen Themen zu analysieren und zentrale Rezeptionsmechanismen aus medien- und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive näher zu beschreiben. Die Befunde einer kleinen explorativen Pilotstudie auf Basis von Leitfadeninterviews bilden hierzu die empirische Grundlage. Die Befunde werden in Form von drei Thesen dargestellt. Diese adressieren (1) aufmerksamkeitsbezogene Effekte, (2) die bessere Greifbarkeit des Themas sowie (3) Mechanismen sozialer Inklusion und Exklusion. Der Beitrag verknüpft diese empirischen Einsichten mit dem aktuellen Forschungsstand und entwickelt daraus Implikationen für eine wirksame, zugleich verantwortungsvolle Klimakommunikation in den Sozialen Medien.

2 Memes und multimodale Kommunikation

2.1 Definition und plattformspezifische Grundlagen

Internet-Memes sind zu einer prägenden Form digitaler Alltagskommunikation geworden. In den Sozialen Medien bieten sie niedrigschwellige Möglichkeiten zur Beteiligung. Charakteristisch ist ihre schnelle Zirkulation und die Art, wie sie als multimodale Kommunikationsformen Bedeutung verdichten (Johann und Bülow 2019b, 1731): In knappen, oft humorbasierten Kombinationen aus Bild, Sprache und Ton werden komplexe Themen und Haltungen verhandelt. Dabei setzen Memes auf Wiedererkennbarkeit, Variation und situative Rekontextualisierbarkeit.

Begriffsgeschichtlich verweist der Begriff »Meme« auf Richard Dawkins' Idee kultureller Replikatoren (Dawkins 1976, 192). In Anlehnung daran versteht Patrick Davison (2012, 122) Internet-Memes als kulturelle Elemente, die durch Online-Verbreitung Wirkung entfalten. Limor Shifman (2014) akzentuiert in ihrer etablierten Meme-Definition den sozialen Prozess hinter memetischen Kommunikationsformen: Demnach sind Memes Gruppen digitaler Einheiten, deren Bedeutung durch Imitation, Variation und partizipative Weiterverarbeitung entsteht. Ein Internet-Meme ist demnach

(a) eine Gruppe digitaler Einheiten, die gemeinsame Eigenschaften im Inhalt, in der Form und/oder der Haltung aufweisen, die (b) in bewusster Auseinandersetzung mit anderen Meme[s] erzeugt und (c) von vielen Usern im Internet verbreitet, imitiert und/oder transformiert wurde (Shifman 2014, 41).

Demgegenüber charakterisiert Maria D. Molina (2020, 383) Internet-Memes insbesondere über ihren visuellen und intertextuellen Charakter, die gruppenspezifische Adressierung, die darin zum Ausdruck gebrachte Haltung sowie die schnelle Verbreitungsfähigkeit.

Memetische Praktiken haben sich im Verlauf der Zeit in den Sozialen Medien etabliert. Während Memes ursprünglich eher ein Phänomen aus und an den Randbereichen des Internets gewesen sind, werden sie mittlerweile plattformübergreifend gebraucht. Dabei passen sie sich den jeweiligen Plattform-Affordanzen an: Sprach- und bildzentrierte Netzwerke wie zum Beispiel Facebook oder Instagram fördern die Erstellung und Verbreitung von Memes, die aus Bild-Sprache-Kombinationen (sogenannten *Image Macros*) bestehen. Videobasierte Plattformen wie TikTok bieten dagegen Raum für eine eher performative Meme-Logik, die neben der Verwendung anderer Modalitäten auch einen spielerischen Zugang zu den dargestellten Themen erlaubt (Cervi und Divon 2023, 10).

2.2 Zentrale memetische Funktionslogiken

In Anlehnung an Limor Shifman (2014, 122–123) können Internet-Memes drei unterschiedliche, aber miteinander verflochtene Funktionslogiken verfolgen.

Erstens können Memes als Mittel der Persuasion genutzt werden (Shifman 2014, 122). So verdichten Memes ein Thema zu einem klaren Deutungsrahmen. Sie geben

durch bewusste multimodale Konstruktion vor, was als Problem gilt, wer Verantwortung trägt und welche Haltung »richtig« erscheint. Memes lassen sich mit Blick auf diese Funktionslogik auch als »framing devices« (Ross und Rivers 2019, 977) beziehungsweise »metonymic mininarratives« (O'Dowd 2024, 360) bezeichnen. Komplexe Themen oder abstrakte Debatten lassen sich so durch bewusste Sprach- und Bildwahl in greifbare Botschaften übersetzen und strategisch einsetzen. Ein typischer Anwendungsbereich ist die Nutzung von Memes durch Parteien oder Politiker:innen, bei der komplexe politische Inhalte durch Humor gezielt vereinfacht, emotional aufgeladen und dadurch leichter zugänglich gemacht werden. Besonders wirksam ist diese Form der Ansprache in der jungen Zielgruppe, da diese meist eine hohe Meme-Literacy besitzt. Neben der Mobilisierung und dem Einfluss auf Einstellungen kann diese Form der Nutzung die Aufmerksamkeit, das Bewusstsein und das Wissen über politische Themen fördern (Johann et al. 2023, 234; Mihăilescu 2024, 12). Das persuasive Potenzial der multimodalen Verfasstheit von Memes ist dabei empirisch belegt (Bülow und Johann 2023, 17; Huntington 2020, 203).

Zweitens können Memes eine Form graswurzelartiger politischer Beteiligung sein (Shifman 2014, 124). Memes senken aufgrund ihrer einfachen Verfassbarkeit (z. B. durch Meme-Generatoren) die Einstiegshürde für die individuelle und kollektive Beteiligung. Als solch eine niedrigschwellige, spielerische Kommunikationsform erlauben sie es den Nutzenden, ihre individuelle politische Haltung in digitalen Öffentlichkeiten sichtbar zu machen – oft getrieben durch ein Gefühl der Selbstwirksamkeit (Johann 2022, 160). So gesehen besitzen Memes demokratisches Potenzial: Sie öffnen Beteiligungsräume jenseits formaler Mitgliedschaft, senken die Einstiegshürden für politisches Engagement und machen verteilte Stimmen in der Summe wahrnehmbar (Shifman 2014, 123). Deutlich wird dies bei dezentralen Meme-Kampagnen: Persönliche Botschaften bleiben individuell, schließen sich aber durch visuelle, sprachliche und/oder auditive Wiedererkennbarkeit zu einer kollektiven Erzählung zusammen. Politische Themen gewinnen Reichweite, ohne dass eine zentrale Organisation vorausgesetzt werden muss. Diese Funktionslogik beschreiben W. Lance Bennett und Alexandra Segerberg (2012) als *connective action*, wobei die dezentrale und netzwerkvermittelte Koordination durch digitale Marker (im vorliegenden Fall also Memes) zusammengehalten wird.

Drittens eröffnen Memes Ausdrucks- und Aushandlungsprozesse (Shifman 2014, 123), die in Anlehnung an Ryan Milner (2013) polyvokale Diskursräume konstituieren. Viele Stimmen greifen ein Thema auf, variieren gemeinsame memetische Muster und verhandeln so zentrale Bedeutungen und Deutungsweisen. Die Logik ist niedrigschwellig und sozial: Auf Basis geteilter Codes, denen multimodal Ausdruck verliehen werden kann, entstehen individuelle Kreationen, die kollektiv anschlussfähig sind. Damit sind Memes auch Formen des eigenen Identitätsmanagements (Nissenbaum und Shifman 2018, 302). Die Relevanz dieser Funktionslogik zeigt sich daran, dass nahezu jedes politische Großereignis Meme-Diskurse nach sich zieht (für einen Überblick siehe Johann und Bülow 2019a). Damit werden Memes gleichsam zu Indikatoren und Katalysatoren öffentlicher Netzdebatten zu aktuellen Themen wie dem Klimawandel. Sie spiegeln soziale Stimmungen und verstärken Haltungen mit Effekten, die auch über den reinen digitalen Raum hinausreichen können (Galipeau 2023, 448; Johann 2022, 160; Johann et al. 2023, 234).

2.3 Multimodalität und Medienrezeption

Memes sind als genuin multimodale Kommunikationsformen zu begreifen, da sie unterschiedliche semiotische Ressourcen miteinander verschränken. Gerade Bilder, die zentrale Bestandteile von Memes sind, sind dabei durch eine hohe Polysemie gekennzeichnet (z.B. Müller und Geise 2015, 273). Sie sind bedeutungsoffener und mehrdeutiger als Sprache, wodurch ihre Interpretation stark kontextabhängig wird (z.B. Barth und Christ 2025, 59; Lobinger 2012, 67; Müller und Geise 2015, 42; mehr zu Wirkungspotenzialen des Visuellen im Kontext persuasiver Kommunikation siehe Christ 2025, 68–75). Ein und dasselbe Bild kann unterschiedlich interpretiert werden, etwa das Motiv eines schmelzenden Gletschers, das in einem Kontext als Symbol für den fortschreitenden Klimawandel und die Dringlichkeit politischer Maßnahmen interpretiert wird, in einem touristischen Kontext jedoch als Einladung verstanden werden kann, einzigartige Natur- und Kulturlandschaften bewusst zu erleben und zu schützen.

Entscheidend für die Interpretation sind dabei Haltungen, Vorwissen und Prägungen der Rezipierenden: Was in einem Bild gesehen und interpretiert wird, hängt maßgeblich von individuellen Erfahrungen, Einstellungen, Vorwissen, situativen und kulturellen Kontexten ab (z.B. Lobinger 2012, 98). So kann etwa die Darstellung eines überfluteten Straßenzugs von Klimawandel-Skeptiker:innen als bloßes Extremwetterereignis gedeutet werden, während klimaaktivistisch geprägte Rezipierende darin ein Symbol für die Folgen globaler Erwärmung erkennen. Solche divergierenden Interpretationen verdeutlichen, dass auch bei Memes unterschiedliche mögliche Interpretationen zu berücksichtigen sind. Damit rückt die Frage in den Vordergrund, wie nicht nur Bilder, sondern verschiedene Modi bei der Konstruktion des Gesamtsinns zusammenwirken.

Die Gesamtbedeutung multimodaler Kommunikationsformen ist stets mehr als die Summe der einzelnen Zeichenmodalitäten (Bucher 2019, 662; Wildfeuer et al. 2020, 18). Empirische Studien zeigen, dass Rezipierende multimodale Ensembles nicht linear erfassen, sondern ihren Sinn schrittweise und rekursiv konstruieren (Bucher 2025, 543). Selbst in linearen Formen wie Videos erfolgt die Rezeption interaktional: Betrachtende springen zwischen Bildelementen und Sprache hin und her, bis sich eine kohärente Interpretation einstellt. Eye-Tracking-Daten verdeutlichen, dass dieser Prozess in einem charakteristischen »Zickzack-Muster« (Bucher 2025, 551; Übersetzung der Autor:innen) verläuft, in dem einzelne Modi wechselseitig als Kontexte füreinander dienen. Daraus folgt, dass eine Interpretation eines Memes niemals aus einzelnen Elementen isoliert hervorgeht, sondern sich erst im Zusammenspiel der verschiedenen Modi – etwa Bild, Sprache oder Ton – entfaltet. Ein weiterer Befund aus der Rezeptionsforschung betrifft die modale Dichte und modale Kohärenz: Je mehr modale Elemente gleichzeitig wahrgenommen werden müssen, desto stärker steigt die kognitive Belastung, was den Verstehensprozess erschweren kann (Bucher et al. 2022, 247). Studien zeigen, dass Formen mit geringerer Dichte und höherer Kohärenz – etwa didaktisch reduzierte Animationen – besser verstanden werden als komplexe Arrangements mit vielen konkurrierenden Modi (z.B. Bucher 2025).

Schließlich wird Bedeutung im Rezipieren nicht allein aus expliziten Zeichen gewonnen, sondern über inferenzielle Prozesse konstruiert (Bucher 2025, 555). Hans-Jürgen Bucher (2025, 555) knüpft an H. Paul Grice (1975) an und argumentiert, dass Rezipierende

davon ausgingen, Produzierende würden nach dem Kooperationsprinzip handeln und daher auch dort Sinn erschließen, wo Bedeutungen nur angedeutet oder humorvoll gebrochen sind. Genau dieser Mechanismus ist für die Meme-Kommunikation zentral: Die Interpretation entsteht aus dem Zusammenspiel von Bild, Sprache, geteiltem Vorwissen und kulturellem Kontext.

Für Memes lassen sich damit drei zentrale Einflussfaktoren auf Rezeption und Wirkung unterscheiden: (1) die Rezipierenden mit ihrem Vorwissen, ihren Einstellungen sowie situativen und kulturellen Kontexten, (2) das Zusammenspiel verschiedener Zeichenmodalitäten und deren Gestaltung, die Blickführung und Relevanzstrukturen vorgibt, und (3) inferenzielle Prozesse, die auf geteiltem Vorwissen und kulturellem Kontext beruhen. Damit gilt für Memes ebenso wie für andere multimodale Kommunikationsformen: Bedeutung liegt nicht inhärent in den Zeichen, sondern entsteht erst im rezeptiven Aushandlungsprozess zwischen Artefakt und Rezipierenden.

2.4 Multimodaler Humor

Die bisherigen Ausführungen machen deutlich, dass Memes weitaus mehr als »lustige Bilder« sind, wobei selbst diese Bewertung stark von den Rezipierenden abhängt, ihren Einstellungen, ihrem Vorwissen sowie dem jeweiligen situativen und kulturellen Kontext. Gleichwohl kommt der humorvollen Rezeption vieler Memes eine wichtige Rolle zu. So stellt Unterhaltung ein zentrales Motiv für die Nutzung von Memes dar (Johann 2022, 160; Leiser 2022, 242), was die Relevanz memetisch konstruierten Humors betont. Allgemein lässt sich Humor als Zusammenspiel von Normalität und deren Verletzung verstehen (Veatch 1998, 164). Weil aber moralische Bezugssysteme und Humorpräferenzen individuell variieren, hängen die humorvolle Rezeption und Bewertung an persönlichen Werthorizonten: Was die einen als entlastend empfinden, kann andere verletzen. Die Humorforschung unterscheidet dabei vier Humorstile (Martin et al. 2003, 53–54): affiliativ, aggressiv, selbstverbessernd und selbstzerstörerisch. In Memes werden meist der affiliative und der aggressive Humorstil verwendet, wobei selbstzerstörerischer Humor besonders anschlussfähig im Sinne viraler Effekte ist (Taecharungroj und Nueangjamnong 2015, 298–299). Memes der letzteren Art erhalten mehr Likes und werden häufiger geteilt. Sie stellen keine unmittelbare »Bedrohung« dar und bieten daher eine hohe Anschlussfähigkeit. Selbstzerstörerischer Humor kann – entgegen der negativen Konnotation – als Bewältigungsstrategie den Selbstwert stabilisieren (Heintz und Ruch 2018, 469), steht aber auch in Zusammenhang mit geringerem Selbstwert und Einsamkeit (Stieger et al. 2011, 748–749). Und während der Spott über sich selbst weniger riskant wirkt als aggressiver Humor, kann er dennoch Vorurteile und Stereotype verfestigen (Duchscherer und Dovidio 2016, 341). In extremistischen Kontexten wird das humorvolle Verpacken sogar gezielt eingesetzt, um problematische Inhalte und Sichtweisen zu normalisieren. Dies wird auch als »strategic mainstreaming« (Schmid et al. 2025, 538) bezeichnet.

In der memetischen Kommunikation spielt die multimodale Konstruktion der humorvollen Rezeption eine besondere Rolle, denn diese entsteht meist aus dem Zusammenspiel der verwendeten Modalitäten (Bülow et al. 2018, 27–28; Dynel 2016, 684). Dabei lassen sich verschiedene Rezeptionsweisen unterscheiden, die insbesondere für Memes

bedeutend sind. Die *Frame-Metonymie* bezeichnet etwa eine Form auffälliger sprachlicher oder visueller Elemente, die als »Abkürzungen« zu ganzen Deutungsrahmen fungieren (Dancygier und Vandelanotte 2017, 567). Ein einziges Symbol wie zum Beispiel ein brennender Globus, ein schmelzender Eiswürfel oder ein Eisbär auf einer kleinen Eisscholle können das vollständige Bedeutungsfeld »Klimakrise« aufrufen. Diese metonymische Logik – einen salienten Teil eines Frames zu zeigen, um den gesamten Frame zugänglich zu machen – ist im Online-Klimadiskurs allgegenwärtig. Sie erlaubt es, sprachliche Teile zu verdichten: Da das Bild bereits den Rahmen liefert, kann der sprachliche Teil die Pointe kurzhalten, was wiederum Leerstellen für die Interpretation durch Rezipierende lässt. Die Bedeutung »emergiert« schließlich aus dem Zusammenspiel von Bild, das den Rahmen indexiert, und Sprache, die die gewollte Lesart präzisiert.

Im Rahmen des *Blendings* entsteht Humor häufig, indem zwei konzeptuelle Strukturen zu einer neuen Konfiguration »geblendet« werden (Oakley und Pascual 2017). Teile der Input-Frames werden betont, andere ausgeblendet. Das Ergebnis ist ein emergentes Konzept, das es zuvor in dieser Form nicht gab. In Klima-Memes kann diese Funktionsweise beispielsweise durch Kombination visueller und sprachlicher Muster erfolgen: Die zuvor angesprochenen frame-metonymische Elemente dienen beim Blending als Trigger, die im sprachlichen Teil in einen zweiten Frame eingemischt werden (z.B. Alltag, Konsum, Politik). Das »Blend« produziert eine neue, oft humorvolle Lesart – etwa indem strukturelle Ursachen für den Klimawandel mit banalen Alltagsszenen kontrastiert werden. Blending erklärt also auch, wie Memes aus bekannten Elementen neue Bedeutungen – und damit neue Bewertungs- und Handlungsangebote – hervorbringen.

Das unterhaltende Potenzial von Memes beruht wesentlich auf ihrer *intertextuellen Verfasstheit* (Shifman 2014, 2–4). Texte (im semiotischen Sinn als jede kohärente Verbindung von Zeichen) existieren nie isoliert, sondern verweisen stets auf andere Texte und Praktiken (siehe auch Kristeva 1980). Für Memes gilt *per definitionem*: »An internet meme cannot exist without referring to something other than the subject matter it contains.« (Wiggins 2019, 34). Die in Memes verwendeten Elemente knüpfen demnach oft an kollektives Vorwissen an und machen die intendierte Bedeutung für möglichst viele Rezipierende anschlussfähig. Intertextualität ist dabei nicht bloße Verzierung, sondern zweckmäßig, denn die ausgewählten Referenzen und ihre Rekontextualisierung strukturieren, wie Bedeutung konstruiert wird. Dies beinhaltet auch immer eine ideologische Dimension, weil jede Auswahl von Bezügen unterschiedliche Lesarten zulässt (Shifman 2014, 150; Wiggins 2019, 102).

Klassische Humortheorien begründen die humorvolle Rezeption und Wirkung in der Verletzung von Erwartungsmustern, also einer *Inkongruenz* (Forabosco 1992, 59–61). Die Auflösung dieser Störung erzeugt dann den humorvollen Effekt. Memes arbeiten besonders oft mit sekundärer Inkongruenz (Yus 2019, 114), indem bestehende Bilder oder Sounds (z.B. aus Filmen, Serien oder der Popkultur) in neue Kontexte gesetzt werden. Somit kann die intertextuelle Verfasstheit von Memes als Voraussetzung für die Konstruktion einer Inkongruenz betrachtet werden, deren Leerstellen in der Rezeptionssituation aufgelöst werden können. Der Witz liegt dann in der konkreten Form der Rekontextualisierung, die den Rezipierenden den alten und neuen Deutungsrahmen zugleich nahelegt. Alle beteiligten Modalitäten stellen gemeinsam die erwartungswidrige Pas-

sung her, ohne aufeinander verzichten zu können. Die Pointe entsteht aus der (scheinbar) unpassenden, dann doch »passend« gemachten Kombination.

3 Rezeptionsbedingte Erkenntnisse und Thesen

Um die zuvor skizzierten Funktionslogiken aus der Perspektive der Rezipierenden zu prüfen, wurde eine explorative Pilotstudie durchgeführt. Im Zentrum standen dabei zwei Fragen: (1) Welche Rezeptionsmuster prägen die Wahrnehmung von Memes zum Klimawandel? Diese Frage hat zum Ziel, möglichst offen die Rezeption und die damit assoziierten Wahrnehmungs- und Bewertungslogiken nachvollziehen zu können. (2) Welche Rolle spielen Memes bei der Darstellung sozialer Identitäten und der Herstellung von Zugehörigkeit im Klimadiskurs? Da Memes gerade im Unterschied zur klassischen Medienberichterstattung einen alternativen Zugang zum Klimadiskurs bieten und durch ihre formspezifischen Eigenschaften individuelle und kollektive Identitäten mit der Thematik des Klimawandels verbinden, verspricht diese Frage Einblicke in identifikatorische Prozesse in der Rezeption memetischer Kommunikation zum Klimawandel.

3.1 Datenbasis und Methodik

Die Datenbasis der Studie bilden leitfadengestützte Interviews mit insgesamt sieben Teilnehmenden. Die Interviews wurden im Juni 2024 an der Universität Innsbruck von Studierenden des Masterstudiengangs Medien durchgeführt.¹ Die Befragten waren zwischen 20 und 30 Jahre alt, allesamt Studierende und wohnhaft in Innsbruck. Vier der Teilnehmenden identifizieren sich als weiblich, drei als männlich.²

Methodisch basiert die Studie auf leitfadengestützten Interviews, in denen Memes als multimodale Gesprächsimpulse eingesetzt wurden. Den Teilnehmenden wurden insgesamt zehn klimabezogene Memes in gedruckter Form vorgelegt, sodass alle Befragten unter vergleichbaren Rezeptionsbedingungen arbeiteten. Zu Beginn der Interviews wurde ein offener Einstieg gewählt: Die Teilnehmenden wurden gebeten, die präsentierten Memes nacheinander zu betrachten und dabei ihre spontanen Gedanken im Sinne eines lauten Denkens zu verbalisieren. Dieser offene Zugang diente der Erfassung erster ungeleiteter Assoziationen und Interpretationen. Auf gezielte Nachfragen zur multimodalen Gestaltung wurde bewusst verzichtet, da entsprechende Hinweise auf das Zusam-

1 Für ihr Engagement danken wir herzlich Valentin Grave, Philipp Martin, Sophia M. Knoll, Lena Schartz und Christin Schönberger, die der Nutzung der erhobenen Daten für wissenschaftliche Publikationen unter Nennung ihrer Namen zugestimmt haben; die entsprechenden Erklärungen liegen vor.

2 Alle Teilnehmenden haben der Veröffentlichung der Studienergebnisse zugestimmt. Die entsprechenden Datenschutzerklärungen liegen vor. Die Ergebnisse dürfen pseudonymisiert in wissenschaftlichen Publikationen sowie auf wissenschaftlichen Tagungen und Kolloquien veröffentlicht werden. Entsprechend werden im Folgenden Zitate aus den Interviews pseudonymisiert wiedergegeben und fortlaufend mit P1, P2 usw. gekennzeichnet.

menspiel von Bild und Text aus den offenen Reaktionen der Teilnehmenden hervorgehen sollten, um die Wahrnehmung und Deutung der Memes nicht vorab inhaltlich zu lenken.

Im Anschluss daran folgte eine strukturierte Befragung entlang eines Interviewleitfadens. Zu den zehn Memes wurden unter anderem Fragen zur inhaltlichen Anspielung, zu Gemeinsamkeiten und Unterschieden der Memes, zum Verständnis einzelner Memes sowie zu wahrgenommenem Humor und dessen Grenzen gestellt. Darüber hinaus wurden die Teilnehmenden gebeten, aus ihrer Sicht besonders gelungene bzw. weniger gelungene Memes zu identifizieren und ihre Bewertungen zu begründen. Weitere Leitfragen bezogen sich auf die Zuschreibung politischer Positionen zu ausgewählten Memes sowie auf die wahrgenommene Wirkung von Klima-Memes auf die öffentliche Wahrnehmung des Klimawandels.

Durch diese Kombination aus offenem Einstieg und anschließenden leitfadengeleiteten Fragen lassen sich die Interviews methodisch als halbstrukturierte Interviews einordnen, bei denen die Memes nicht lediglich als narrative Auslöser, sondern als konkrete, klar referenzierbare Stimuli fungierten.

Die Ergebnisse der Interviews werden im Folgenden thesenartig präsentiert. Die Thesen sind als heuristische Verdichtungen zu verstehen, die die von den Rezipierenden wahrgenommenen Rezeptionsmuster und Wirkungsmechanismen sichtbar machen. Bei der Auswertung und der anschließenden Ergebnisdarstellung wurden die in Kapitel 2 entwickelten theoretischen Dimensionen – insbesondere Funktionslogiken von Memes, ihre multimodale Form sowie humoristische Verfahren – als heuristische Orientierungspunkte herangezogen, um die Interviewaussagen zu bündeln und einzuordnen.

Dabei ist die Aussagekraft der Pilotstudie durch die kleine, lokal begrenzte Stichprobe sowie die Nutzung ausgewählter Stimuli begrenzt. Die Übertragbarkeit auf andere Zielgruppen und Memes ist daher eingeschränkt. Gleichwohl liefern die Interviews erste Anhaltspunkte zu zentralen Rezeptionsmustern. Sie dienen vor allem als Impulse für weitere Forschung, etwa für größere, diversere Stichproben, plattformübergreifende Designs oder experimentelle Studien, die sich mit Klima-Memes im deutschsprachigen Diskurs beschäftigen.

3.2 These 1: Memes schaffen durch ihre Form Aufmerksamkeit auf Themen rund um den Klimawandel

Aus Rezeptionssicht erzeugen Klima-Memes Aufmerksamkeit, da ihre multimodale Verfasstheit und die humorvolle Verpackung kognitive Hürden senken und zugleich Neugier triggern können. Im Sinne der Frame-Metonymie liefern vor allem die Bildelemente in den gezeigten Memes den relevanten Deutungsrahmen (z.B. Eisbär, Umweltverschmutzung, politische Akteur:innen), sodass der sprachliche Teil knapp bleiben und schnell rezipiert werden kann. Mehrere Befragte beschreiben, dass das Visuelle zuerst rezipiert wird (siehe auch z.B. Müller und Geise, 2015, 97–98): »Man schaut halt zuerst auf das Bild und dann liest man den Text« (P5). Das Zusammenspiel aus Bild und humorvoller Zuspitzung im Text kann einen ersten Aufmerksamkeitsimpuls setzen, der dazu führen kann, dass sich Rezipierende näher mit dem Inhalt befassen. So beschreibt eine befragte Person, dass das Thema »durch den Humor [...] ein bisschen aufgebrochen

wird« und man sich »einfach mehr damit beschäftigt« (P4). Auch die meist vorhandene Inkongruenz zwischen Text und Bild kann einen Impuls für eine zumindest punktuelle Steigerung der Aufmerksamkeit setzen, indem sie zur »Komik« (P4) beiträgt: »Also Memes funktionieren ja eigentlich immer gleich, also im Sinne von ›das ist ein Bild und einen Text‹, wobei Bild und Text meistens nicht ganz zusammenpassen und dadurch eben die Komik entsteht« (P4).

Dadurch können Klima-Memes dazu beitragen, das Thema Klimawandel stärker im Alltag zu verankern und einen schnelleren Zugang zu bieten, gerade wenn Nachrichtenlage und Fachdebatten komplex sind:

Es gibt die eine Seite, die dann vielleicht einfach mal die Leute aufmerksam macht [...] auf den Klimawandel [...] und die Memes halten es dann somit auch vielleicht am Leben, gerade bei den jüngeren Generationen. (P1)

Diese durch die Memes induzierte Aufmerksamkeitsleistung lässt sich als Agenda-Setting und Gateway-Effekt einordnen (siehe auch Myers und Hmielowski 2021). Social-Media-Inhalte wie die vorliegenden Memes können Themen-Salienz erhöhen. Memes fungieren hier als Einstiegspunkte in politische bzw. klimawandelbezogene Fragen. Ihre Niederschwelligkeit, Wiedererkennbarkeit und Teilbarkeit begünstigen die schnelle Verbreitung, aus der – bei passender Motivation – weitere tiefergehende Informationssuche entstehen kann. Zugleich bleibt aber kritisch zu bedenken: Aufmerksamkeit ist nicht automatisch Engagement, denn weitergehende Effekte bleiben oft kurzlebig. Im Zusammenspiel mit den zuvor skizzierten Funktionslogiken können Memes jedoch die erste Schwelle überwinden: Sie machen Klimathemen sichtbar, anschlussfähig und diskussionswürdig und eröffnen so kognitive, affektive und verhaltensbezogene Interaktionsmöglichkeiten, über die vertiefte Auseinandersetzung und Beteiligung wahrscheinlicher werden.

3.3 These 2: Memes machen den Klimawandel durch Humor besser greifbar

Aus den Interviews geht hervor, dass Humor eine zentrale Rolle bei der Wahrnehmung und Verarbeitung von Klima-Memes spielt. Eine humorvolle Aufbereitung senkt dabei mögliche Abwehrreaktionen, schafft emotionale Distanz zum ansonsten bedrohlich wahrgenommenen Klimawandel und erleichtert so den Zugang zu den komplexen Inhalten hinter den Memes. In Klima-Memes geschieht das vor allem über die Multimodalität. Besonders die konstruierte Inkongruenz zwischen Bild und Sprache erzeugt häufig eine entlastende Pointe, wobei intertextuelle Referenzen popkulturelles und Plattformwissen einbinden und dadurch den kognitiven Aufwand bei der Rezeption verringern. Im Sinne der Humortheorie (siehe auch Veatch 1998) entsteht so eine entlastende Distanz, weil der Klimawandel als Normverletzung in einem zugleich als scheinbar harmlos wahrnehmbaren Kontext erscheint, ohne dass damit zwangsläufig eine Verharmlosung verbunden ist. Dieser Effekt wird in den Interviews auch als beschwichtigend beschrieben, wobei dem Diskurs rund um den Klimawandel dadurch die Negativität genommen werden kann:

Dann ist es nicht so ein Thema, wovon sich jeder gleich angegriffen fühlt und [...] und vielleicht überhaupt nicht drüber diskutieren will oder so, sondern das vielleicht durch den Humor, das ein bisschen aufgebrochen wird und man sich einfach mehr damit beschäftigt. (P4)

Diese Beobachtung passt zur Idee der »playful politics« (Mortensen und Neumayer 2021, 2367), wonach Memes Politik spielerisch und alltagsnah inszenieren können. Dieser humorvolle Alternativzugang senkt die Zugangshürden zur Thematik, weil er keine Vollständigkeit beansprucht, sondern vielmehr spielerisch dazu einlädt, die präsentierten Informationen zu teilen, zu remixen, ihnen zuzustimmen oder eben auch zu widersprechen. Damit können Memes Diskussionen anheizen und zur Meinungsbildung beitragen, etwa indem sie konflikthafte Fragen in kleine, unterscheidbare Deutungsangebote zerlegen und so Gesprächsanlässe schaffen – auch hier zeigt sich wieder ein gewisses Agenda-Setting-Potenzial. Zugleich erleichtert der humorvolle, teils selbstironische Humorstil einen gewissen Grad an Bewältigung der ansonsten oft überfordernden Faktenlage zum Klimawandel. Dies wird auch in den Interviews deutlich, in denen beschrieben wird, dass Humor ambivalente emotionale Reaktionen erlaubt und zwischen Lachen und Nachdenken vermittelt: »Beim ersten Mal finde ich es lustig, aber im nächsten Moment lässt es mich dann nachdenken« (P7). Darüber hinaus wird Humor als entlastendes Moment beschrieben, das das Thema »ein bisschen aufbricht« und verhindert, dass sich Rezipierende »gleich angegriffen fühlen«, davor zurückschrecken oder nicht diskutieren wollen, wodurch sie sich »einfach mehr damit beschäftigen« (P4).

So können Nutzende Meinungen und Einstellungen benennen, ohne »moralisch« auftreten zu müssen. Bislang weniger mobilisierte Nutzende können so auch einen niedrigschwelligen Einstieg in das Thema finden. Zugleich verweisen einzelne Befragte auf mögliche Grenzen dieses Zugangs: Humor kann trivialisieren, missverstanden werden oder als Deckmantel für problematische Inhalte dienen. Dies zeigt sich etwa dann, wenn humorvolle Darstellungen dazu führen, dass Inhalte »gar nicht mehr so ernst genommen« werden, weil sie »sehr oft in lustigen, witzigen Kontexten präsentiert« werden (P5). Gleichzeitig wird betont, dass humorvolle Darstellungen nur dann als angemessen empfunden werden, wenn sie auf ein tieferliegendes Problem verweisen und nicht Selbstzweck bleiben. Eine befragte Person beschreibt, dass Memes zwar kreativ und unterhaltsam sein können, »aber man sollte auch dahinter erkennen, okay, da geht es um was Wichtiges und das ist nicht nur lustig und haha«, sondern eine humorvolle Kommunikationsform, die »auf ein tieferes, wichtiges Thema hinweist, was man ernst nehmen sollte« (P5). Die Rezeption von Humor hängt entsprechend stark vom Kontext, von individuellen Moralvorstellungen sowie von der Intention hinter der Meme-Erstellung ab (Veatch 1998, 171–175). Entscheidend ist daher auch die Intention beziehungsweise die vermutete Intention seitens der Rezipierenden hinter der Meme-Erstellung (Welche Frames sollen aktiviert oder geblendet werden? Was ist die Intention der Nutzenden?). Im günstigen Fall öffnen Klima-Memes über Humor die Tür: Sie machen das Thema spielerisch greifbar, halten das Thema auf der Agenda und bereiten den Weg für eine vertiefte Auseinandersetzung.

3.4 These 3: Memes inkludieren und exkludieren

Die qualitativen Leitfadeninterviews deuten darauf hin, dass Klima-Memes als Formen sozialer Marker wahrgenommen werden, die Gemeinschaft erzeugen, indem sie auf geteilte kulturelle Kenntnisse, mediale Routinen und gemeinsame Deutungsmuster zurückgreifen. Die 20- bis 30-jährigen Befragten beschreiben Memes als vertraute Ausdrucksform, die Klimathemen im Alltag präsent halten und innerhalb bestimmter sozialer Gruppen Resonanz entfalten können: Sie »halten [den Klimawandel] vielleicht am Leben, gerade bei den jüngeren Generationen« (P1).

Dieser Eindruck beruht wesentlich auf geteilten Codes, die als sozial verbindend wahrgenommen werden können. Wiederkehrende Bildmotive werden als die »gleichen Fotos, die man allgemein kennt von anderen Memes« (P1), beschrieben und als zentraler Bestandteil hervorgehoben, denn gerade darin liege der Witz bei der Sache, dass man »öfter die gleichen Bilder benutzt, nur um es anders zu verstehen« (P1). Diese memetische Praktik des Remixes durch die wiederkehrende Nutzung derselben multimodalen Elemente fungiert dabei als Gruppencode: Wer das Motiv aufgreift, signalisiert Zugehörigkeit und trägt den Code weiter (Shifman 2014). Die multimodale Verfasstheit stärkt außerdem die emotionale Resonanz: Popkulturelle Referenzen, ikonische Bilder und vertraute visuelle oder sprachliche Elemente verankern abstrakte Klimathemen in alltagsnahen, emotional weniger aufgeladenen Kontexten. So entsteht ein niedrigschwelliger, teils auch ambivalenter Raum für spezielle Gruppen oder Communitys, in dem Zustimmung oder Widerstand geteilt werden können. Voraussetzung dafür ist jedoch ein geteilter Wissensstand: »Also man braucht echt die denselben Wissensstand zwischen den Leuten« (P3). Kohärenz entsteht folglich vor allem dort, wo Bild-Text-Kombinationen, Referenzen und Pointen unmittelbar erkannt werden. Memes operieren auf Basis gemeinsamer kultureller Kenntnisse und werden zu Markern kollektiver Identität (Nissenbaum und Shifman 2018, 306). Intertextualität bzw. intertextuelle Referenzen sind dabei nicht nur Beiwerk, sondern Träger der Kohärenz. Solche Referenzen oder gruppenspezifische »Running Gags« schaffen Wiedererkennbarkeit und erleichtern emotionale Resonanz.

Gleichzeitig verdeutlichen die Interviews, dass genau diese Mechanismen auch ambivalent angelegt sein und ausschließen können. Dieselben Codes, die Zugehörigkeit erzeugen, grenzen auch aus, wenn sie nicht verstanden werden (wollen). Wird das erforderliche Vorwissen beispielsweise nicht geteilt, verliert das Meme seine Pointe und damit seine soziale Anschlussfähigkeit. Dies zeigt sich insbesondere bei Memes, die auf räumlich oder politisch spezifisches Wissen rekurren. So wird ein Meme mit dem deutschen Politiker Armin Laschet von einer österreichischen Befragten nicht verstanden, was damit zusammenhängen kann, dass der Kontext außerhalb des eigenen politischen Erfahrungsraumes liegt (vgl. Abb. 1):

Ich kenne mich wirklich nicht ganz so gut in Politik aus. Ich muss sagen, da kenne ich die beiden Personen nicht. Und ich denke, das ist wichtig, um so ein bisschen das Meme dahinter zu verstehen. [...] Es catcht mich halt jetzt nicht so wirklich, weil ich die zwei nicht kenne. (P3)

Ohne Kenntnis der referenzierten Akteur:innen oder Ereignisse funktioniert weder die multimodal angelegte Pointe noch die damit zu assoziierende Bewertung.

Abbildung. 1: Meme mit dem deutschen Politiker Armin Laschet und dem Text »Und dann haben wir ihnen erzählt, der Klimawandel sei schuld«. Quelle: <https://debeste.de/205889/Und-dann-haben-wir-Ihnen-erz-hlt,-der-Klimawandel-sei> (03.02.2025), zuletzt abgerufen am 08.01.2026.



Neben räumlicher Nähe scheint auch das Alter eine zentrale Rolle zu spielen. Mehrere Interviewte verweisen darauf, dass Memes an generationell geprägte Medienpraktiken gebunden seien. So beschreibt eine Befragte, dass ihre Eltern den Zusammenhang von Bild und Text häufig nicht erfassen: »Wenn ich ihnen ein Meme zeige, fragen sie mich, wer da drauf ist oder so. ›Wer ist das? Kennst du den?‹ und checken nicht den Zusammenhang von Bild und Text.« (P5) Memes setzen somit nicht nur spezifisches Vorwissen, sondern auch Erfahrung im Umgang mit digitalen Bild-Text-Formen voraus. Wer mit memetischen Konventionen weniger vertraut ist, bleibt von den geteilten Verstehensmomenten ausgeschlossen.

An diese selektive Verständlichkeit knüpft auch die spezifische Funktionsweise multimodal konstituierten Humors in Memes an. Die Interviews zeigen, dass Humor von den Befragten häufig als Mittel wahrgenommen wird, um Distanz herzustellen und direkte Konfrontation zu vermeiden. So wird beschrieben, dass humorvolle Darstellungen verhindern können, »dass sich jeder gleich angegriffen fühlt« und das Thema dadurch

»ein bisschen aufgebrochen wird« (P4). Gleichzeitig eröffnet dieser Humor Deutungsspielräume, indem Aussagen in einer ambivalenten Schwebelage gehalten werden: Die Überlegung der Rezipierenden, ob der Kerngedanke in einem Meme unter dem Deckmantel des Humors ernst gemeint oder tatsächlich humorvoll betrachtet wird, ermöglicht es den Kommunizierenden, problematische Inhalte gezielt abzuschwächen oder sich Kritik zu entziehen. Auf diese Weise fungieren Humor und seine emotionalen und sozialen Wahrnehmungen als Schutzschild: Problematische Aussagen können relativiert und als »nur ein Scherz« umgedeutet werden, wodurch ihre gesellschaftliche Anschlussfähigkeit erhöht wird (Schmitt et al. 2020, 87).

Diese Kombination aus selektiver Verständlichkeit und humorvoller Ambiguität kann genutzt werden, um gezielt zu inkludieren und zu exkludieren. Memes sind in diesem Sinne als »bonding icons« (Newton et al. 2022, 2) zu verstehen, da sie eine Grenze zwischen In-Group und Out-Group ziehen und individuelle Zugehörigkeiten auf Basis damit verbundener Gruppenidentitäten regulieren. In der memetischen Klimakommunikation kann das von Insider-Jargon über popkulturelle Referenzen bis hin zu visuellen und sprachlichen Frame-Elementen reichen. Die Verwendung von affiliativem Humor schweißt dabei die In-Group zusammen, aggressiver Humor grenzt die Out-Group ab, etwa indem ökologische Verhaltensweisen, Maßnahmen oder spezifische Akteur:innen lächerlich gemacht werden. So tragen Memes zur Legitimierung eigener Haltungen und zur Delegitimierung konkurrierender Positionen bei. Der Rahmen, in dem beispielsweise über Klimapolitik in Memes gesprochen wird, wird spielerisch, aber mit klarer Haltung justiert. Die Effekte solcher sozialen Inklusions- und Exklusionsprozesse sind als ambivalent zu bewerten. Damit steigt das Risiko von Echo-Räumen und Polarisierung, insbesondere wenn Memes stark voraussetzungsreich sind oder aggressive Stile dominieren. Multimodalität kann diese Dynamik verstärken, indem sie Bedeutungen konstruieren kann, die für Eingeweihte eindeutig, für Außenstehende unsichtbar oder unverständlich bleiben.

4 Fazit: Zugänge zur Klimadebatte über Memes

Die vorangegangenen theoretischen Überlegungen und empirischen Befunde verdeutlichen, dass Memes einen alternativen, niedrighschwelligen Zugang zur Klimadebatte bieten, indem sie vor allem die Hürden der individuellen und kollektiven Beteiligung senken. Ihre multimodale Verfasstheit verdichtet komplexe Sachverhalte zu schnell erfassbaren Deutungsformen. Damit gehen Vorteile (z.B. Aufmerksamkeit, Zugänglichkeit) wie auch Nachteile (z.B. Missverständnisse, problematische Nutzung) einher.

Die Befunde zeigen zudem, dass Memes Gemeinschaft und Kohäsion stiften, dabei jedoch auch Grenzen ziehen. Geteilte Codes und intertextuelle Referenzen ermöglichen Zugehörigkeit, können aber Außenstehende exkludieren oder affektive Polarisierung verstärken (Galipeau 2023, 448; Wiggins 2019, 130). Wie bei jeder multimodalen Kommunikation entsteht die individuelle Bedeutungszuschreibung jedoch nicht in den Zeichen selbst, sondern im Aushandlungsprozess zwischen Artefakt und Rezipierenden. Somit sind auch die beschriebenen Rezeptionsprozesse keine feste Eigenschaft des Me-

mes, sondern immer als Ergebnis dieser Zuschreibung zu verstehen (z.B. Bucher 2025, 555).

Auch die Zuschreibung der humorvollen Wirkung von Memes bleibt ein kontextsensibler Prozess, der vor allem von individuellen Normen beeinflusst wird (Veatch 1998, 171–175). Dabei konnte die explorative Pilotstudie trotz der kleinen, lokal begrenzten Stichprobe und der gezielten Auswahl der Stimuli zeigen, dass es im Rezeptionsprozess vor allem dieser multimodal konstruierte Humor ist, der den Klimawandel emotional handhabbarer macht. Er kann Reaktanz reduzieren und Anschlussdiskussionen ermöglichen, ohne den Problemkern zwingend zu verharmlosen. Zudem lässt sich über multimodale Konstruktion gezielt bestimmen, was als Problem gilt, wer Verantwortung trägt und welche Handlungsoptionen plausibel erscheinen (siehe auch Ross und Rivers 2019).

Auch wenn Memes besonders im Zusammenhang mit rechtsextremer Kommunikation gut erforscht sind und sich in diesem Kontext als wichtige Kommunikationsform erweisen (z.B. Schmid et al. 2025), haben sie auch hohes strategisches Potenzial, das sich im Zusammenhang mit Klimakommunikation nutzen lässt. Einerseits können in dezentralen Kampagnen *bottom-up* durch die Ko-Orientierung der Nutzenden memetische Muster emergieren, die Themen wie dem Klimawandel Sichtbarkeit verleihen und individuelle Meme-Adaption zu einer wahrnehmbaren Öffentlichkeit bündeln. Andererseits lassen sich Memes auch intentional *top-down* zur Aufmerksamkeitssteigerung und zur Persuasion etwa durch politische Akteur:innen oder Parteien nutzen. Normativ betrachtet, können beide Ansätze der evidenzbasierten Klimadebatte und entsprechendem Handeln zuträglich sein, zugleich können Memes aber ebenso von klimaskeptischen oder wissenschaftsfeindlichen Öffentlichkeiten eingesetzt werden, um Gemeinschaft zu stiften, Gegenöffentlichkeiten zu stabilisieren und klimaskeptische Narrative zu verstärken. In Meme-Communities wie in der Forschung herrscht dabei allerdings Uneinigkeit darüber, welche politische (Extrem-)Positionen »erfolgreicher« in ihrer memetischen Kommunikation zu betrachten sind (Merrill et al. 2025, 3950). Auch die Antwort auf die Frage, inwiefern sich konkrete Einstellungs- und Verhaltensänderungen durch memetische Klimakommunikation anstoßen lassen oder gar mit ihr einhergehen, bleibt weiterer Forschung vorbehalten. Dies gilt ebenso für die Frage, inwieweit sich memetische Muster jenseits intentionaler und emergenter Prozesse durch die Partizipation zahlreicher Nutzer:innen nahezu selbst organisieren.

In der Zusammenschau unterstreicht die vorliegende Pilotstudie die Ambivalenz von memetischer Kommunikation. So macht der Beitrag plausibel, dass Klima-Memes informieren, motivieren und binden, aber auch trivialisieren, polarisieren oder problematische Inhalte kaschieren können. Dabei gilt speziell für die Klimadebatte: Aufmerksamkeit allein reicht nicht. Nachhaltige wünschenswerte Effekte werden nur erreicht, wenn Memes konkrete Anschlussoptionen bieten wie etwa die weiterführende Informationssuche oder die konkrete politische Beteiligung auch jenseits der Sozialen Medien.

5 Literatur

- Barth, Christof und Katharina Christ. »Argumentieren mit Bildern? Plädoyer für eine rezeptionsorientierte Perspektive.« *Visual Literacy: Bildkompetenzen in den digitalen Medien*, hg. von Wolfgang Reißmann, Rebecca Venema, Ulla Autenrieth und Niels Brüggemann., Herbert von Halem Verlag, 2025, S. 56–78.
- Bennett, W. Lance und Alexandra Segerberg. »The Logic of Connective Action. Digital Media and the Personalization of Contentious Politics.« *Information Communication & Society*, Bd. 15, Nr. 5, 2012, S. 739–768, doi:10.1080/1369118x.2012.670661.
- Benoit, Laelia, Sarah R. Lowe, Isaiah Thomas, Doron Amsalem und Andrés Martin. »Climate Change Hopefulness, Anxiety, and Behavioral Intentions among Adolescents: Randomized Controlled Trial of a Brief ›Selfie‹ Video Intervention.« *Child and Adolescent Psychiatry and Mental Health*, Bd. 19, Nr. 1, 2025, S. 1–12, doi:10.1186/s13034-025-00872-x.
- Bucher, Hans-Jürgen. »Insights into the Black Box of Multimodal Meaning-Making: Investigating the Reception of Multimodality Empirically.« *Visual Communication*, Bd. 24, Nr. 3, August 2025, S. 543–569, doi:10.1177/14703572251335833.
- Bucher, Hans-Jürgen, Bettina Boy und Katharina Christ. *Audiovisuelle Wissenschaftskommunikation auf YouTube: Eine Rezeptionsstudie zur Vermittlungsleistung von Wissenschaftsvideos*. Springer VS, 2022, doi:10.1007/978-3-658-35618-7.
- Bucher, Hans-Jürgen. »Multimodalität als Herausforderung für die Visuelle Kommunikationsforschung.« *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung*, hg. von Katharina Lobinger, Springer VS, 2019, S. 651–677, doi:10.1007/978-3-658-06508-9_31.
- Bülöw, Lars und Michael Johann. »Effects and Perception of Multimodal Recontextualization in Political Internet Memes. Evidence from two Online Experiments in Austria.« *Frontiers in Communication*, Bd. 7, 2023, S. 1–19, doi:10.3389/fcomm.2022.1027014.
- Bülöw, Lars, Marie-Luis Merten und Michael Johann. »Internet-Memes als Zugang zu multimodalen Konstruktionen.« *Zeitschrift für Angewandte Linguistik*, Bd. 69, 2018, S. 1–32, doi:10.1515/zfal-2018-0015.
- Cervi, Laura und Tom Divon. »Playful Activism: Memetic Performances of Palestinian Resistance in TikTok #Challenges.« *Social Media + Society*, Bd. 9, Nr. 1, 2023, S. 1–13, doi:10.1177/20563051231157607.
- Christ, Katharina. *Verschörungstheorien im Videoformat: Multimodale Kommunikationsmuster in deutschsprachigen YouTube-Videos zur COVID-19-Pandemie*. De Gruyter, 2025, doi:10.1515/9783111608938.
- Dancygier, Barbara und Lieven Vandelanotte. »Internet Memes as Multimodal Constructions.« *Cognitive Linguistics*, Bd. 28, Nr. 3, 2017, S. 565–598, doi:10.1515/cog-2017-0074.
- Davison, Patrick. »The Language of Internet Memes.« *The Social Media Reader*, hg. von Michael Mandiberg, New York University Press, 2012, S. 120–134.
- Dawkins, Richard. *The Selfish Gene*. Oxford University Press, 1976.
- Duchscherer, Katie M. und John F. Dovidio. »When Memes are Mean: Appraisals of and Objections to Stereotypic Memes.« *Translational Issues in Psychological Science*, Bd. 2, Nr. 3, 2016, S. 335–345, doi:10.1037/tps0000080.

- Dynel, Marta. »I Has Seen Image Macros! Advice Animals Memes as Visual-Verbal Jokes.« *International Journal of Communication*, Bd. 10, 2016, S. 660–688.
- Forabosco, Giovannantonio. »Cognitive Aspects of the Humor Process: The Concept of Incongruity.« *Humor – International Journal of Humor Research*, Bd. 5, Nr. 1–2, 1992, S. 45–68, doi:10.1515/humr.1992.5.1-2.45.
- Galipeau, Thomas. »The Impact of Political Memes: A Longitudinal Field Experiment.« *Journal of Information Technology & Politics*, Bd. 20, Nr. 4, 2023, S. 437–453, doi:10.1080/19331681.2022.2150737.
- Grice, H. Paul. »Logic and Conversation.« *Syntax and Semantics*, hg. von Peter Cole and Jerry L. Morgan, Bd. 3 »Speech Acts«, Academic Press, 1975, S. 41–58, doi:10.1163/9789004368811_003.
- Gurr, Gwendolin und Julia Metag. »Fatigued by Ongoing News Issues? How Repeated Exposure to the Same News Issue Affects the Audience.« *Mass Communication & Society*, Bd. 25, Nr. 4, 2022, S. 578–599, doi:10.1080/15205436.2021.1956543.
- Heintz, Sonja und Willibald Ruch. »Can Self-Defeating Humor Make You Happy? Cognitive Interviews Reveal the Adaptive Side of the Self-Defeating Humor Style.« *Humor – International Journal of Humor Research*, Bd. 31, Nr. 3, 2018, S. 451–472, doi:10.1515/humor-2017-0089.
- Huntington, Heidi E. »Partisan Cues and Internet Memes: Early Evidence for Motivated Skepticism in Audience Message Processing of Spreadable Political Media.« *Atlantic Journal of Communication*, Bd. 28, Nr. 3, 2020, S. 194–208, doi:10.1080/15456870.2019.1614589.
- Johann, Michael und Lars Bülow. »One Does Not Simply Create a Meme: Conditions for the Diffusion of Internet Memes.« *International Journal of Communication*, Bd. 13, 2019b, S. 1720–1742.
- Johann, Michael und Lars Bülow. »Politische Internet-Memes. Erschließung eines interdisziplinären Forschungsfeldes.« *Politische Internet-Memes. Theoretische Herausforderungen und empirische Befunde*, hg. von Lars Bülow und Michael Johann, Frank & Timme, 2019a, S. 13–40.
- Johann, Michael, Lukas Höhnle und Jana Dombrowski. »Fridays for Future and Mondays for Memes: How Climate Crisis Memes Mobilize Social Media Users.« *Media and Communication*, Bd. 11, Nr. 3, 2023, S. 226–237, doi:10.17645/mac.v11i3.6658.
- Johann, Michael. »Political Participation in Transition: Internet Memes as a Form of Political Expression in Social Media.« *Studies in Communication Sciences*, Bd. 22, Nr. 1, 2022, S. 149–164, doi:10.24434/j.scoms.2022.01.3005.
- Kristeva, Julia. *Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art*. Columbia University Press, 1980.
- Leiser, Anne. »Psychological Perspectives on Participatory Culture: Core Motives for the Use of Political Internet Memes.« *Journal of Social and Political Psychology*, Bd. 10, Nr. 1, 2022, S. 236–252, doi:10.5964/jssp.6377.
- Lobinger, Katharina. *Visuelle Kommunikationsforschung. Medienbilder als Herausforderung für die Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Springer VS, 2012, doi:10.1007/978-3-531-93480-8.

- Lu, Hang. »The Role of Repeated Exposure and Message Fatigue in Influencing Willingness to Help Polar Bears and Support Climate Change Mitigation.« *Science Communication*, Bd. 44, Nr. 4, 2022, S. 475–493, doi:10.1177/10755470221105068.
- Martin, Rod A., Patricia Puhlik-Doris, Gwen Larsen, Jeanette Gray und Kelly Weir. »Individual Differences in Uses of Humor and their Relation to Psychological Well-Being: Development of the Humor Styles Questionnaire.« *Journal of Research in Personality*, Bd. 37, Nr. 1, 2003, S. 48–75, doi:10.1016/S0092-6566(02)00534-2.
- Merrill, Samuel, Mattias Gardell und Simon Lindgren. »How ›the left‹ Meme: Analyzing Taboo in the Internet Memes of r/DankLeft.« *New Media & Society*, Bd. 27, Nr. 7, 2025, S. 3950–3972, doi:10.1177/14614448241232144.
- Michaele D. Myers und Jay D. Hmielowski. »Laugh, but Don't Seek: A Reassessment of the Gateway Hypothesis.« *International Journal of Communication*, Bd. 15, 2021, S. 4420–4442.
- Mihăilescu, Mihaela-Georgiana. »Never Mess with the ›Memers‹: How Meme Creators are Redefining Contemporary Politics.« *Social Media + Society*, Bd. 10, Nr. 4, 2024, S. 1–18, doi:10.1177/20563051241296256.
- Ryan M. Milner. »Pop Polyvocality: Internet Memes, Public Participation, and the Occupy Wall Street Movement.« *International Journal of Communication*, Bd. 7, 2013, S. 2357–2390.
- Molina, Maria D. »What Makes an Internet Meme a Meme? Six Essential Characteristics.« *Handbook of Visual Communication*, hg. von Sheree Josephson, James Kelly und Ken Smith, Routledge, 2020, S. 380–394, doi:10.4324/9780429491115-35.
- Mortensen, Mette und Christina Neumayer. »The Playful Politics of Memes.« *Information Communication & Society*, Bd. 24, Nr. 16, 2021, S. 2367–2377, doi:10.1080/1369118X.2021.1979622.
- Müller, Marion G. und Stephanie Geise. *Grundlagen der visuellen Kommunikation. Theorieansätze und Analysemethoden 2.*, völlig überarbeitete Auflage, Francke, 2015.
- Newton, Giselle, Michele Zappavigna und Christy E. Newman. »More than Humor: Memes as Bonding Icons for Belonging in Donor-Conceived People.« *Social Media + Society*, Bd. 8, Nr. 1, 2022, S. 1–13, doi:10.1177/20563051211069055.
- Nissenbaum, Asaf und Limor Shifman. »Internet Memes as Contested Cultural Capital: The Case of 4chan's/b/Board.« *New Media & Society*, Bd. 19, Nr. 4, 2018, S. 483–501, doi:10.1177/1461444815609313.
- Ntouvli, Vinicio und Jarret Geenen. »›Ironic Memes‹ and Digital Literacies: Exploring Identity through Multimodal Texts.« *New Media & Society*, Bd. 27, Nr. 3, 2023, S. 1193–1211, doi:10.1177/14614448231189801.
- O'Dowd, Niamh A. »The Potential of Creative Uses of Metonymy for Climate Protest.« *Discourse & Society*, Bd. 35, Nr. 3, 2024, S. 360–380, doi:10.1177/09579265231222005.
- Oakley, Todd und Esther Pascual. »Conceptual Blending Theory.« *The Cambridge Handbook of Cognitive Linguistics*, hg. von Barbara Dancygier, Cambridge University Press, 2017, S. 423–448, doi:10.1017/9781316339732.027.
- Rodríguez-Ferrándiz, Raúl, Cande Sánchez-Olmos und Tatiana Hidalgo-Marí. »For the Sake of Sharing. Fake News as Memes.« *Information Disorder. Algorithms and Society*, hg. von Michael Filimowicz, Routledge, 2023, S. 46–68, doi:10.4324/9781003299936-3.

- Ross, Andrew S. und Damian J. Rivers. »Internet Memes, Media Frames, and the Conflicting Logics of Climate Change Discourse.« *Environmental Communication*, Bd. 13, Nr. 7, 2019, S. 975–994, doi:10.1080/17524032.2018.1560347.
- Salomon, Erika, Jesse L. Preston und Melanie B. Tannenbaum. »Climate Change Helplessness and the (De)Moralization of Individual Energy Behavior.« *Journal of Experimental Psychology Applied*, Bd. 23, Nr. 1, 2017, S. 15–28, doi:10.1037/xap0000105.
- Schmid, Ursula K., Heidi Schulze und Antonia Drexel. »Memes, Humor, and the Far Right's Strategic Mainstreaming.« *Information Communication & Society*, Bd. 28, Nr. 4, 2025, S. 537–556, doi:10.1080/1369118x.2024.2329610.
- Schmitt, Josephine B., Danilo Harles und Diana Rieger. »Themen, Motive und Mainstreaming in rechtsextremen Online-Memes.« *Medien & Kommunikationswissenschaft*, Bd. 68, Nr. 1–2, 2020, S. 73–93, doi:10.5771/1615-634x-2020-1-2-73.
- Shehata, Adam, Johannes Johansson, Bengt Johansson und Kim Andersen. »Climate Change Frame Acceptance and Resistance: Extreme Weather, Consonant News, and Personal Media Orientations.« *Mass Communication & Society*, Bd. 25, Nr. 1, 2022, S. 51–76, doi:10.1080/15205436.2021.1967998.
- Shifman, Limor. *Memes in Digital Culture*. The MIT Press, 2014, doi:10.7551/mitpress/9429.001.0001.
- Stieger, Stefan, Anton K. Formann und Christoph Burger. »Humor Styles and their Relationship to Explicit and Implicit Self-Esteem.« *Personality and Individual Differences*, Bd. 50, Nr. 5, 2011, S. 747–750, doi:10.1016/j.paid.2010.11.025.
- Taecharungroj, Viriya und Pitchanut Nueangjamnong. »Humour 2.0: Styles and Types of Humour and Virality of Memes on Facebook.« *Journal of Creative Communications*, Bd. 10, Nr. 3, 2015, S. 288–302, doi:10.1177/0973258615614420.
- Torres-Marín, Jorge, Ginés Navarro-Carrillo, Michael Eid und Hugo Carretero-Dios. »Humor Styles, Perceived Threat, Funniness of COVID-19 Memes, and Affective Mood in the Early Stages of COVID-19 Lockdown.« *Journal of Happiness Studies*, Bd. 23, Nr. 6, 2022, S. 2541–2561, doi:10.1007/s10902-022-00500-x.
- Veatch, Thomas C. »A Theory of Humor.« *Humor – International Journal of Humor Research*, Bd. 11, Nr. 2, 1998, S. 161–216, doi:10.1515/humr.1998.11.2.161.
- Wiggins, Bradley E. *The Discursive Power of Memes in Digital Culture: Ideology, Semiotics, and Intertextuality*. Routledge, 2019, doi:10.4324/9780429492303.
- Wildfeuer, Janina, John Bateman und Tuomo Hiippala. *Multimodalität: Grundlagen, Forschung und Analyse – Eine problemorientierte Einführung*. De Gruyter, 2020, doi:10.1515/9783110495935.
- Yao, Yuan und Zhujun Dai. »Climate Change News Exposure, First and Third-Person Effects, and Eco-Anxiety in the Chinese General Population: A Moderation Model.« *BMC Psychology*, Bd. 13, Nr. 1, 2025, S. 1–15, doi:10.1186/s40359-025-02773-2.
- Yus, Francisco. »Multimodality in Memes: A Cyberpragmatic Approach.« *Analyzing Digital Discourse. New Insights and Future Directions*, hg. von Patricia Bou-Franch und Pilar Garcés-Conejos Blitvich, Palgrave Macmillan, 2019, S. 105–131, doi:10.1007/978-3-319-92663-6_4.