

Grant Kien: Communicating with Memes. Consequences in Post-Truth Civilization

London: Lexington Books 2019, 272 S., ISBN 9781498551335, EUR 100,60

In *Communicating with Memes* untersucht Grant Kien, wie sich Kommunikation im digitalen Zeitalter zu einer „memetic communication“ (S.xi) gewandelt hat und welche Konsequenzen daraus erwachsen sind. Insgesamt 14 solcher Konsequenzen zeigt der Autor im Verlauf seines Buches auf.

Nach einer allgemeinen Einleitung leitet Kien im ersten Kapitel den Begriff „meme“ (S.5) historisch her, der seinen Ursprung in dem populärwissenschaftlichen Buch *The Selfish Gene* von Richard Dawkins hat (Oxford/New York: Oxford University Press, 1976). In Analogie zur Genetik beschreibt der bekannte Evolutionsbiologe und Atheist darin, dass sich Kultur (z. B. Religion) wie ein Virus von Mensch zu Mensch übertrage. Statt diese höchstproblematische – weil reduktionistische und deterministische – Annahme zu hinterfragen, schließt Kien unkritisch an Dawkins populärwissenschaftliche Thesen an. Kien behauptet sogar: „there has been little to no disagreement that the memetic behavior Dawkins described seems to be precisely how reproduction and evolution works in digital environments“ (S.6). Dass diese Aussage schlichtweg falsch ist, dass *memes* im Sinne Dawkins nicht dasselbe sind oder sein müssen wie Internet-Memes, haben einschlägige Autor_innen wie Limor Shifman, Whitney Phillips

und Henry Jenkins bereits ausführlich zeigen können (siehe beispielsweise Shifman, Limor: „Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker.“ In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 18, 2013, S. 362–377).

Epistemologisch führt Dawkins Theorie zu dem Problem, dass alles Menschengemachte – also Kultur per se – als *meme* gelten kann. Diese fehlende Differenzierung spiegelt sich in Kiens Buch wider. Bei den 14 Konsequenzen, die jeweils ein eigenes Kapitel einnehmen, entsteht häufig der Eindruck, dass es in der Argumentation gar nicht mehr um Internet-Memes beziehungsweise „media memes“ (S.1) geht, sondern um andere Themen wie Pornographie (vgl. S.58), Menschenhandel (vgl. S.85) oder Identitätsdiebstahl (vgl. S.135). Aufgrund dieser thematischen Verwässerung ist nicht nachvollziehbar, was alles als memetische Kommunikation verstanden werden soll, und insofern, worauf die 14 Konsequenzen überhaupt genau abzielen. Diese begriffliche Unschärfe zeigt sich beispielsweise im vierten Kapitel, wo wahllos zwischen den Begriffen „memetic communication“ (S.61) und „mimetic communication“ (ebd.) hin und her gewechselt wird.

Erst gegen Ende des Buches stehen drei Kapitel heraus, die zwar die

begrifflichen Ungenauigkeiten nicht lösen können, aber zumindest das eigentliche Buchthema bedienen. In Kapitel 12 beschreibt Kien die Konsequenzen von Rassismus, Antisemitismus und Misogynie, die durch Internet-Memes transportiert werden. Beispielsweise nutzen Antisemit_innen eine codierte Sprache, sogenannte „dog whistles“ (S.177), um sich ungestört im Internet austauschen zu können. In Kapitel 13 führt Kien diesen Gedanken weiter am Beispiel des Internet-Memes *Pepe the Frog* aus, das von 4chan-Nutzer_innen für Zwecke der rechtsradikalen Alt-Right-Bewegung angeeignet wurde. Kien adressiert die spannende und wichtige Frage, inwieweit es sich bei der ‚Nazifizierung‘ um einen Akt des Trollens handelt, um das beliebte Internet-Meme der Mainstream-Kultur zu entziehen oder stattdessen um gezielte ‚Hundepfeifen-Politik‘ von Rechtsextremist_innen. „If accused of racism, users could hide behind the defense of sarcastic humor“ (S.189). In Kapitel 14 führt Kien dann die „tactic of aesthetic ‚détournement‘“ (S.197) aus, die bei Internet-Memes häufig zum

Einsatz kommt. Es handelt sich um eine Form der bildlichen Satire, die darauf abzielt, das kapitalistische System und seine Medienkultur gegen sich selbst zu richten. Im Anhang des Buches stellt Kien einen „User’s Guide to Détournement“ (S.229) zur Verfügung, der in sieben Schritten erklärt, wie Détournement praktiziert wird. Der Anhang bietet darüber hinaus einen pointierten, wenngleich linearisierten Überblick zu der Geschichte der Social Media und der *meme culture*.

In *Communicating with Memes* geht es nicht direkt um die Kommunikation mit Internet-Memes, wie beispielsweise „image macro[s]“ (S.6), sondern um Online-Kommunikation im Allgemeinen, von Crowdfunding über Cybermobbing bis hin zu Online-Aktivismus. Bis auf wenige Ausnahmen verliert Kien das eigentliche Thema des Buches weitgehend aus dem Blick, weshalb *Communicating with Memes* nur wenig neue Erkenntnisse für die Internet-Meme-Forschung bereithält.

Kevin Pauliks (Marburg)