Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung
HERBERT VON HALEM VERLAG
Heft 1/2023, S. 6-32
6. Jahrgang
ISSN 2569-152X
DOI: 10.1453/2569-152X-12023-12952-de

Aufsatz

Martina Thiele und Tanja Thomas

Echt jetzt?! Sophie Scholl auf Instagram

Eine Analyse des journalistischen Diskurses

***Abstract*: Der Beitrag untersucht den journalistischen Diskurs über das vom Südwestrundfunk (SWR) und Bayerischen Rundfunk (BR) initiierte Instagram-Projekt @ichbinsophiescholl. Das Projekt basiert auf einer Fiktion: Es lässt die Widerstandskämpferin Sophie Scholl in den letzten Monaten vor ihrer Verhaftung und Ermordung 1943 die Social-Media-Plattform Instagram nutzen. Dieses Gedankenspiel und seine Umsetzung im Jahr 2021 sorgten für große mediale Aufmerksamkeit, zumal zwischenzeitlich mehr als 900.000 zumeist junge Leute Sophie Scholl, dargestellt von Luna Wedler, auf Instagram folgten. Die PR-Abteilungen von SWR und BR kommunizierten die Zahl der Follower:innen und die umfangreiche Berichterstattung als enormen Erfolg und Bestätigung ihres Ansatzes, Jugendliche zu erreichen. Die Analyse rekonstruiert diskursive Muster, Diskursstränge und Diskurspositionen in der Berichterstattung über das Projekt vom 1. Mai 2021 bis 30. Juli 2022. Angesichts der Befunde diskutieren wir, inwieweit ›der‹ Journalismus seiner öffentlichen Aufgabe und den verschiedenen ihm zugewiesenen Funktionen gerecht geworden ist.**

Keywords: Sophie Scholl, Instagram, Öffentlich-rechtlicher Rundfunk, Digitalisierungs-Offensive, Kritische Diskursanalyse, Geschichtsjournalismus

1. Erinnern 2021: Das Projekt @ichbinsophiescholl

Die historische Figur Sophie Scholl hat diverse künstlerische Auseinandersetzungen mit ihrer Person und der Frage nach Widerstand in der Diktatur inspiriert; es gibt Spielfilme und Dokumentationen, Theaterstücke, Biografien

und Ausstellungen. Zunehmend findet die Beschäftigung mit historischen Themen, mit Nationalsozialismus und Holocaust, dem Zweiten Weltkrieg und Widerstand digital statt, zum einen, weil es technisch möglich ist, zum anderen, weil kaum noch Zeitzeug:innen direkt berichten können – eine Tatsache, die in der Erinnerungs- und Gedächtnisforschung den Übergang vom kommunikativen zum kulturellen Gedächtnis (vgl. ASSMANN 1992; ERLL 2017: 109f.) markiert. In aktuellen Beiträgen zur Digitalisierung der Erinnerung wird diskutiert, ob andere Akteur:innen, die eben nicht als Zeitzeug:innen erinnern – Wulf Kansteiner spricht von »posthumanen Hybriden« (2020: 426) – losgelöst(er) von historischer Erinnerung wieder das kommunikative Erinnern privilegieren. Denn aktuell deutet sich an und das gilt auch für @ichbinsophiescholl: »Soziale Erinnerungsprozesse sind mehr kommunikativ als kulturell geprägt (pace Jan Assmann) und orientieren sich weniger an historischer Erinnerung« (ebd.). Zugleich seien diese posthumanen Hybriden »auf Vergesellschaftung im Netz angewiesen« (ebd.).

Zum 100. Geburtstag von Sophie Scholl (9. Mai 1921-22. Februar 1943) startete ein Kooperationsprojekt des Südwestrundfunks (SWR) und des Bayerischen Rundfunks (BR)[1], das medial große Aufmerksamkeit erhielt.

Abbildung 1
»Stell Dir vor, Sophie Scholl ist auf Instagram«

Quelle: Instagram Projekt @ichbinsophiescholl von SWR/BR (https://www.instagram.com/ichbinsophiescholl/?hl=de)

1 Produktionspartner:innen sind zudem Sommerhaus Serien und VICE Media. Für die Konzeption ist Unframed Productions mitverantwortlich.

Die beiden öffentlich-rechtlichen Sender nutzten die zum Meta-Konzern gehörende Plattform Instagram, um vor allem junge Menschen zu erreichen und für Zeitgeschichte zu interessieren. Dafür wurden seit Mai 2021 die letzten zehn Lebensmonate Sophie Scholls als Instagram-Stories nachgezeichnet und der Alltag einer jungen Frau, die im deutschsprachigen Raum wie kaum eine andere Person für den Widerstand gegen den Nationalsozialismus steht, in »Echtzeit-Fiktion« in Szene gesetzt. Bis zum 18. Februar 2022, dem Tag, an dem Sophie Scholl vor dann 79 Jahren verhaftet wurde, konnten Follower:innen mit Sophie Scholl als Bloggerin – verkörpert von der Schweizer Schauspielerin Luna Wedler – chatten.

Am 26. April 2021 informiert die PR-Abteilung des SWR auf verschiedenen Kanälen über den bevorstehenden Start des Instagram-Projekts zu Sophie Scholl. Ein Werbeslogan lautet: »Stell Dir vor es ist 1942 auf Instagram …«. (Instagram 2021) Auf der SWR-Internet-Seite beantworten die Öffentlichkeitsarbeiter:innen Fragen, von denen sie annehmen, dass sie demnächst oft gestellt werden. So lautet die Antwort auf die Frage »Was ist @ichbinsophiescholl?«: »Ein innovatives Projekt von SWR und BR, das Geschichte lebendig macht.« Auch kritische Fragen wie »Sind Sophies Posts historisch nachprüfbar«, »Sind ihre Gefühle historisch belegbar?«, »Kann man über Instagram Geschichte vermitteln« nimmt die SWR-PR vorweg und beantwortet sie im Sinne des Projekts, dass alles bedacht, alles bewusst so entschieden wurde. Und sollte eine Frage noch nicht beantwortet sein, »dann schreib uns an teamsoffer@SWR.de« (SWR o.J. a).

Unmittelbar vor und gleich nach Start des Projekts am 4. Mai 2021 ist in nahezu allen Zeitungen dazu etwas zu lesen. Die Textsorten und -längen reichen von der dpa-Meldung bis zu umfangreichen Berichten. Die Überschriften deuten auf ein breites Spektrum von Begeisterung über sachliche Information bis hin zu Ablehnung. Des Öfteren zu lesen ist: »Sophie Scholl auf Instagram« (N.N., *Abendzeitung*, 06.05.2021), die österreichische Tageszeitung *Die Presse* fügt noch hinzu: »Fehl am Platz oder sinnvolle Sache?« (Goldenberg, *Die Presse*, 06.05.2022). Die ambivalenten Gefühle gegenüber dem Projekt sind durch die Frageform und das Aufrufen von Gegensätzen erkennbar: »Was würdest du tun, Sophie?« (Thomann, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 02.05.2021), »Gelungen oder geschmacklos?« (N.N., *stern*, 05.05.2022), »Verehrt und vereinnahmt« (N.N., *Die Welt*, 06.05.2021).

Die Vielfalt der Bezeichnungen für Sophie Scholl zeugt von unterschiedlichen Perspektiven und Positionen und belegt, dass in der Berichterstattung sowohl die historische Figur Sophie Scholl als auch die Medienfigur verhandelt werden: Sophie Scholl wird als »Widerstandskämpferin« (Ruep, *Der Standard*, 05.05.2021) und »Seele des Widerstands« (Dieckmann, *Salzburger Nachrichten*, 08.05.2021) bezeichnet, als »größte weibliche Ikone Deutschlands« (Rodek, *Die Welt*, 06.05.2021), »Mensch und kein Mythos« (Ufer, *Sächsische Zeitung*, 08.05.2021) und

als »Hitlerjugendmädchen« (Gottschalk, *NZZ*, 07.05.2021), zudem als »Heldin mit Handy« (Iken/Gunkel, *Der Spiegel,* 08.05.2021), »Influencerin« (Weise, *Kurier*, 09.05.2021) sowie »Insta-Freundin« (Hespers, *Übermedien*, 28.05.2021).

Aufgeschlossenheit gegenüber dem Projekt ist in Überschriften erkennbar wie »Warum wir alle Sophie Scholl auf Instagram folgen sollten« (Rondot, *Fudder*, 07.05.2022), »Wie Sophie Scholl auf Instagram lebendig wird« (Weyerer, *Augsburger Allgemeine*, 06.05.2021), »Das Potenzial der sozialen Medien: Instagram und Co sind nicht nur oberflächlich. Das Sophie-Scholl-Projekt beweist es« (Kufferath, *Rheinische Post*, 17.05.2022) oder »Geschichtsunterricht funktioniert auch auf Instagram« (Stauffacher, *NZZ*, 24.05.2021).

Abwägend bis kritisch äußert sich nach der ersten Welle der Berichterstattung der Kulturwissenschaftler und Publizist Georg Seeßlen im *Freitag*. Er hält das Projekt für »zu Recht umstritten« und fragt: »Taugen soziale Medien zur Aufbereitung von Erinnerungskultur?« (Seeßlen, *der Freitag*, 22.05.2021). Nora Hespers artikuliert Skepsis gegenüber dem »heiklen Spiel mit einer historischen Figur« (Hespers, *Übermedien*, 28.05.2021), Andreas Bernard greift in seiner *Zeit*-Kolumne die PR-Slogans des SWR auf und fragt sarkastisch, ob das Projekt mit »Selfies vom Schafott« enden wird (Bernard, *Die Zeit*, 02.06.2022).

Nach diesem ersten Eindruck, den die Überschriften der Beiträge zu Beginn des Projekts im Mai 2021 vermitteln, wird im Folgenden die Auswahl der Beiträge erläutert, um danach ausführlicher auf diskursive Muster, Diskursfragmente und -stränge sowie Diskurspositionen der beteiligten Akteur:innen einzugehen. Abschließend widmen wir uns der Frage, welchen Beitrag Journalist:innen durch die Berichterstattung über @ichbinsophiescholl zur diskursiven Selbstverständigung über deutsche Geschichte und ihre medialen Repräsentationen geleistet haben.

2. Diskursanalyse und Textkorpus

Die Diskursanalyse ist inzwischen in der Kommunikations- und Medienwissenschaft angekommen (vgl. Wiedemann/Lohmeier 2019; Pentzold 2020). Unterschiedliche Ansätze und Varianten, zumeist orientiert an Michel Foucaults Diskurstheorie, bereichern die qualitative Forschung zu Diskursen in und über Medien. Die von Margarete und Siegfried Jäger vertretene Kritische Diskursanalyse (KDA) zielt darauf ab, das Zustandekommen aktuell gültigen Wissens, seine Weitergabe sowie Funktion für die Konstituierung von Gesellschaft und Subjekten zu untersuchen. Das Medienprojekt @ichbinsophiescholl wurde gestartet, so die verantwortlichen Macher:innen, um Geschichtswissen zu vermitteln und insbesondere Jugendliche über Widerstand im Nationalsozialismus zu informieren. An diesem Anspruch müssen sich die Initiator:innen des Projekts ebenso

messen lassen wie Journalist:innen, die über Geschichtsthemen und die Aktualisierung von Geschichte durch @ichbinsophiescholl schreiben. Denn nicht nur die Projektverantwortlichen, sondern auch Journalist:innen sind in einer machtvollen Position. Sie sind, wie Barbie Zelizer (1992) betonte, »memory agents«, da ihnen als Akteur:innen und dem Journalismus als gesellschaftlicher Institution Autorität und kommunikative Macht hinsichtlich der Deutung gesellschaftlich relevanter Ereignisse zukommt. Die Erinnerungs- und die Journalismusforschung wenden sich nun nach einigen Appellen (prominent Zelizer 2008) dem lange vernachlässigten Thema des Verhältnisses von Journalismus und gesellschaftlicher Erinnerung sowie der Frage zu, »welchen Beitrag Journalismus zum Prozess gesellschaftlichen Erinnerns und zur Konstruktion von kollektiver Erinnerung leistet« (OFFERHAUS/TRÜMPER 2023: 174).

Die Diskursanalyse, die den Zusammenhang von Macht/Wissen erkundet und einer Kritik unterzieht, ist aus unserer Sicht die geeignete Methode, den sich in der journalistischen Berichterstattung manifestierenden Diskurs über die Aktualisierung der Vergangenheit zu gegenwärtigen Zwecken zu untersuchen. Das konkrete methodische Vorgehen bei einer Kritischen Diskursanalyse hängt von der jeweiligen Fragestellung und dem Untersuchungsgegenstand ab (vgl. M. JÄGER 2019: 75). Im Vergleich zur Inhaltsanalyse ist die KDA weniger regelgeleitet und weniger auf Repräsentativität sowie Objektivität zielend. Es handelt sich um ein offenes Konzept, dennoch gibt es Vorschläge zum Ablauf einer Diskursanalyse und zur inhaltlichen Strukturierung des Untersuchungsmaterials. Wir orientieren uns für die Untersuchung des journalistischen Diskurses über @ichbinsophiescholl weitgehend an den Begriffsdefinitionen Siegfried Jägers (2001) und seinem »Kleinen Werkzeugkasten« mit Hinweisen zur Durchführung von Diskursanalysen.

Im Zentrum der Untersuchung steht die journalistische Berichterstattung über das Projekt »Sophie Scholl auf Instagram«. Diskursanalytisch untersucht wurden 98 Artikel, die im Zeitraum vom 1. Mai 2021 bis 30. Juli 2022 in deutschsprachigen Medien erschienen sind und in denen das Projekt @ichbinsophiescholl nicht nur erwähnt, sondern ausführlicher auf seine Intention, Machart und Resonanz eingegangen wird. Erhoben wurde, wann und wo der Beitrag publiziert wurde, wer ihn verfasst hat, auf wen und welche Quellen sich die Autor:innen beziehen und welche wertenden Aussagen sie treffen. Des Weiteren interessiert, wie PR-determiniert, kritisch, homogen oder vielfältig berichtet wurde und welchen Stellenwert geschichtspolitische, medienethische und -ökonomische Zusammenhänge in der journalistischen Auseinandersetzung mit dem öffentlich-rechtlichen Projekt erhalten.

Der Textkorpus mit 98 Beiträgen aus deutschsprachigen Zeitungen und Zeitschriften (Print- und Onlineausgaben) wurde mit Hilfe von Suchmaschinen und Datenbankrecherchen (Google, APAdefacto, Nexis Uni) zusammengestellt. Suchbegriffe waren Sophie Scholl + Instagram, der Erhebungszeitraum umfasste

15 Monate, ging also über das Ende des Instagram-Projektes im Februar 2022 hinaus. Die 98 Beiträge stammten aus 52 Quellen, darunter sogenannte »Leitmedien« als »Leuchtürme im gesellschaftlichen Diskurs« (JARREN/VOGEL 2009: 89), d. h. Nachrichtenmagazine wie *Der Spiegel*, Wochenzeitungen wie *Die Zeit* und überregionale Tageszeitungen wie *Die Welt*, die *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, die *Süddeutsche Zeitung*, die *Frankfurter Rundschau* oder *die tageszeitung*, aus Österreich *Der Standard* und *Die Presse*, aus der Schweiz die *Neue Zürcher Zeitung*. Außerdem berücksichtigt wurden Regional- und Lokalzeitungen wie die *Aargauer Zeitung*, die *Salzburger Nachrichten*, die *Rheinische Post*, das *Hamburger Abendblatt*, die *Berliner Zeitung*, Boulevardblätter wie *Bild* und die *Kronen Zeitung* sowie Wochenzeitungen wie *Jungle World*, *Die Furche*, *Datum* oder *der Freitag*. Berücksichtigt wurden zudem fünf Blog-Beiträge.

Sehr wahrscheinlich gibt es im deutschsprachigen Raum kein journalistisches Print-/Onlinemedium, das nicht über das Projekt berichtet hat. In den meisten Medien erscheinen sogar mehrere Beiträge. Zu Beginn, Anfang Mai 2021, heißt es häufig: »Sophie Scholl ist jetzt auf Instagram« (Hupertz, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 08.05.2021). In dieser ersten Berichterstattungswelle wird in den kürzeren Beiträgen und Meldungen überwiegend auf Agentur- und PR-Material des SWR zurückgegriffen. Ende Mai und in den folgenden Monaten erscheinen tendenziell kritischere Berichte. Insgesamt nimmt die Zahl der Beiträge bis zum Jahresende 2021 ab. Zum Ende des Projekts im Februar 2022 steigt sie jedoch wieder stark an. Machart und Erfolg von @ichbinsophiescholl stehen erneut zur Debatte, die Autor:innen ziehen ein Fazit. Zum einen ist unter Verweis auf die Follower:innen-Zahlen von »Erfolg« die Rede (vgl. Hadler, *Kleine Zeitung*, 18.02.2022), aber auch kritischere Beiträge werden publiziert, zumal nach Ausstrahlung des *ZDF Magazin Royale* am 18. Februar 2022, das @ichbinsophiescholl thematisiert. Im Verlauf des Jahres 2022 erscheinen auch bereits die ersten wissenschaftlichen Studien, über die in journalistischen Medien berichtet wird (vgl. BOHR 2022; KORSCHE 2022).

3. Diskursstränge und -fragmente

Die im Forschungsverlauf vorgenommenen Struktur- und Feinanalysen haben zur Identifizierung verschiedener Diskursstränge geführt. Unter »Diskurssträngen« versteht Siegfried Jäger (2001: 97) Themen des gesellschaftlichen Gesamtdiskurses. Diskursstränge wiederum setzten sich aus verschiedenen Diskursfragmenten zusammen. Medientexte und speziell die den Textkorpus bildenden journalistischen Beiträge können mehrere Diskursfragmente enthalten und somit verschiedene Themen berühren. Fünf Diskursstränge (3.1 bis 3.5) werden im Folgenden vorgestellt und durch Zitate belegt.

Im Diskursstrang 3.1 »Stell Dir vor, es ist 1942 auf Instagram« geht es um die Möglichkeiten, die Instagram als Videoplattform und Microblog bietet und wie sie im Projekt @ichbinsophiescholl genutzt werden, um Geschichte »in Echtzeit« und im »Selfie-Modus« zu vermitteln (SWR o.J. b). Eng verknüpft mit den technischen Möglichkeiten und dem Image der Social-Media-Plattform ist die Frage, ob diese Formen der Aufbereitung moralisch vertretbar bzw. dem ernsten Gegenstand des tödlich endenden Widerstands gegen die Nazi-Diktatur angemessen sind.

Den Diskursstrang 3.2 »Aus den Geschichtsbüchern ins Hier und Jetzt der Generation Insta« bilden verschiedene miteinander verbundene Diskursfragmente. Es geht um die Zielgruppe Jugendliche, für die die Kommunikation via social media weitaus wichtiger sei als Angebote im öffentlich-rechtlichen, gar linearen, Fernseh- und Hörfunkprogramm. Sie solle, so die Projektverantwortlichen, dort »abgeholt« werden, wo sie sich bevorzugt aufhalte: auf Instagram. Die Zahl der Follower:innen ist ein entscheidendes Argument für das Projekt. Deutlich wird in der Berichterstattung eine Verbindung zwischen der Zielgruppe, generationsspezifischer Mediennutzung, Modernität sowie Zuschreibungen an Medien und ihre mehr oder weniger vorhandene Fähigkeit, Geschichte informativ und unterhaltsam aufzubereiten. »Alte« Medien und der Geschichtsunterricht in den Schulen stehen im Gegensatz zu @ichbinsophiescholl.

Der Diskursstrang 3.3 »Mit Sophie Scholl und untereinander agieren« setzt sich aus Diskursfragmenten zusammen, die Sophie Scholl als Identifikationsfigur und »Freundin« verhandeln, und solchen, die Möglichkeiten der Interaktion mit ihr und anderen sowie die Rolle des Community Management betreffen. Diskursstrang 3.4 »Ausgerechnet Sophie Scholl« beinhaltet Aussagen dazu, warum die Wahl auf sie als Identifikationsfigur und nicht auf andere Widerstandskämpfer:innen gefallen ist. Eng damit verbunden sind Überlegungen zur erinnerungspolitischen Dimension des Projekts. Diskursstrang 3.5 »Verblüffend aktuell?« greift diese Überlegungen auf und fragt nach den Manifestationen, Gründen und Folgen einer Aktualisierung der Vergangenheit zu gegenwärtigen Zwecken.

3.1 »Stell Dir vor, es ist 1942 auf Instagram«

Dass das Leben und Sterben der Widerstandskämpferin Sophie Scholl via Instagram kommuniziert wird, ist ein Novum und hat Nachrichtenwert. Wie genau das Storytelling funktioniert, erklärt der SWR auf den Webseiten zum Projekt. Die entscheidenden Begriffe im folgenden Zitat sind »radikal subjektiv« und »in Echtzeit«. Deutlich wird im Zitat zudem der Übergang von der historischen

Person, »der Studentin Sophie Scholl« zur »Insta-Sophie«, die dann Sophie *ist*. »Auf dem Instagram-Kanal @ichbinsophiescholl erlebten die User*innen die Welt der Studentin Sophie Scholl radikal subjektiv und in Echtzeit. Radikal subjektiv, das heißt, Sophie drehte selbst, meist im Selfie-Modus und erzählte immer aus ihrer Perspektive. In Echtzeit bedeutet, wenn Sophie sich am Freitag um 11 Uhr entschloss, den Rest des Seminars zu schwänzen, um an den See zu fahren, waren User*innen zur selben Zeit mit dabei« (SWR o.J. b).

Auf dieses PR-Material des SWR greifen Journalist:innen zurück und verwenden häufig ebenfalls die Formulierungen »in Echtzeit«, »im Selfie-Modus« und »radikal subjektiv«. Erläutert wird, dass die »Insta-Sophie« im Mittelpunkt steht und die Kamera führt.[2] Als Ich-Erzählerin berichte sie aus ihrem Alltag und lasse die Zuschauenden teilhaben an ihren Erlebnissen und Gefühlen. In manchen Beiträgen wird noch genauer darauf eingegangen, wie die Möglichkeiten von Instagram eingesetzt werden: dass Sophie ihre Follower:innen direkt anspricht und die um historische Authentizität bemühten Videos bzw. Reenactments größtenteils in der Instastory gepostet werden. Dass es Reels, Posts, Captions, IGTV gibt, zudem Originalaufnahmen aus den Kriegsjahren, Filme, Fotos, Musikstücke und Zeitungsausschnitte – wobei nur wenige Journalist:innen erwähnen, dass es sich dabei z.T. um NS-Propagandamaterial handelt – aber auch Zeichnungen, die denen, die die historische Sophie Scholl angefertigt hat, nachempfunden seien. Dass Instagram Interaktion ermöglicht und die Follower:innen ihrerseits Beiträge liken sowie mit Bildern, Videos, Emojis, @-Mentions und Hashtags angereicherte Kommentare verfassen können (siehe zu Interaktion Diskursstrang 3.3), heben die Journalist:innen hervor und bewerten es grundsätzlich positiv.

Das dem Projekt zugrundeliegende Gedankenspiel »Stell Dir vor, es ist 1942 auf Instagram« hinterfragen nur wenige. Hans-Georg Rodek in der *Welt* und Georg Seeßlen im *Freitag* aber zeigen die Widersprüche auf: »Eine Diktatur wie die nationalsozialistische würde – vorausgesetzt, sie hätte ein ›Nazigram‹ zugelassen – Sophie Scholls Postings nach spätestens einer Woche ein abruptes Ende bereitet haben. Die lobenswerte Idee, Scholl aus ihrem Alltag zu erklären und ihre von Widersprüchen geprägte Person in Facettenhäppchen zu zeigen, steuert auf einen unauflösbaren Widerspruch zu: Die Serie baut auf die Fiktion, Sophie hätte ihre Gedanken instamäßig veröffentlichen können – und müsste gleichzeitig erklären, dass dies unmöglich gewesen wäre. Das erfordert eine erhebliche Fähigkeit zur Abstraktion« (Rodek, *Die Welt*, 06.05.2021). Georg Seeßlen spielt das Gedankenspiel bis zum Ende durch und widmet sich der übergeordneten Frage: »Hätte ein Medium wie Instagram die Nazis verhindern

2 D.h. die Hauptdarstellerin Luna Wedler filmt sich als Sophie Scholl (Selfie-Modus) und andere sowie ihre Umgebung unter Anleitung von Kameramann Johannes Louis.

können oder wäre es vielmehr, wie die zeitgenössischen Medien auch, als Mittel der Faschisierung eingesetzt worden?« Anton Becks Überlegungen gehen in eine ähnliche Richtung. Er stellt sich vor, »dass sich in den sozialen Medien von 1942 wohl auch viele Nazis getummelt hätten.« Andererseits hätte sich mit den Medien von heute »Widerstand ganz anders formieren und organisieren können; auch die Kontaktaufnahme mit Menschen im Ausland wäre leichter gewesen« (Beck, *Die Weltwoche*, 20.05.2021). Kritisch kommentiert Andreas Bernhard die Imagination Sophie Scholl + 1942 + Instagram. Sie ebne fundamentale historische Differenzen ein und drohe »jedes Gespür für ihren existenziellen Widerstandskampf aufzulösen« (Bernard, *Die Zeit*, 02.06.2021).

Den kritischeren Beiträgen zur Machart von @ichbinsophiescholl, zu Instagram als Medium der Geschichtsvermittlung und zum Gedankenspiel, Sophie Scholl hätte 1942 Instagram nutzen können, liegen moralische Bedenken zugrunde; diese betreffen das Ob? und Wie? der Darstellbarkeit, Instagram als Kanal und die mediale Rekonstruktion mit re-enactements bzw. »szenischen Zitaten«, also dem »kreativen« Füllen der historischen Lücken. Auf die wenigen kritischen Stimmen reagieren SWR-PR und Community Management. Die verantwortlichen Redakteur:innen Susanne Gebhardt, Suli Kurban und Ulrich Herrmann äußern sich dazu in Interviews (Serafini, *Watson*, 30.05.2021; Teige, *Der Spiegel*, 19.02.2022) und Gesprächsrunden (BpB 2021). In den FAQ zum Projekt und den Antworten des #teamsoffer heißt es: »Unser Kanal @ichbinsophiescholl ist Fiktion, orientierte sich allerdings an wahren Begebenheiten. Bei historischen Lücken und Unklarheiten haben wir uns erlaubt, diese kreativ und in Abstimmung mit den Expert*innen zu schließen, um eine zusammenhängende Erzählweise ermöglichen zu können« (SWR o.J. c). Das Ausblenden des Holocaust begründen die Projektverantwortlichen damit, dass sie »bewußt Sophies Perspektive« einnehmen wollten und »der Kanal stets nur das (behandelt), was Sophie zum jeweiligen Zeitpunkt wissen konnte« (SWR o.J. d).

3.2 »Aus den Geschichtsbüchern ins Hier und Jetzt der Generation Insta«

Der zumeist unkritische Rückgriff auf das PR-Material des SWR zeigt sich auch in den Textpassagen, in denen es um den ›innovativen Charakter‹ des Projekts, seine ›Modernität‹ und die avisierte Zielgruppe der Jugendlichen bzw. der ›Generation Z‹ oder ›digital natives‹ geht. So findet sich in vielen Beiträgen (etwa Rathcke/Bewerunge, *Rheinische Post*, 06.05.2021; Serafini, *Watson*, 30.05.2021) die Formulierung, dass anlässlich des 100. Geburtstages von Sophie Scholl »die Widerstandskämpferin aus den Geschichtsbüchern ins Hier und Jetzt« (SWR o.J. e) geholt werde. Vor allem die jüngeren Autor:innen sehen enorme Unterschiede

zwischen den »alten« Medien Buch, Kino, Fernsehen im Vergleich zum »neuen« und bei Jugendlichen bzw. ihrer eigenen Generation so beliebten Instagram. In der Illustrierten *stern* (N.N., 05.05.2021) heißt es: »Diese Form der Präsentation rückt Sophie Scholl in die Gegenwart und ermöglicht gerade jüngeren Nutzern, sich in sie hineinzuversetzen. Damit schafft sie etwas, woran viele gut gemeinte Dokus und Spielfilme scheitern.«

Instagram versus Geschichtsunterricht in der Schule stellt ein weiteres Diskursfragment dar. Aufschlussreich ist, was die 21-jährige Darstellerin der Insta-Sophie, Luna Wedler, im Interview dazu und zu Fakten und Fiktionen sagt: »Die Follower:innen finden es gut, dass die Geschichte anders als in der Schule erzählt wird. Dass es nicht einfach nur Fakten sind, sondern dass Sophie wirklich lebt, dass man ganz nah bei ihr ist« (Wedler zit. nach Schönstädt, *Berliner Morgenpost*, 09.05.2021). Lebendigkeit und Emotion erwartet sich auch Sarah Rondot (*Fudder*, 07.05.2021), wenn es um Geschichte geht: »So wie wir uns früher alle unseren Geschichtsunterricht gewünscht hätten, lebendig und am Zahn der Zeit, macht dieses Projekt Geschichte erlebbar und fühlbar«. Sie findet, »dass wir alle Sophie Scholl auf Instagram folgen sollten« (ebd.).

Suli Kurban, Social-Media-Redaktionsleiterin beim SWR, argumentiert in einer Diskussionsrunde der Bundeszentrale für politische Bildung (BpB) ebenfalls mit ihrer eigenen Schul- und Mediensozialisation. »Spaß« nennt sie als wichtigen »Faktor« für den Erfolg medialer Ansprache: »Ich glaube, das fehlt der Bildungsarbeit manchmal: Spaß. Wenn ich an meine Schulzeit denke, da gab es nur Schwarz-Weiß-Filme zur NS-Zeit. Wir wussten: es ist superschlimm, was da passiert ist. Das Bewusstsein war da, aber im Endeffekt hat uns das Thema nicht so sehr beschäftigt, dass wir noch mehr über den Holocaust lernen wollten« (BpB 2021).

Neben der Modernität, gefühlten Nähe und dem »fun factor« gilt vielen Kommentator:innen die Zahl der Follower:innen als Beleg dafür, dass »es«, Geschichte und Instagram, doch geht. Gerade in den ersten Wochen steigen die Followerzahlen kontinuierlich. Schon in der Woche nach Start des Projekts sind es mehr als 500.000. In der *Berliner Morgenpost* (05.07.2021) bezeichnet die »funky Jugendreporterin« Michelle Müller das Projekt mit dem Hinweis auf nun 900.000 Follower:innen als Erfolgsgeschichte. Das außergewöhnliche Instagramprojekt vermittele »politisches und historisches Wissen mit der richtigen Portion Spannung, da man sich jeden Tag auf einen neuen Beitrag freuen kann und sogar selbst Kommentare verfassen darf«, schreibt sie – und: Schülerinnen und Schülern werde auf »erfrischende Art und Weise Wissen vermittelt. Eine Idee, auf die man erst einmal kommen muss« (ebd.).

3.3 »Mit Sophie Scholl und untereinander agieren«

Die Macher:innen des Projekts verweisen in ihrem PR-Material wiederholt auf die hohe Interaktionsrate, die Instagram ermöglicht, und darauf, wie gut es gelungen sei, das Interesse junger Menschen über Monate aufrecht zu erhalten: »Eindrucksvoll ist auch die hohe Interaktionsrate über den langen Zeitraum hinweg; die User:innen ließen sich auf das Storytellingkonzept der Serie ein, das emotionale Nähe erlaubt, interagieren mit Sophie Scholl und untereinander« (SWR, o.J. f).

Eine Formulierung wie »die User:innen interagieren mit Sophie Scholl« bedarf der Klärung, wer da denn da tatsächlich mit wem interagiert? Ausgangspunkt ist die reale, historische Person Sophie Scholl, von deren Leben und Sterben Zeugnisse bzw. »Quellen« existieren, die Historiker:innen auswerten und die Künstler:innen und Medienschaffende inspirieren. So gibt es neben der realen Sophie Scholl auch die Medienfigur Sophie Scholl, repräsentiert in diversen Filmen, verkörpert durch Schauspielerinnen wie Julia Jentsch, Liv Lisa Fries, Lena Stolze, und nun auch auf Instagram durch Luna Wedler. Diese Medienfigur – oder um den aus der Forschung zu Parasozialer Interaktion (PSI) und Parasozialen Beziehungen (PSB) stammenden Persona-Begriff zu verwenden – diese Onlineperson steht in Verbindung mit den Nutzer:innen von @ichbinsophiescholl auf Instagram, die als mehr oder weniger aktive »Follower:innen« und z. T. mit Klarnamen und Foto mit der Instagram-Sophie interagieren. Sie kommunizieren und interagieren »in Wirklichkeit« mit denjenigen Redakteur:innen, die das Community Management von @ichbinsophischolll betreiben, mit dem @teamsoffer. Das Community Management und alle an @ichbinsophiescholl Interessierten, Follower:innen wie Kritiker:innen, nutzen für ihre Kommunikation zusätzlich zu Instagram weitere Kanäle, z. B. Twitter, TikTok, Facebook u. a. Schließlich könnten noch diejenigen, die sich journalistisch oder wissenschaftlich mit @ichbinsophiescholl befassen als Interagierende, als am (Meta-)Kommunikationsprozess Beteiligte, gesehen werden. Auch sie entwickeln eine Beziehung zu dem Projekt und der Instagram-Sophie Scholl (THIELE 2023, i.E.).

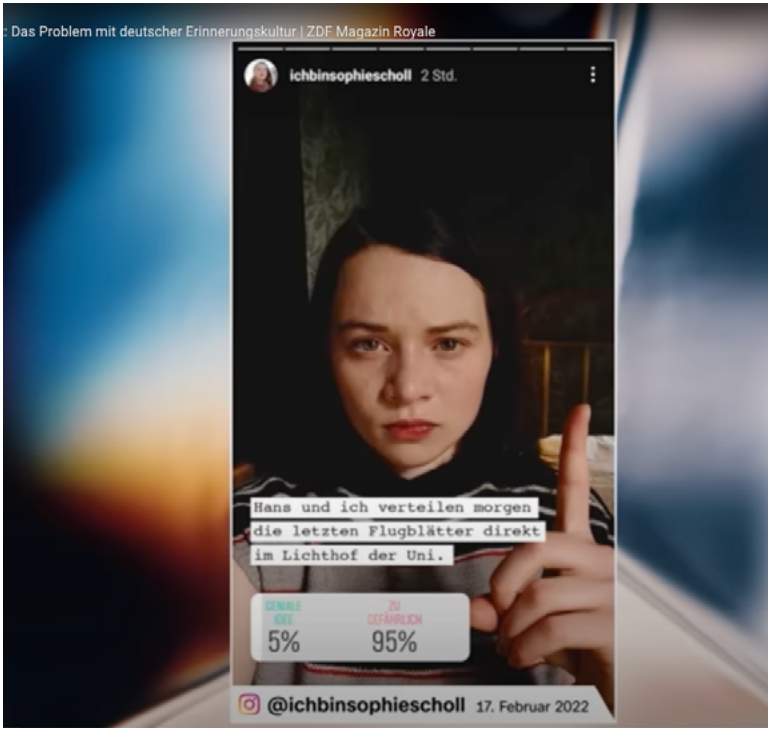
In den untersuchten Presseartikeln wird dieses Beziehungsgeflecht und die beteiligten realen wie medial konstruierten Interagierenden jedoch nicht weiter reflektiert, sondern Interaktion grundsätzlich gutgeheißen. Sie ist für die *Augsburger Allgemeine* der Schlüssel zum Erfolg. Denn: Die Follower:innen »antworten direkt an ›Sophie‹, als könnte sie tatsächlich selbst antworten. Und damit geht das Projekt auf« (Weyerer, *Augsburger Allgemeine*, 06.05.2021). Auch Reto Stauffacher in der *Neuen Zürcher Zeitung* findet es gut, dass die Zuschauer:innen mitwirken können, »sei es durch Umfragen oder Abstimmungen, so dass ihre Einschätzung auch wieder in die weitere Erzählung einfliessen kann« (Stauffacher, *Neue Zürcher Zeitung*, 24.05.2021). Doch nutzt das Community Management die

Aktionen und Reaktionen der Follower:innen wie der Kritiker:innen, um die Themenauswahl und -aufbereitung entsprechend anzupassen?

Das passiert nur zum Teil. Auf die kritischen Kommentare historisch versierter Nutzer:innen, die bspw. nach Sophie Scholls Zeit im BDM fragen, oder die diskutieren, wer was wann über Deportationen und Massenvernichtung wissen konnte und wollte, reagiert das Community Management laut Nora Hespers ausweichend, zu spät oder gar nicht. Sie unterstreicht, dass die aktiven User:innen einen nicht zu unterschätzenden Beitrag – in gewisser Weise unbezahlte »Sozialarbeit« – leisten: »Dabei ist es gerade diese ehrenamtliche Arbeit in den Kommentaren, die aktuell Kontexte liefert, die das Community-Management bislang wenig geliefert hat – oder erst, wenn bereits entsprechende Diskussionen im Gang waren. Die eigentliche Herausforderung in sozialen Netzwerken ist nicht das Senden, sondern das Kommunizieren. Und die erfährt in den Redaktionen nach wie vor viel zu wenig Aufmerksamkeit und Wertschätzung« (Hespers, *Übermedien*, 28.05.2021).

Nora Hespers Beiträge stellen, was Qualität, Tiefe und Breite der Argumentation anbelangt, eine Ausnahme dar. Sie kritisiert nicht nur das #teamsoffer dafür, dass es Chancen ungenutzt lässt, über den Umgang mit Quellen, Reenactments und Fiktionalisierungen zu informieren, sondern auch die Rede von ›Sophie als Freundin‹. Im Interview mit dem Schweizer Online-Magazin *Watson* spricht die SWR-Redakteurin Susanne Gebhardt, die das Projekt angestoßen hat, aus der »Wir«-Perspektive über das Entstehen einer Freundschaft zu Sophie: »Wir sind live mit dabei, wenn Sophie zum ersten Mal an die Uni geht oder wenn sie die Weisse Rose entdeckt. Wir sind viel näher dran und haben sie zehn Monate lang im eigenen Handy in der Hosentasche tagtäglich dabei. Man lebt mit ihr wie mit einer Freundin« (Gebhardt, zit. nach Serafini, *Watson*, 30.05.2021). Eine parasoziale Beziehung, gar Freundschaft, zu einer Medienperson, deren Existenz auf der einer realen historischen Person beruht, bezweifelt Nora Hespers: »Es ist hoch fraglich, ob all diese Nutzer:innen, die sich mit ihr identifizieren wollen, tatsächlich gerne die Freund:innen der historischen Sophie gewesen wären. Denn – machen wir uns nichts vor – die allermeisten von uns wären eben nicht Sophie Scholl oder die Mitglieder der Weißen Rose gewesen. Die allermeisten von uns wären Teil des Systems gewesen, das für ihren Mord mit verantwortlich ist. Und das nimmt mich nicht aus. Wären wir Sophies Freund:innen gewesen? Sicher nicht« (Hespers, *Übermedien*, 28.05.2021).

Abbildung 2
Interaktion mit den Follower:innen: Abstimmung über Flugblattaktion



ZDF Magazin Royale vom 18.02.2022. »Gut gemeint, schlecht umgesetzt: Das Problem mit deutscher Erinnerungskultur.« Jan Böhmermann zu Interaktion via @ichbinsophiescholl und Meinungsfragen dort. Quelle: YouTube, https://www.youtube.com/watch?v=rx8HZ0rnRxA

3.4 »Ausgerechnet Sophie Scholl«

Dass und wie mit @ichbinsophiescholl Identifikationsangebote gemacht werden, ist ein wesentlicher Diskursstrang in den medienkritischen journalistischen Beiträgen. Auf Instagram werde damit eine Instrumentalisierung als »Konsensheilige« potenziell fortgeschrieben, so formuliert es Julia Encke unter Berufung auf den Historiker und Scholl-Biographen Robert M. Zoske in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* (09.05.2021). Als Erklärung für die Popularität der »Münchner Widerständler«, die »keine liberalen Demokraten waren« führt Encke an, dass sie durchdrungen gewesen seien von »hoher sittlicher

Geisteshaltung, Verantwortungsbewusstsein und Freiheitsleidenschaft« und das sei »etwas, was gegenwärtig und zukünftig gebraucht wird« (ebd.). Als weitere Erklärung für die Fokussierung auf Sophie Scholl werden die *Biographischen Notizen* der Schwester Inge Scholl genannt, die die Grundlage des fünf Jahre später erscheinenden Buches *Die Weiße Rose* sind, das wiederum »die Geburtsstunde der Ikone Sophie Scholl« darstelle; zudem habe sie als »jüngste und als einzige Frau immer eine besondere Rolle gespielt« (ebd.).

Es sei eben »sehr emotional, zu zeigen, wie aus der jungen Studentin der Philosophie und Biologie eine Widerständlerin wird«, hebt auch die Vorsitzende der Weiße-Rose-Stiftung, Hildegard Kronawitter, in einem Interview mit der *Sächsischen Zeitung* hervor. Sie begrüßt das Instagram-Projekt und wird mit der Begründung zitiert, dass »die Personifizierung von Geschichte immer wirksamer [ist] als schlichte Beschreibung« (Ufer, *Sächsische Zeitung*, 08.05.2021).

Kritischer sehen Nikolaus Lelle und Tom Uhlig in der *Jungle World* die Personifizierung. Die Einladung via Instagram, sich mit einer deutschen Widerstandskämpferin zu identifizieren, diene der Entlastung der Follower:innen. Sie fordern, die historische Realität in Erinnerung zu rufen: »Der Nationalsozialismus war bis zuletzt eine Zustimmungsdiktatur« (Lelle/Uhlig, *Jungle World*, 17.06.2021). Ähnlich argumentiert Joana Nietfeld: »Als ausgestellte Märtyrerin half sie einer verunsicherten Nation, sich ein Stück weit von der erdrückenden Schuld zu befreien: Nicht alle haben mit der Zivilisation gebrochen, mitgemacht, gejubelt oder weggeschaut« (Nietfeld, *Der Tagesspiegel*, 09.05.2021).

Auch für Max Czollek steht Sophie Scholl, die historische ebenso wie die remediatisierte Figur auf Instagram, für eine »Normalisierung des Mitmachens« (Czollek, *Die Wochenzeitung*, 20.05.2021) – eine Aneignung, die ihr aber nicht gerecht werde. Czollek beantwortet die Frage, warum »gerade diese junge Frau zur Ikone einer gesamtdeutschen Widerstandserzählung [wurde]? Und nicht etwa die vielen Kommunisten, Sozialistinnen oder Juden und Jüdinnen [...]« selbst: »Wer die Relevanz der bürgerlichen Mitte als Schwert und Schild der pluralen Demokratie validieren möchte, kann linken Widerstand nicht gebrauchen. Denn der widerlegt ja gerade, was man beweisen möchte: dass links und rechts gleich schlimm sind. Und dass einzig die bürgerliche Mitte Sicherheit, gesunden Menschenverstand und Kontinuität bereitzustellen vermag« (ebd.). Czollek stellt damit Sophie Scholl und das Instagram-Projekt in einen größeren erinnerungspolitischen Zusammenhang.

3.5 »Verblüffend aktuell«

Dieser Diskursstrang setzt sich aus Diskursfragmenten zusammen, die die Vergegenwärtigung der Vergangenheit und die Aktualisierungsstrategien

der Projektverantwortlichen thematisieren. In der *Augsburger Allgemeinen* heißt es: »Plötzlich sind Menschen im Jahr 2021 per Du mit der 21-jährigen Widerstandskämpferin aus dem Jahr 1942« (Weyerer, *Augsburger Allgemeine*, 06.05.2021). Auch der *stern* räumt ein, dass Instagram Immersion ermöglicht: »Diese Form der Präsentation rückt Sophie Scholl in die Gegenwart und ermöglicht gerade jüngeren Nutzern, sich in sie hineinzuversetzen« (N.N., *stern*, 05.05.2021).

Der programmatische Titel des Instagram-Projekts @ichbinsophiescholl, die Darstellung alltagsnaher Situationen und die Einladungen zur Introspektion sowie schließlich die von Tag zu Tag vorgenommene Inszenierung der Entwicklung hin zur Widerstandskämpferin beinhalten die an die Follower:innen gerichtete Frage: Wie hättest Du dich damals verhalten und wie verhältst Du dich jetzt?

Abbildung 3
Instrumentalisierung zu gegenwärtigen Zwecken

Querdenken-Rednerin »Jana aus Kassel« vergleicht sich während einer Veranstaltung in Hannover am 21.11.2020 mit Sophie Scholl. Quelle: N.N., *stern,* 05.05.2021.

Kritiker:innen wie Christiane Peitz fallen die diversen Aktualisierungsstrategien auf; sie schreibt im *Tagesspiegel* über die Instagram-Sophie: »[Sie] erzählt von ihrer Sehnsucht nach echtem Kaffee und Birnenschnaps, sagt verblüffend aktuelle Sätze wie ›Jetzt gerade fühle ich mich ein bisschen einsam‹. Gerne würde sie wieder ohne Schuldgefühle feiern, ohne Angst in die Zukunft schauen« (Peitz, *Der Tagesspiegel*, 04.05.2021). »Verblüffend aktuell« deswegen, weil der damals aktuelle politische Kontext, die Kontaktbeschränkungen

während der Corona-Pandemie und die Demonstrationen dagegen, auch die Frage nach Protest und Widerstand gegen staatliche Maßnahmen aufwerfen. An diesem Punkt zeigt sich, wie leicht Widerstand in der Diktatur mit erlaubtem Protest in einem demokratischen Staat verwechselt oder auch bewusst gleichgesetzt und so politisch instrumentalisiert werden kann. Insbesondere in der AfD und im Milieu der sich als »Querdenker« bezeichnenden Corona-Leugner:innen kommt es zu Selbstbezeichnungen als Widerstandskämpfer:in und Verfolgte. Öffentliche Aufmerksamkeit erlangt der Auftritt von »Jana aus Kassel« während einer Querdenker-Demo in Hannover. Sie fühle sich »wie Sophie Scholl«. Diese Aussage erfährt medial ein enormes Echo und wird mit @ichbinsophiescholl in Verbindung gebracht, etwa von Hans-Georg Rodek in der *Welt*: »Es ist der Versuch der ARD, in einem modernen Medium mit einer modernen Erzählweise ihrem Bildungsauftrag nachzukommen, damit sich die Zahl der Ahnungslosen in Kassel und dem Rest der Republik etwas reduziert, der Unterschied zwischen ›Haltung‹, ›Courage‹ und ›Widerstand‹ ein bisschen klarer wird« (Rodek, *Die Welt*, 06.05.2021). Auch Luna Wedler wird im *Spiegel*-Interview (Iken/Gunkel, *Der Spiegel*, 08.05.2021) nach Jana aus Kassel und der Ich-Form gefragt:

> *Der Spiegel*: »Frau Wedler, @ichbinsophiescholl ist eine sehr personifizierte Ansprache, das erinnert ungewollt an ›Jana aus Kassel‹. Hatten Sie keine Bauchschmerzen, sich auf diese Weise einer ikonischen Figur zu nähern, die derzeit auch von Querdenkern und Rechtspopulisten vereinnahmt wird?« Wedler: »Genau deshalb ist es doch so wichtig, dass wir von Sophie Scholl erzählen und erlebbar machen, wie sie wirklich war. Damit solche Leute sich das anschauen und verstehen, dass sie nicht das Recht haben sich mit ihr zu vergleichen.«

Die Antwort zeigt, dass erstens einige Journalist:innen durchaus kritisch fragen und zweitens die Befragte den Kern den Kritik, den die Frage enthält, gar nicht versteht oder verstehen will. Sie ist der Auffassung, dass durch @ichbinsophiescholl und ihre Darstellung der historischen Sophie Scholl deutlich werde, wie sie wirklich war.

4. Ergebnisse

Die in Abschnitt 3. vorgestellten Diskursstränge und -fragmente zeugen von durchaus großer thematischer Vielfalt innerhalb der journalistischen Befassung mit @ichbinsophiescholl, jedoch wird in den Beiträgen, die unmittelbar nach Start des Projekts im Mai 2021 erscheinen, häufig auf das PR-Material des SWR und auf Agenturmaterial zurückgegriffen. Übernommen wird die Argumentation, dass die jugendliche Zielgruppe nur noch über Social-Media-Plattformen zu erreichen ist und dass Idee und Umsetzung von @ichbinsophiescholl

schon aufgrund der Followerzahlen ein Erfolg ist. Bestätigt scheint damit die Determinationsthese (vgl. BAERNS 1985), wonach PR-Arbeit den Journalismus bestimmt. Diese in der Journalistik vieldiskutierte und weiter entwickelte These (vgl. SZYSZKA o.J.), kann für die Mehrheit der untersuchten Beiträge bestätigt werden. Eine fundierte, verschiedene Aspekte berücksichtigende, kritische Auseinandersetzung findet eher in den überregionalen Qualitäts- und Leitmedien statt, auch in Blogs wie *Übermedien*, womit Forschungsergebnisse bezüglich »Bloggern als unterschätzen Journalisten« (HOFFJANN/HAIDUKIEWICZ 2018) bzw. Blogger:innen als unterschätzten Journalist:innen gestützt sind.

Denn diejenigen, die über @ichbinsophiescholl schreiben, sind mehrheitlich weiblich (58 %), auch deuten manche Formulierungen darauf hin, dass es sich um eher jüngere Journalist:innen handelt, die sich als Teil der ›digital natives‹ und der ›Generation Instagram‹ sehen. Vermutet werden kann, dass den jüngeren Kolleg:innen ein Expert:innenstatus zugeschrieben wird (»Du kennst dich doch aus mit Instagram …«) und dass bei diesem Thema eher Praktikant:innen und Freiberufler:innen zum Zuge kommen. Doch auch die »big names« des Geschichtsjournalismus, des Feuilletons und der Filmkritik sind vertreten, etwa Joachim Käppner (*Süddeutsche Zeitung*), Georg Seeßlen (*der Freitag*) oder Christiane Peitz (*Der Tagesspiegel*).

@ichbinsophiescholl steht, darin sind sich die Journalist:innen einig, exemplarisch für einen sich verändernden Umgang mit Geschichte und für neue Formen der Vergegenwärtigung von Vergangenheit in digitalen Medienkulturen. Mehrheitlich sind sie dem Projekt gegenüber aufgeschlossen. Auffällig ist die starke Personalisierung. So wie die Macher:innen von @ichbinsophiescholl eine Figur in den Mittelpunkt stellen und die Widerstandsgruppe »Weiße Rose« sowie die insgesamt sieben verurteilten und hingerichteten Personen dadurch aus dem Blickfeld geraten, ist auch in der journalistischen Berichterstattung eine starke Fokussierung auf die Darstellerin der Sophie Scholl, die Schweizer Schauspielerin Luna Wedler, erkennbar. Das ist nachvollziehbar für die Schweizer Medien, aber auch in den deutschen und österreichischen wird viel über sie, andere Filme und Serien, in denen sie mitspielt, und ihre Auffassung der Rolle berichtet. Nicht selten erhält sie Gelegenheit, sich direkt in Interviews zu äußern (vgl. Iken/Gunkel, *Der Spiegel*, 08.05.2021; Schönstädt, *Berliner Morgenpost*, 09.05.2021).

Die Personalisierung, Individualisierung und Subjektivierung werden in den kritischen Beiträgen thematisiert und in einen größeren geschichtspolitischen Diskurs über Erinnern und Vergessen gestellt (vgl. 3.4 und 3.5). Eng damit verknüpft ist die Frage nach der Medialität und den Möglichkeiten von Instagram, Geschichtswissen zu vermitteln. Hier sind die Journalist:innen gespalten. Während die einen auch mit Verweis auf die Follower:innenzahlen und Lob für interaktives Community Management meinen ›es geht!‹, sehen andere grundsätzlich

die ›Instagramisierung der Erinnerung‹ oder aber die konkrete Umsetzung im Projekt @ichbinsophiescholl kritisch. Georg Seeßlen fragt in der Wochenzeitung *der Freitag* mit Blick auf andere Medien der Re-mediatisierung wie dem Spielfilm »warum also nicht auch Instagram?« Er diskutiert die Vor- und Nachteile und meint, dass es »dringlicher denn je (sei), Erinnerungskultur von Entleerung und Versteinerung zu befreien« und dass man »die Plattform weder dem Kommerz noch dem Populismus widerstandslos überlassen sollte«. Für die Plattform Instagram spreche zudem ihre »Niederschwelligkeit« und dass eine »neue Grammatik von Distanz und Nähe« erprobt werden könne; dagegen aber stehe die drohende »Instagramisierung des Transportierten«, »Gamifikation« und »Entpolitisierung durch Subjektivierung« (Seeßlen, *der Freitag*, 22.05.2021).

Es ist auch Seeßlen, der in Erinnerung ruft, dass es sich bei Instagram um eine kommerzielle, werbefinanzierte und datensammelnde Plattform handelt, die seit 2013 zum Meta-Konzern gehört. Ansonsten bleiben medienökonomische und medienrechtliche Fragen vollständig außen vor. Es ist eine der Auslassungen bzw. Leerstellen im Diskurs, die erstaunt und Zweifel an der Erfüllung der öffentlichen Aufgabe des Journalismus aufkommen lässt. Kaum ein:e Autor:in betrachtet das Projekt im Zusammenhang mit dem in den Rundfunkstaatsverträgen (seit 2022 »Medienstaatsvertrag«) und durch die Urteile des Bundesverfassungsgerichts definierten Informations-, Unterhaltungs-, Bildungs- und Beratungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Mit dem neuen Medienstaatsvertrag hat der Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks eine Erweiterung erfahren: Öffentlich-rechtliche Sender dürfen nun kommerzielle Plattformen für die Verbreitung ihrer Angebote nutzen, »soweit dies zur Erreichung der Zielgruppe aus journalistisch-redaktionellen Gründen geboten ist« (Medienanstalten 2019, zit. nach EICHLER 2022: 26). Diese veränderte Gesetzeslage und dass @ichbinsophiescholl ein erster Schritt in Richtung Neuauslegung des Programmauftrags ist, taucht nur als Nebensatz in einem Interview auf, das Claudia Tieschky mit Heike Raab, Vorsitzende der Rundfunkländerkommission, führt (vgl. Tieschky, *Süddeutsche Zeitung*, 14.06.2021); ansonsten bleibt die Kritik an der »Kooperation« beitragsfinanzierter öffentlich-rechtlicher Anstalten mit Meta aus. Dass sich die Sender mit Formaten wie @ichbinsophiescholl den Geschäftsmodellen börsennotierter Technologieunternehmen und den Regeln einer algorithmengetriebenen Plattformökonomie unterwerfen, ist kein Thema. Das gleiche gilt für die unbezahlte Digitalarbeit der Content produzierenden Follower:innen und die beitragsfinanzierte Arbeit der SWR- und BR-Redakteur:innen. Auch eine selbstkritische Reflexion der Journalist:innen und Projektverantwortlichen beim SWR und BR sowie derjenigen, die über das Projekt schreiben, fehlt bzw. ist nur vereinzelt vorfindbar. Ein »Mainstreaming« kennzeichnet den öffentlichen Diskurs über @ichbinsophiescholl.

Die Zahl der kritischen Stimmen ist zwar gering. Es gibt sie aber und im Verlauf des Projekts werden es mehr. So zum Ende, im Februar 2022, nach Ausstrahlung des *ZDF Magazin Royale* am 18.02.2022, in dem sich Jan Böhmermann ausschließlich dem Geschichts- und Instagramprojekt widmet und verschiedene Kritikpunkte nennt – Instagrams Geschäftsmodell, die Vermischung von Fakten und Fiktionen, die »Emotionalisierung« und »Gamification«, letztlich die Entpolitisierung historischer Ereignisse und Erfahrungen. Danach finden sich diese Kritikpunkte z. T. auch in den journalistischen Beiträgen wieder (vgl. Rogalla, *Frankfurter Rundschau*, 24.02.2022; Dieckmann, *Neu Ulmer Zeitung*, 26.02.2022).

Abbildung 4
»Das schwierige deutsche Verhältnis zur schwierigen deutschen Geschichte.«

ZDF Magazin Royale vom 18.02.2022. »Gut gemeint, schlecht umgesetzt: Das Problem mit deutscher Erinnerungskultur.« Jan Böhmermann zu @ichbinsophiescholl. Quelle: YouTube, https://www.youtube.com/watch?v=rx8HZ0rnRxA

Im Sommer 2022 erscheinen Berichte über die ersten wissenschaftlichen Studien. Die PR-Erzählung vom immensen Erfolg, erkennbar an der Zahl der Follower:innen sowie der Interaktionsrate, erfährt durch die Rezeptionsstudien eine Relativierung. Die avisierte Zielgruppe wurde weniger erreicht als gehofft (vgl. Korsche, *Süddeutsche Zeitung*, 05.07.2022) und die Kompetenz, die reale von der digitalen Sophie Scholl zu unterscheiden, sei weniger ausgeprägt als vermutet (vgl. Bohr, *Der Spiegel*, 29.06.2022).

5. Fazit und Ausblick

Dass ›Sophie Scholl nun auf Instragam ist‹, hat Nachrichtenwert und führt 2021 dazu, dass nahezu alle deutschsprachigen Medien über das Kooperationsprojekt von SWR, BR und Instagram berichteten. Was aber ist davon zu halten, wenn öffentlich-rechtliche, gebührenfinanzierte Anstalten in der Form, wie es bei @ichbinsophiescholl passiert ist, PR für sich selbst, ihr Projekt und letztlich für das kommerzielle, Daten sammelnde Unternehmen Instagram betreiben? Und was ist davon zu halten, wenn die journalistische Berichterstattung über das Kooperationsprojekt von SWR und Instagram überwiegend PR-determiniert und homogen statt unabhängig und kritisch ist?

Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten ebenso wie die zumeist privatkommerziellen Print- und Onlinemedien können und sollen im Prozess der Vermittlung von Geschichtswissen eine wichtige Rolle spielen. Doch erfüllen sie die Anforderungen, die an einen qualitätsvollen Geschichtsjournalismus (vgl. PÖTTKER 2010, 2013) gestellt werden? Unsere Analyse hat ergeben, dass sich das Projekt @ichbinsophiescholl in der medialen Verhandlung des Erinnerns an Widerstand im Nationalsozialismus in mehreren Spannungsfeldern bewegt, die zu adressieren die Aufgabe eines Journalismus wäre, der »Themen zur öffentlichen Kommunikation her- und bereitstellt« (RÜHL 1980: 323). Wünschenswert wäre – ohne hier die komplexe Debatte über Qualität im Journalismus (vgl. ARNOLD 2016) auszubreiten – eine kritische Reflexion der »Zusammenarbeit« zwischen beitragsfinanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und börsennotierten Technologieunternehmen sowie der damit verbundenen Kollisionen zwischen Programmauftrag und Profitmaximierung.

Für die Kooperation mit Instagram wurde immer wieder auf die Zielgruppe Jugendliche verwiesen, für die lineare, öffentlich-rechtliche Medien weniger interessant seien als social media. Interaktion und Partizipation, die die Plattformen ermöglichten, seien entscheidend. Doch blieb es in den journalistischen Beiträgen zumeist bei dieser Aussage. Welche Möglichkeiten Instagram bietet und wie die Interaktion tatsächlich vonstatten ging, schließlich, dass die Social-Media-Redakteur:innen des #teamsoffer viele Chancen ungenutzt ließen, über den Umgang mit Quellen, über Reenactments und Fiktionalisierungen zu informieren, thematisiert kaum jemand – eine Ausnahme stellen da die Beiträge von Nora Hespers für *Übermedien* dar (vgl. hierzu auch THOMAS/THIELE i.E.). Das gleiche gilt für die Fokussierung auf Sophie Scholl und das Identifikationsangebot, das der sich zum Digital-Content-Anbieter wandelnde öffentlich-rechtliche Rundfunk macht. Mithilfe von @ichbinsophiescholl sollten die jungen Zuschauer:innen als Freund:innen gewonnen werden. Doch funktioniert diese Freundschaftsanfrage? Freunden sich die Jugendlichen mit

dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk an oder festigt es ihre ohnehin schon enge Freundschaft zu Instagram?

Damit sind Fragen nach den langfristigen Medienwirkungen und dem Umgang mit Angeboten wie @ichbinsophiescholl aufgeworfen, auf die inzwischen einige Antworten aus der Wissenschaft vorliegen. Verwiesen sei mit Blick auf die von uns identifizierten Leerstellen zunächst auf medienökonomische Studien, die das Verhältnis von Medien, Intermediären/Plattformen und Journalismus klären (vgl. ALTMEPPEN/EVERS/GRECK 2023), desweiteren auf Rezeptionsstudien. So hat der Geschichtsdidaktiker Christian Kuchler von der RWTH Aachen Jugendliche zum Projekt @ichbinsophiescholl befragt (vgl. BOHR 2022; KORSCHE 2022). Grundsätzlich finden sie diese Art der Geschichtsvermittlung gut. Auf die Frage, welchen historischen Persönlichkeiten sie bei Instagram noch gern folgen würden, nannten sie Anne Frank, Julius Cäsar und Adolf Hitler.

Zu erkennen, was damals war und was heute ist, Fakten und Fiktionen, Vergangenheit und Gegenwart unterscheiden zu können, zeichnet einen medienkompetenten Umgang mit einem Angebot wie @ichbinsophiescholl aus. Diese Kompetenz zu fördern, ist nicht nur Aufgabe der Schule oder der Eltern, sondern auch der Medien, der öffentlich-rechtlichen wie der privat-kommerziellen, und des Journalismus.

Über die Autor:innen

Dr. Martina Thiele ist Professorin für Medienwissenschaft mit dem Schwerpunkt Digitalisierung und gesellschaftliche Verantwortung am Institut für Medienwissenschaft der Eberhard Karls Universität Tübingen. Sie ist Mitherausgeberin der Zeitschrift *Journalistik/Journalism Research* und forscht zu Öffentlichkeitstheorien und publizistischen Kontroversen; Stereotypen, Vorurteilen und Diskriminierung sowie sozialer Ungleichheit in und durch Medien.

Dr. Tanja Thomas ist Professorin für Medienwissenschaft mit dem Schwerpunkt Transformationen der Medienkultur am Institut für Medienwissenschaft der Eberhard Karls Universität Tübingen. In ihren aktuellen Forschungsprojekten beschäftigt sie sich mit Medien und Partizipation, Medien und soziale Bewegungen, Medienpraktiken des Widersprechens, Medien und Doing Memory in postmigrantischen Gesellschaften.

Literatur

ALTMEPPEN, KLAUS-DIETER; EVERS, TANJA; GRECK, REGINA (2023): Journalismus, Medien und Plattformen. In: LÖFFELHOLZ, MARTIN; ROTHENBERGER, LIANE (Hrsg.): *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden: Springer/vs, https://doi.org/10.1007/978-3-658-32153-6_47-1 (31.01.2023)

ARNOLD, KLAUS (2016): Qualität im Journalismus. In: MEIER, KLAUS; NEUBERGER, CHRISTOPH (Hrsg.): *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven.* Baden-Baden: Nomos, S. 141-157.

ASSMANN, JAN (1992): *Das kulturelle Gedächtnis. Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen*. München: Beck.

BAERNS, BARBARA (1985): *Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluss im Mediensystem*. Köln: Verlag Wissenschaft u. Politik.

BECK, ANTON (2021): Selfies aus der Vergangenheit. In: *Die Weltwoche* vom 20.05.2021, S. 63.

BERNHARD, ANDREAS (2021): Selfie vom Schafott. Der neue Instagram-Kanal »ichbinsophiescholl« lässt die Widerstandskämpferin in Echtzeit posten. In: *Die Zeit* vom 02.06.2021, S. 50.

BOHR, FELIX (2022): Jugendliche können echte und »digitale« Sophie Scholl kaum unterscheiden. In: *Der Spiegel*, 29.06.2022. https://www.spiegel.de/geschichte/ichbinsophiescholl-auf-instagram-jugendliche-koennen-echte-und-digitale-sophie-scholl-kaum-unterscheiden-a-03995dd7-cd09-46ff-bf05-b4596d96d219 (31.01.2023)

BPB (2021): Widerstandsgeschichte auf Instagram: Was leistet das Projekt @ichbinsophiescholl? Leonie Meyer im Gespräch mit Suli Kurban und Christiane Jahnz. In: *Bundeszentrale für politische Bildung*, 28.06.2021. https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/werkstatt/335601/widerstandsgeschichte-auf-instagram-was-leistet-das-projekt-ichbinsophiescholl/ (31.01.2023)

CZOLLEK, MAX (2021): »Bürgerliche Mitte bedeutet auch heute meistens eine Legitimierung rechter Diskurse, die als Meinung einer vermeintlich schweigenden Mehrheit beworben wird.« Warum ist die Mär vom bürgerlichen Widerstand gegen den Nationalsozialismus noch heute so populär? Gedanken anlässlich des 100. Geburtstags von Sophie Scholl. In: *Die Wochenzeitung*, 20.05.2021. https://www.woz.ch/-b8c8 (31.01.2023)

DIECKMANN, CORDULA (2021): Sophie Scholl, die Seele des Widerstands. In: *Salzburger Nachrichten*, 08.05.2021, S. 6.

DIECKMANN, CORDULA (2022): Böhmermann kritisiert Instagram-Serie zu Sophie Scholl: Wie weit darf Fiktion gehen? In: *Neu-Ulmer Zeitung & ntv*, 26.02.2022. https://www.augsburger-allgemeine.de/neu-ulm/ulm-muenchen-boehmermann-kritisiert-instagram-serie-zu-sophie-scholl-wie-weit-darf-fiktion-gehen-id61886716.html (31.01.2023)

DIE MEDIENANSTALTEN (2019): RStV § 11d Abs. 4, S. 25. https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/RStV_22_nichtamtliche_Fassung_medienanstalten_final_web.pdf (31.01.2023)

EICHLER, HENNING (2022): Journalismus in sozialen Netzwerken. ARD und ZDF im Bann der Algorithmen. Otto-Brenner-Stiftung (Hrsg.): https://www.otto-brenner-stiftung.de/journalismus-in-sozialen-netzwerken/ (31.01.2023)

ENCKE, JULIA (2021): Sophie S. Warum Sophie Scholl keinen Mythos braucht. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 09.05.2021, S. 37.

ERLL, ASTRID (2017): *Kollektives Gedächtnis und Erinnerungskulturen. Eine Einführung*. 3. akt. u. erw. Aufl. Stuttgart: J.B. Metzler/Springer Nature.

GOLDENBERG, ANNA (2021): Sophie Scholl auf Instagram: Fehl am Platz oder sinnvolle Sache? In: *Die Presse* vom 06.05.2021, S. 27.

GOTTSCHALK, MAREN (2021): Vom Hitlerjugendmädchen zur Ikone des Widerstands – vor hundert Jahren wurde Sophie Scholl geboren. *Neue Zürcher Zeitung*, 07.05.2021. https://www.nzz.ch/feuilleton/sophie-scholl-wer-war-der-mensch-hinter-dem-mythos-ld.1615140 (31.01.2023)

HADLER, DANIEL (2022). Erfolgsprojekt endet. Sophie Scholl auf Instagram: Das Smartphone als Fenster in den Widerstand. *Kleine Zeitung*, 18.02.2022. https://www.kleinezeitung.at/kultur/medien/6100694/Erfolgsprojekt-endet_Sophie-Scholl-auf-Instagram_Das-Smartphone (31.01.2023)

HUPERTZ, HEIKE (2021): Sophie Scholl ist jetzt bei Instagram. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 08.05.2021, S. 16.

HESPERS, NORA (2021): Sophie Scholl als Insta-Freundin: Das heikle Spiel mit einer historischen Figur. In: *Übermedien*, 28.05.2021. https://uebermedien.de/60159/sophie-scholl-als-insta-freundin-das-heikle-spiel-mit-einer-historischen-figur/ (31.01.2023)

HOFFJANN, OLAF; OLIVER HAIDUKIEWICZ (2018): Deutschlands Blogger. Die unterschätzten Journalisten. Otto-Brenner-Stiftung. https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsportal/03_Publikationen/AH94_Blogger_Hoffjann.pdf (31.01.2023)

IKEN, KATJA; GUNKEL, CHRISTOPH (2021): Selfies von Sophie, Heldin mit Handy. Interview mit der Historikerin Barbara Beuys und der Schauspielerin Luna Wedler. In: *Spiegel Online*, 08.05.2021. https://www.spiegel.de/geschichte/weisse-rose-sophie-scholls-letzte-monate-als-instagram-projekt-a-04369f34-b186-4c1e-854e-2d6ddcc13461 (31.01.2023)

INSTAGRAM (2021): https://www.instagram.com/ichbinsophiescholl/ (31.01.2023)

JÄGER, MARGARETE (2019): Wie kritisch ist die Kritische Diskursanalyse. In: WIEDEMANN, THOMAS; CHRISTINE LOHMEIER (Hrsg.): *Diskursanalyse für die Kommunikationswissenschaft. Theorie, Vorgehen, Erweiterungen*. Wiesbaden: Springer/VS, S. 61-82.

JÄGER, SIEGFRIED (2001): Diskurs und Wissen. Theoretische und methodische Aspekte einer Kritischen Diskurs- und Dispositivanalyse. In: KELLER, REINER; HIRSELAND, ANDREAS; SCHNEIDER, WERNER; VIEHÖVER, WILLY (Hrsg): *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Bd. 1: Theorien und Methoden*. Opladen: Leske + Budrich, S. 81-112.

JARREN, OTFRIED; VOGEL, MARTINA (2009): Gesellschaftliche Selbstbeobachtung und Koorientierung. Die Leitmedien der modernen Gesellschaft. In: MÜLLER, DANIEL; LIGENSA, ANNEMONE; GENDOLLA, PETER (Hrsg.): *Leitmedien*. Bielefeld: transcript, S. 71-92.

KANSTEINER, WULF (2020): Das kosmopolitische Dilemma. Migration, digitale Medien und Erinnerungspolitik in Deutschland. In: SCHANETZKY, TIM u. a. (Hrsg.): *Demokratisierung der Deutschen. Errungenschaften und Anfechtungen eines Projekts*. Göttingen: Wallstein, S. 422-441.

KORSCHE, JOHANNES (2022): Instagram-Projekt »IchbinSophieScholl«: »... hätte man deutlicher darstellen können, was Fiktion und was Fakten sind«. In: *Süddeutsche Zeitung*, 05.07.2022. https://www.sueddeutsche.de/medien/sophie-scholl-instagram-1.5615439 (31.01.2023)

KUFFERATH, FELICIA (2021): Das Potenzial der sozialen Medien; Instagram und Co. sind nicht nur oberflächlich. Das Sophie-Scholl-Projekt beweist es. In: *Rheinische Post* vom 17.05.2021, S. 2.

LELLE, NIKOLAS; UHLIG, TOM (2021): Entlastung und Erinnerung. In: *Jungle World*, 17.06.2021. https://jungle.world/artikel/2021/24/entlastung-und-erinnerung (31.01.2023)

MÜLLER, MICHELLE (2021). Instagramstories aus dem Jahr 1942. In: *Berliner Morgenpost* vom 05.07.2021, S. 17.

NIETFELD, JOANA (2021): Widersprüche im Widerstand. Jenseits des Mythos: Zu ihrem 100. Geburtstag bietet eine neue Biografie ein differenziertes Bild von Sophie Scholl. In: *Der Tagesspiegel* vom 09.05.2021, S. 23.

N.N. (2021): Sophie Scholl auf Instagram. Geschichte mal anders. In: *Abendzeitung* (München), 06.05.2021, S. 2.

N.N. (2021): Gelungen oder geschmacklos? Die letzten Monate von Sophie Scholl auf Instagram. In: *stern*, 05.05.2021. https://www.stern.de/kultur/sophie-scholl--eine-instagram-aktion-zeigt-die-letzten-monate-der-widerstandskaempferin-30514186.html (31.01.2023)

N.N. (2021): Sophie Scholl – verehrt und vereinnahmt. In: *Die Welt* vom 06.05.2021, S. 1.

OFFERHAUS, ANKE; TRÜMPER, STEFANIE (2023): Die Erinnerung in der Gegenwart: Zum Verhältnis von Journalismus und gesellschaftlicher Erinnerung. In: DFG-NETZWERK KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFTLICHE ERINNERUNGSFORSCHUNG (Hrsg.): *Handbuch kommunikationswissenschaftliche Erinnerungsforschung*. Berlin, Boston: de Gruyter, S. 151-182.

PEITZ, CHRISTIANE (2021): Hommage an die Widerstandskämpferin: @ichbinsophiescholl. In: *Der Tagesspiegel*, 04.05.2021. https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/medien/hommage-an-die-widerstandskaempferin-ichbinsophiescholl/27158812.html (31.01.2023)

PENTZOLD, CHRISTIAN (2020): Mediendiskursanalyse: Programm und Perspektive der Critical Discourse Analysis. In: BUCHER, HANS-JÜRGEN (Hrsg.): *Medienkritik zwischen ideologischer Instrumentalisierung und kritischer Aufklärung*. Köln: Herbert von Halem, S. 21-38.

PÖTTKER, HORST (2010): Gegenwartsbezüge. Über die Qualität von Geschichtsjournalismus. In: ARNOLD, KLAUS; HÖMBERG, WALTER; KINNEBROCK, SUSANNE (Hrsg.): *Geschichtsjournalismus. Zwischen Information und Inszenierung*. Berlin [u. a.]: Lit, S. 31-44.

PÖTTKER, HORST (2013): Verstehen durch Vergangenheit. Warum Journalismus in der Mediengesellschaft Geschichte als Themenfeld braucht. In: ERKER, LINDA; KLAUS KIENESBERGER; ERICH VOGL; FRITZ HAUSJELL (Hrsg.): *Gedächtnis-Verlust? Geschichtsvermittlung und -didaktik in der Mediengesellschaft*. Köln: Herbert von Halem, S. 178-199.

RATHCKE, JULIA; BEWERUNGE, MARTIN (2021): Geschichtsprojekt: Sophie Scholl ist jetzt auf Instagram. *Rheinische Post*, 06.05.2021. https://www.msn.com/de-de/unterhaltung/tv/sophie-scholl-ist-jetzt-auf-instagram/ar-BB1gqjop (31.01.2023)

RODEK, HANNS-GEORG (2021): Heute live auf Instagram: Sophie Scholl. Tag für Tag soll die größte weibliche Ikone Deutschlands ihre letzten Lebensmonate posten. Eine faszinierende Idee – und zugleich eine weitere Vereinnahmung. In: *Die Welt* vom 06.05.2021, S. 22.

ROGALLA, LUKAS (2022). ZDF Magazin Royale mit Jan Böhmermann: »Wir Täter waren ja auch irgendwie hauptsächlich Opfer«. In: *Frankfurter Rundschau*, 24.02.2022. https://www.fr.de/kultur/tv-kino/scholl-instagram-ns-deutschland-zdf-magazin-royale-jan-boehmerman-sophie-91359415.html (31.01.2023)

RONDOT, SARAH (2021): Warum wir alle Sophie Scholl auf Instagram folgen sollten. In: *Fudder*, 07.05.2021. https://fudder.de/warum-wir-alle-sophie-scholl-auf-instagram-folgen-sollten--201766456.html (31.01.2023)

RUEP, STEFANIE (2021): Die Widerstandskämpferin Sophie Scholl ist nun auf Instagram. In: *Der Standard*, 05.05.2021. https://www.derStandard.de/story/2000126414093/die-widerstandskaempferin-sophie-scholl-ist-nun-auf-instagram (31.01.2023)

RÜHL, MANFRED (1980): *Journalismus und Gesellschaft. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf.* Mainz: Hase & Koehler.

SCHÖNSTÄDT, ANNIKA (2021): Die Frau hinter dem Mythos. In: *Berliner Morgenpost* vom 09.05.2021, S. 47.

SERAFINI, SARAH (2021): Sophie Scholl auf Instagram: »Man lebt mit ihr wie mit einer Freundin«. Interview mit Susanne Gebhardt, Leiterin der Redaktion Zeitgeschehen und Geschichte beim SWR. In: *Watson*, 30.05.2021. https://www.watson.ch/international/schweiz/883318045-die-macherin-des-sophie-scholl-instagram-accounts-im-interview (31.01.2023)

SEESSLEN, GEORG (2021): Sophies Insta-Welt. Weiße Rose: Taugen soziale Medien zur Aufbereitung von Erinnerungskultur? Das Projekt @ichbinsophiescholl ist zu Recht umstritten. In: *der Freitag*, 22.05.2021. https://www.freitag.de/autoren/der-freitag/sophies-insta-welt (31.01.2023)

STAUFFACHER, RETO (2021): »Ich bin Sophie Scholl«. Geschichtsunterricht funktioniert auch auf Instagram. In: *Neue Zürcher Zeitung*, 24.05.2021. https://www.nzz.ch/feuilleton/ich-bin-sophie-scholl-durchbruch-eines-neuen-instagram-formats-ld.1626045?reduced=true (31.01.2023)

SWR (o.J. a): FAQ. Die wichtigsten Fragen und Antworten zum Projekt. Weitere Fragen. https://www.swr.de/unternehmen/ich-bin-sophie-scholl-projekt-100.html#FAQ (31.01.2023)

SWR (o.J. b): Wie erzählt Sophie Scholl auf ihrem Instagram-Kanal? https://www.swr.de/unternehmen/ich-bin-sophie-scholl-umsetzung-100.html (31.01.2023)

SWR (o.J. c): FAQ: Sind Sophies Posts historisch nachprüfbar? Sind ihre Gefühle historisch belegbar? https://www.swr.de/unternehmen/ich-bin-sophie-scholl-umsetzung-100.html (31.01.2023)

SWR (o.J. d): FAQ: Fehlte es bei @ichbinsophiescholl an historischer Kontextualisierung? https://www.swr.de/unternehmen/ich-bin-sophie-scholl-umsetzung-100.html (31.01.2023)

SWR (o.J. e): Instagram-Projekt @ichbinsophiescholl. https://www.swr.de/unternehmen/ich-bin-sophie-scholl-instagram-serie-102.html (31.01.2023)

SWR (o.J. f): Lebendige Geschichte mit Social Media. https://www.swr.de/unternehmen/kommunikation/pressemeldungen/ichbinsophiescholl-schlussphase-100.html (31.01.2023)

SZYSZKA, PETER (o.J.): PR und Journalismus. In: *Journalistikon, das Wörterbuch der Journalistik*. https://journalistikon.de/category/pr-und-journalismus/ (31.01.2023)

TEIGE, STELLA (2022): Instagram-Projekt »Ich bin Sophie Scholl«. Wo verläuft die Grenze zwischen historischer Figur und Influencerin? Interview mit Ullrich Herrmann. In: *Der Spiegel*, 19.02.2022. https://www.spiegel.de/kultur/instagram-projekt-ich-bin-sophie-scholl-wir-haben-keine-heldinnengeschichte-erzaehlt-a-714c9a78-bb1b-40a1-8cee-26e311304ade (31.01.2023)

THIELE, MARTINA (2023, i. E.): Erinnern mit Instagram? @ichbinsophiescholl zwischen Identifikation, parasozialer Interaktion und Anmaßung.

In: Schweiger, Gottfried; Zichy, Michael (2023): *Zwischenmenschliche Beziehungen im Zeitalter des Digitalen*. Wiesbaden: Springer/VS.

THOMANN, JÖRG (2021): Was würdest du tun, Sophie? Sophie Scholl ist eine deutsche Ikone – und als solche vielen heute recht fern. Zu ihrem hundersten wird versucht, sie nah an uns heranzuholen. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 02.05.2021, S. 9-10.

THOMAS, TANJA; THIELE, MARTINA (2023, i. E.): @ichbinsophiescholl. Erinnern und Vergessen von Widerstand gegen den Nationalsozialismus in medialen Öffentlichkeiten. In: KUCHLER, CHRISTIAN; BERG, MIA (Hrsg.): *@ichbinsophiescholl. Geschichtsdarstellung in Social Media: Projekt – Rezeption – Analyse*. Göttingen: Wallstein.

TIESCHKY, CLAUDIA (2021): Reform von ARD, ZDF und Deutschlandradio. »Es verändert sich etwas ganz Entscheidendes«, Interview mit Heike Raab, Vorsitzende der Rundfunkländerkommission. In: *Süddeutsche.de*, 14.06.2021. https://www.sueddeutsche.de/medien/oeffentlich-rechtliche-reform-ard-zdf-heike-raab-medienstaatsvertrag-1.5320649 (31.01.2023)

UFER, PETER (2021): Sie ist ein Mensch und kein Mythos. Gespräch mit Hildegard Kronawitter, Vorsitzende der Weiße Rose Stiftung. In: *Sächsische Zeitung* vom 08.05.2021, S. 23.

WEISE, MARCO (2021): Sophie Scholl als Influencerin. In: *Kurier*, 09.05.2021. https://kurier.at/kultur/sophie-scholl-als-influencerin/401376755 (31.01.2023)

WEYERER, MARLENE (2021): Wie Sophie Scholl auf Instagramm lebendig wird. In: *Augsburger Allgemeine*, 06.05.2021. https://www.augsburger-allgemeine.de/kultur/Instagram-Projekt-Wie-Sophie-Scholl-auf-Instagram-lebendig-wird-id59639846.html (31.01.2023)

WIEDEMANN, THOMAS; LOHMEIER, CHRISTINE (Hrsg.) (2019): *Diskursanalyse für die Kommunikationswissenschaft. Theorie, Vorgehen, Erweiterungen*. Wiesbaden: Springer/VS.

ZELIZER, BARBIE (1992): *Covering the Body. The Kennedy Assassination, the Media and the Shaping of Collective Memory*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

ZELIZER, BARBIE (2008): Why Memory's Work on Journalism Does Not Reflect Journalism's Work on Memory. In: *Memory Studies*, (1)1, S. 79-87.