

Gender in der ‚Identitären Bewegung‘



Marie Rodewald

**Gender in der ‚Identitären Bewegung‘
Inszenierungen in Social Media**

Reihe Aspekte



Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie.
Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet abrufbar unter
<http://dnb.d-nb.de>

Besuchen Sie unsere Verlage im Internet:
www.alma-marta.de
www.marta-press.de

Dissertation zur Erlangung des Grades der
Doktorin der Philosophie (Dr. phil.)
an der Fakultät für Geisteswissenschaften der Universität Hamburg, 2021.

1. Auflage 2023

© 2023 Alma Marta, Hamburg, Germany
www.alma-marta.de

Alle Rechte vorbehalten.

Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotografie, Mikrofilm oder andere Verfahren)
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer
Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© Coverlayout: Andreas Imhof, Hamburg.

Printed in Germany.

ISBN 978-3-948731-13-7

Vorwort

Januar 2016: Die Medien sind voll von Berichten, Meinungen und Analysen zu „Köln“. In der Domstadt haben sehr viele Menschen Silvester gefeiert und hier – so kann man es den Berichten entnehmen – begingen vornehmlich junge Männer aus Nordafrika und Nahost sexuelle Übergriffe auf weiße, europäische Frauen. Ein Ereignis, das alle Migrationskritiker:innen in ihren Einstellungen bestätige. Der Sommer 2015, der medial von einer migrantischen Willkommenskultur geprägt war, war mit dem Jahreswechsel beendet. Im Schatten von „Köln“ erstarkten rechtspopulistische und rechtsextreme Gruppierungen. Unter ihnen die ‚Identitäre Bewegung‘.

Februar 2023: Das mediale Thema der Stunde ist der Ukraine-Krieg, der seit einem Jahr Europa in Atem hält. Immer wieder erklingen Debatten von „guten Geflüchteten“ (gemeint sind weiße Europäer:innen) und „schlechten Geflüchteten“ (nicht-weiße Andere). Die AfD hat sich als rechtspopulistische Partei etabliert, ihre Jugendorganisation wird vom Verfassungsschutz beobachtet. Die ‚Identitäre Bewegung‘ hat ihre großen öffentlichen Plattformen längst verloren und ist auf Nischen-Angebote ausgewichen, mit denen sie die breite Masse nicht mehr erreichen kann. Martin Sellner, einstmalig Sprecher und Vorzeigegesicht der österreichischen Identitären, trat von seinem Vorstandsposten zurück. Er ist mittlerweile verheiratet, Vater und für eine „Jugendbewegung“ mit 34 Jahren zu alt.

Zwischen Forschungsbeginn und der Veröffentlichung dieses Buches ist viel passiert. Sechs Jahre (von 2016 bis 2022) habe ich mich intensiv mit rechtsextremen Akteur:innen in den sozialen Medien auseinandergesetzt. Ich sah die ‚Identitäre Bewegung‘ zum angstmachenden populären Dauerthema werden, begleitete die Selbstreflexion der Medien und Politik und analysierte das mediale Verschwinden der selbsternannten „Jugendbewegung“. Währenddessen verfestigten sich die rechten Narrative und Ansichten weiter in der Gesellschaft.

Gender wurde früh zur zentralen Kategorie meiner Arbeit. Es ist bekannt, dass rechtsextreme und sexistische Einstellungsmuster oft gemeinschaftlich auftreten: Geschlechterbilder und Stereotype werden bewusst genutzt, um rechte Narrative zu etablieren und Unterstützung für rechtsextreme Ideologien zu gewinnen. Durch die Untersuchung dieser Inszenierungen weise ich nach, wie rechtsextreme Akteurinnen und Akteure ihre Botschaften in den sozialen Medien vermitteln und wie sie Geschlecht als Instrument für ihre Propaganda einsetzen, um ihre Ideologie zu verbreiten und ihre Ziele zu erreichen. Ich hoffe, dass diese Studie dazu beitragen wird, ein besseres Verständnis für die Bedeutung von sozialen Medien in der extremistischen Szene zu schaffen und das sie zur Entwicklung von Strategien beitragen kann, um deren Einfluss einzudämmen.

Mein besonderer Dank gilt meinen Betreuer:innen, die mich während meiner gesamten Forschungszeit unterstützt und ermutigt haben. Ihre fachliche Expertise und ihre konstruktiven Rückmeldungen waren von unschätzbarem Wert und haben mich bei der Weiterentwicklung meiner Arbeit maßgeblich beeinflusst. Ein besonderer Dank gilt Sabine Kienitz, die mich über mehrere Jahre hinweg begleitet und unterstützt hat. Ihre wertvollen Ratschläge und ihr Feedback haben mir geholfen, die Arbeit kontinuierlich zu verbessern. Auch Moritz Ege und Norbert Fischer haben mir durch ihre inspirierenden Denkanstöße neue Perspektiven eröffnet und meine Arbeit bereichert. Des Weiteren möchte ich mich bei Sina Sauer und Julia Kloss-Weber sowie dem Team der Isa Lohmann-Siems Stiftung bedanken. Das Projekt hat mir nicht nur die finanziellen und strukturellen Möglichkeiten gegeben, wichtige Teile meiner Arbeit zu vertiefen und auszuarbeiten, sondern auch wertvolle Erfahrungen für meine berufliche Zukunft vermittelt.

Hamburg, Mai 2023

Inhaltsverzeichnis

I.	Rechtsextreme Geschlechtervorstellungen im Wandel?	1
1.	Einleitung	3
1.1.	Gegenstandsbezogene Zugänge und Fragestellung.....	3
1.1.1.	Die Identitäre Bewegung: Politische und ideologische Einordnung.....	3
1.1.2.	Die Identitäre Bewegung und die Medien.....	5
1.1.3.	Fragestellung	8
1.2.	Kulturwissenschaftliche Zugänge	9
1.2.1.	Gender in der Rechtsextremismusforschung.....	9
1.2.2.	Die Identitäre Bewegung im Kontext des digitalen Aktivismus	11
1.2.3.	Inszenierung: Von Goffman ins Social Web.....	15
1.2.4.	Moralische Problematiken der ethnografischen Forschung in einem rechtsextremen Feld.....	17
1.3.	Aufbau der Arbeit	18
2.	Theoretische Rahmungen: Selbstinszenierung durch geschlechtlich markierte Repräsentationsfiguren.....	20
2.1.	Inszenierung und Gender in den Kulturwissenschaften	20
2.1.1.	Goffman: Inszenierung des Selbst in on- und offline Räumen.....	21
2.1.2.	Butler: Doing Gender.....	23
2.1.3.	Zur Aktualisierung der <i>gale gaze</i> : Weiblichkeit in den sozialen Medien	25
2.1.4.	Darstellungen hegemonialer Männlichkeit in den sozialen Medien	28
2.2.	Annäherung an Figurentypen in den Sozial- und Kulturwissenschaften.....	31
2.2.1.	Von der Sozialfigur zur kulturellen Figur	31
2.2.2.	Fiktive Charaktere und reale Wirkungen	33
2.3.	Praxen des Self-Brandings: Micro-Celebrities und Influencer:innen als Kunstfiguren	36
2.3.1.	Zur Authentizität von (Kunst-)Figuren	38
2.3.2.	Influencer:innen: Von der Selbstinszenierung zum Ich als Marke	43
2.3.3.	Die Repräsentationsfiguren in der Identitären Bewegung.....	46
3.	Methode: Ethnografisches Forschen in einem rechtsextremen Feld	47
3.1.	Forschungsdesign.....	49
3.1.1.	Der Feldzugang: Spezifische Regeln des Feldes	49
3.1.2.	Forschungshaltung: Research Against	53
3.1.3.	Feldkonstruktion.....	56
3.1.4.	Materialauswertung.....	59
3.2.	Kritische Perspektive auf Forschung und Feld	61
3.2.1.	Die Gefahr der Übernahme von stereotypen Erklärungsmustern von Rechtsextremismus	61

3.2.2.	<i>Being then</i> und die Bedeutung von Zeitlichkeit in der Online-ethnografie.....	63
II.	Strategische Repräsentationsfiguren zur Steuerung der medialen Verortung	67
4.	Der IBster: Entwicklung eines Begriffs	69
4.1.	Kulturelle Aneignungen des (H)IBsters	73
4.1.1.	Die Aktualisierung des rechtsextremen Code-Phänomens.....	76
4.1.2.	Die Bedeutung der Fotografie als „Waffe“	81
4.1.3.	Ästhetiken der (pseudo-)Intellektualität.....	83
4.2.	Die Ironie des IBsters	89
4.2.1.	Ambivalente Beziehungen zwischen Gesagten und Ungesagten in Onlinerräumen	90
4.2.2.	Das ironische Spiel mit eigener Männlichkeit.....	93
4.2.3.	Schluss mit lustig? Zur ironischen Aneignung von NS-Symbolik	96
5.	Weibliche Sichtbarkeiten	100
5.1.	Die Frau im Imagebild der Identitären Bewegung.....	102
5.1.1.	Kompromisslos feminin	107
5.1.2.	Symbolisch rebellisch	110
5.1.3.	Unbedingt sexualisiert.....	113
5.2.	Das Spiel mit den Medien.....	115
5.2.1.	Frauen in der ersten Reihe.....	116
5.2.2.	Die Festschreibung des Postergirls	118
5.3.	Perspektivenwechsel: Influencerinnen	122
5.3.1.	Öffentliche Auftritte: Sprecherinnen oder Statistinnen?	124
5.3.2.	Produktpräsentationen: passive Repräsentation oder aktive Inszenierung?.....	127
II.1.	Figuren im Mediendiskurs	129
III.	Teilnarrative über die Zersetzung der Kultur von innen.....	130
6.	Figuren des Antifeminismus	136
6.1.	Die Linksfeministin.....	139
6.1.1.	„Unattraktive“ weibliche Nacktheit oder der Verlust der <i>male gaze</i>	142
6.1.2.	Feminismus als das Unglück der Frau	145
6.1.3.	Feministische Einflüsse auf Männlichkeiten.....	150
6.2.	Weibliche Gegenentwürfe zur Linksfeministin	154
6.2.1.	Identitäre Idealvorstellungen von Mutterschaft	156
6.2.2.	Kann es eine „Rechtsfeministin“ geben?	160
7.	Identitäre Waldgänger:innen.....	164
7.1.	Der identitäre Waldgänger als Figur des ‚aufrichtigen‘ Widerstands	166
7.1.1.	Vom IBster zum #waldgang.....	167
7.1.2.	Die politische Entwicklung des identitären Waldgängers	170
7.1.3.	Träume und Taten: Der Weg ins Innere.....	174

7.1.4.	[Exkurs] Die Red-Pill-Metapher, Memes und Viralität von Internetphänomenen.....	176
7.2.	Der Wald(gang) als Symbol des Antimodernismus	182
7.2.1.	Neofolk: Zwischen Waldspaziergang und Waldgang	184
7.2.2.	Vom Neofolk zum Vapor- und Fashwave.....	187
7.2.3.	Weiblicher Waldgang: Frauen im Wald.....	193
III.1. Figuren im Narrativ um den Kulturverfall		194
IV. Teilnarrative um die Bedrohung der Kultur von außen		195
8.	Der Alphamann: Aktualisierungspraxen von hegemonialer Männlichkeit.	197
8.1.	Heroismus und Gewaltverherrlichungen in postheroischer Zeit	200
8.1.1.	Der „Held des Widerstands“ und sein Feindbild	202
8.1.2.	Historische Helden, popkulturelle Adaptionen und der heroische Opfertod	206
8.1.3.	Männerhorden und „Cyber-Spartiaten“: Stärke der Gemeinschaft.....	209
8.2.	Sport als Inbegriff des Doing Masculinity	213
8.2.1.	Boxen als identitärer Männersport.....	215
8.2.2.	Ästhetische Männerkörper: „Warum Patrioten Muskeln brauchen“	218
8.3.	Ruhende Männlichkeit, kontrollierte Wehrhaftigkeit.....	220
8.3.1.	Ästhetiken der Selbstbeherrschung	221
8.3.2.	Umgang mit Fällen von Körperverletzung.....	224
9.	Das (ver)weiblich(t)e Opfer.....	226
9.1.	Inszenierungen der Angst: Funktion und Wirkung weiblicher Opfer in identitären Praxen von sexualisiertem Rassismus	227
9.1.1.	120 Dezibel - Instrumentalisierung realer Opfer	228
9.1.2.	Der weibliche Körper als Projektionsfläche.....	232
9.1.3.	Konstruktion von Schwäche als eine weiblichkeitsbestimmende Eigenschaft	235
9.2.	Strategien der Entmännlichung	239
9.2.1.	Entmännlichung des ‚Fremden‘	240
9.2.2.	Beta-Männer und #soyboys.....	244
IV.1. Figuren im Narrativ des ‚Großen Austauschs‘		250
V. Ergebnisse		251
10.	Repräsentationsfiguren als analytisches Werkzeug. Ein Fazit	251
11.	Entzaubert: Die Identitäre Bewegung in der strategischen Sackgasse	252

VI.	Literatur- und Quellenverzeichnis.....	vii
VI.1.	Literatur.....	vii
VI.2.	Studien und Graue Literatur	xviii
VI.3.	Presse- und Medienmaterial	xix
VI.4.	Social-Media und Internetquellen.....	xxiv
VII.	Abbildungsverzeichnis	xxx

I. Einleitung

I. Rechtsextreme Geschlechtervorstellungen im Wandel?

Als sich die deutschsprachige ‚Identitäre Bewegung‘¹ im Januar 2012 gründete, zog sie von Beginn an das Interesse der Medien auf sich. Eine Gruppe, die zum größten Teil aus jungen Männern mit gleichermaßen akademischem Hintergrund wie rechtsradikaler Vergangenheit zu bestehen schien, inszenierte sich im Internet kaum anders als andere Gruppen und Individuen des studentischen und großstädtischen Milieus dieser Zeit: Turnschuhe der Marke *New Balance*, Undercut-Frisuren und T-Shirts mit ironischen Prints orientieren sich stärker am Stil des urbanen Hipsters² als an klassischer rechtsextremer Ästhetik. Eindeutige vestimentäre Symbole der rechten Szene, wie die Springerstiefel und Bomberjacken der 1980er und 1990er Jahre oder die seit den frühen 2000er Jahren populäre Marke *Thor Steinar*, schienen mit dem Erscheinen der Identitären aus den einschlägigen rechten Kreisen verschwunden zu sein. Die Modernisierungstendenzen im rechtsradikalen Milieu, die schon lange vor der Identitären Bewegung erkannt, aber noch als unabgeschlossene Suchbewegung beschrieben wurden,³ verfestigten sich augenscheinlich.

Die Dynamiken und Wandlungstendenzen zeigten sich unter anderem in der Aufweichung der Figur des rechtsextremen Mannes, die zuvor als hypermaskulin interpretiert werden konnte.⁴ Der klassische rechtsextreme Mann hatte soldatisch, muskulös, heterosexuell, potent und allgemein gesprochen ‚hart‘ aufzutreten. Doch dies schien ab den frühen 2010er Jahren nicht mehr das alleingültige Identitätsangebot auszumachen; das Übermännliche wurde aufgeweicht und geschlechtliche Identitätsangebote flexibler. Zum Beispiel verabschiedeten sich Gruppen wie die rechtsextremen Autonomen Nationalisten optisch von der neonazistischen Springerstiefelästhetik und übernahmen stattdessen den anschlussfähigeren Stil linker autonomer Gruppen mit schwarzen Kapuzenpullis.⁵ Ebenso wurden in der Szene Debatten um Sexualität angestoßen, mit dem Ergebnis, dass einem homosexuellen Mann in der rechtsextremen Szene nun nicht mehr von vornherein die Männlichkeit aberkannt wird. Auch die Frauenrollen schienen sich zu wandeln, was sich an einem steigenden weiblichen Anteil der Mitglieder rechtsextremer Gruppen zeigte.⁶

¹ Einfache Anführungszeichen weisen in dieser Arbeit darauf hin, dass die jeweilige Bezeichnungen diskursiv umkämpft sind, es sich um Setzungen der rechtsextremen Szene handelt, die bei weitem nicht unumstritten sind, oder dass der markierte Begriff in einem spezifischen Kontext zu lesen ist (wie ‚schön‘, ‚falsch‘, ‚wahr‘, und so weiter). Diese Begriffe sind nicht wörtlich zu verstehen, sondern verweisen auf diskursive Aushandlungen und markierte Sprecher:innenpositionen in diesen Diskursen. Die entsprechende Vielschichtigkeit ergibt sich in dieser Arbeit jeweils durch den Kontext, in dem die markierten Begriffe verwendet werden.

Im Falle der ‚Identitären Bewegung‘ rechtfertigt sich die Markierung erstens aufgrund der Annahme, dass es sich bei der Gruppe um eine soziale Bewegung handeln könnte: Es ist jedoch lediglich ein Verein (e.V.) und ein Zusammenschluss aus einigen lokalen wie regionalen Gruppierungen. Zweitens soll darauf hingewiesen werden, dass die ‚Identitären‘ keine, wie man dem Namen nach vermuten könnte, Identitätspolitik betreiben, sondern rassistische Anliegen vertreten.

Ich werde allerdings im Folgenden auf die Setzung der Anführungszeichen bei der ‚Identitären Bewegung‘ verzichten, da die gesetzten Markierungen sonst zum Teil so zahlreich ausfallen, dass sie durch ihre Masse untergehen und schließlich ihren Nutzen der Sichtbarmachung einbüßen. Davon ausgenommen sind Zitate, bei denen die Begrifflichkeiten um die Identitären im Original entsprechend markiert wurden.

² Zum Stil und zur Verortung der Hipsterfigur in Deutschland, vgl. Ikrath, Philipp: *Die Hipster. Trendsetter und Neo-Spießer*. Wien 2015.

³ Vgl. Heilmann, Andreas: *Normalisierung und Aneignung – Modernisierung und Flexibilisierung von Männlichkeiten im Rechtsextremismus*. In: Claus, Robert; Lehnert, Esther; Müller, Yves (Hg.): *„Was ein rechter Mann ist...“ Männlichkeiten im Rechtsextremismus (= MANUSKRIPTE – Neue Folge der Rosa-Luxemburg-Stiftung 68)*. Berlin 2010, S.53-66. Hier S. 63.

⁴ Vgl. Lehnert, Esther: *Angriff auf Gender Mainstreaming und Homo-Lobby – der moderne Rechtsextremismus und seine national-sozialistischen Bezüge am Beispiel der Geschlechterordnung*. In: Claus/Lehnert/Müller 2010, S.89-99.

⁵ Vgl. Heilmann 2010.

⁶ Die Zahlen dazu sind unter Vorbehalt zu interpretieren, denn Frauen in der rechten Szene und ihre Rollen wurden lange übersehen. Vgl. Amadeu Antonio Stiftung (Hg): *Rechtsextreme Frauen – übersehen und unterschätzt. Analysen und Handlungsempfehlungen*. Berlin 2015. URL: https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/w/files/pdfs/broschuere_rechترفrauen.pdf. Letzter Aufruf: 05.01.2016.

Zu Frauenbildern in der rechtsextremen Szene, vgl. auch Bitzan, Renate: *Rechte Frauen. Skingirls, Walküren und feine Damen*. Berlin 1997.

I. Einleitung

Diese Veränderungen vollzogen sich in vielen verschiedenen Bereichen in der rechten Szene, doch steuerten die Akteur:innen keinem einheitlichen Entwicklungstrend entgegen. Es schien zunächst nicht erkennbar, wie weit die Erneuerungen der Szene reichen sollten, was neues Identifikationssymbol wird und welche bestehenden Elemente aus der Neo-Nazi Szene den Wandel überdauern werden. Jede rechtsextreme Gruppe schien hier eigene Vorstellungen zu haben, die sich mitunter gegenseitig ausschlossen.⁷

Als die Identitäre Bewegung ab 2012 zunächst im Internet und dann vermehrt ab 2016 auch im öffentlichen Raum mit einheitlichem Look und einem Corporate Design erschien, weckte dies die Neugier von Journalist:innen und Rechtsextremismusexpert:innen unterschiedlicher Disziplinen, die versuchten, die optischen und rhetorischen Elemente der selbsternannten Identitären als neue Codes in der rechten Szene zu verstehen.⁸ Der Reporter Daniel Erk schreibt über die Identitäre Bewegung später, sie seien „Hunderterklischees“. Er bezieht sich dabei auf Umberto Eco: „Zwei Klischees sind lächerlich, hundert Klischees ergreifend. Sie [die Identitären] sind unzweideutig und befriedigen das große Bedürfnis nach Klarheit.“⁹

Zumindest auf einer oberflächlichen Ebene erscheint die Einschätzung des Journalisten zutreffend, denn die Identitäre Bewegung scheint ein Komplettpaket anzubieten, das eine kulturrassistische Ideologie umfasst, Rhetoriken und Kommunikationsformen vorgibt, Kleidungsfragen beantwortet und schließlich sogar bestimmte Musikstile, Filme und Computerspiele und temporär auftretende Internetphänomene explizit oder implizit als identitär definiert oder ihnen dieses Attribut abspricht. Dieses Komplettpaket brachte nun viele Beobachter:innen zu der Schlussfolgerung, dass die Identitäre Bewegung auf darstellerischer, inhaltlicher und organisatorischer Ebene etwas Neues – eine rechtsextreme Subkultur? eine Gegenkultur? eine Marke? – geschaffen hatte.¹⁰

Auch die Veränderungsprozesse der gültigen Geschlechterrollen schienen keinen eindeutigen Entwicklungstrend erkennen zu lassen: Einige Beobachter:innen sprechen – allerdings vorsichtig, mit Fragezeichen und in Anführungsstrichen – von einer Möglichkeit einer sich etablierenden, rechtsextremen Spielart des Feminismus.¹¹

⁷ Vgl. Heilmann 2010, S.62.

⁸ Die Soziologin Cynthia Miller-Idriss weist darauf hin, dass auch zuvor Vernetzungen und optische Gemeinsamkeiten in der rechten Szene stattgefunden haben. So ist der stereotype „Glatzen-Look“ der Neonazis der 1980er und 1990er Jahre nicht auf einzelne rechte Gruppen beschränkt, sondern einte die Szene von Nordamerika und Europa. Gemeinsame Identifikation fand auch über das Tauschen von Musik und den Besuch von Rechtsrock-Konzerten und Festivals statt. Zudem gab es schon früh einschlägige T-Shirts, die einen klaren Bezug zur Szene anzeigten, sie waren jedoch von minderer Qualität und arbeiteten mit einer wenig komplexen Codierung. Dies machte sie für den Alltag und ihre langfristige Nutzung unbrauchbar. Dies änderte sich mit der Gründung von *Thor Steinar*. Einerseits bot die Bekleidungsmarke Produkte von höherer Qualität an, andererseits verwendeten sie auch komplexere Codes und Sprachspiele. Vgl. Miller-Idriss, Cynthia: *The Extreme Gone Mainstream. Commercialization and Far Right Youth Culture in Germany*. Woodstock/Oxfordshire 2017, S.2-3.

⁹ Erk, Daniel: *Rechte Inszenierungen. Über „Identitäre“ berichten, ohne ihnen auf den Leim zu gehen*. In: *Übermedia*, 20.10.2017. URL: <https://uebermedien.de/21848/ueber-identitaere-berichten-ohne-ihnen-auf-den-leim-zu-gehen/>. Letzter Aufruf 11.05.2020.

¹⁰ Hier soll jedoch nicht suggeriert werden, dass die Identitäre Bewegung die einzige Gruppe ist, die eine scheinbar neue Formierung anbietet oder als einzige damit Erfolge erzielen konnte. Felix Korsch zeigte, dass auch der klassische Neonazismus wieder an Aufwind gewann. Zusammengefasst zum „apokryphischen Neofaschismus“ sieht er nicht nur die Identitäre Bewegung als einen neuen Akteur im rechtsextremen Feld, sondern zählt dazu auch Reichsbürger, die Neue Rechte allgemein, die weit rechtsstehenden Höcke-Anhänger:innen des mittlerweile aufgelösten „Flügels“ der AfD und schließlich den Dunstkreis um Jürgen Elsässers *COMPACT-Magazin*. Weiterhin analysierte er insbesondere rechtsextreme Bürgerwehren, die ab 2015 vor allem in den Regionen in und um Dresden und Chemnitz für Aufsehen sorgen. Vgl. Korsch, Felix: *Wehrhafter Rassismus. Materialien zu Vigilantismus und Widerstandsdiskurs der sozialen Bewegung von rechts*. In: Burschel, Friedrich (Hg.): *Durchmarsch von rechts. Völkischer Aufbruch: Rassismus, Rechtspopulismus, rechter Terror (= MANUSKRIPTE - Neue Folge der Rosa-Luxemburg-Stiftung 17)*. Berlin 2018, S.64-103.

¹¹ Vgl. Dörr, Julian: *Feminismus von rechts außen?* In: *Süddeutsche Zeitung*, 12.02.2018. URL: <https://www.sueddeutsche.de/kultur/metoo-debatte-feminismus-rechtsextremismus-1.3862040>. vgl. auch O.A.: *Rechtsextreme „Feministinnen“ stören die Berlinale*. In: *Jetzt*, 20.02.2018. URL: <https://www.jetzt.de/politik/120db-rechte-feministinnen-stuermen-berlinale>. Letzter Aufruf beider Artikel 14.04.2021.

I. Einleitung

1. Einleitung

Die oben knapp skizzierten Leerstellen, Fragezeichen und vagen Hypothesen systematisch zu füllen, zu beantworten und zu bestätigen beziehungsweise zu verwerfen wurde zum Gegenstand meiner Forschung. Ich näherte mich den Problemfeldern aus einer empirisch-kulturwissenschaftlichen Perspektive und untersuchte Inszenierungspraxen der Identitären Bewegung und ihrer Mitglieder auf den großen Social-Media-Plattformen, die zu Beginn der Forschung zum Alltag vieler gehörten: Facebook, YouTube, Instagram und Twitter (TikTok wurde erst nach Beginn der Forschung auf den Markt gebracht: im September 2016). Von besonderem Interesse war für mich, wo die Mitglieder der Identitären Bewegung im breiter gewordenen Spektrum von gültigen Geschlechterrollen in der rechtsextremen Szene verortet sind und wie ihre Rollenbilder konstituiert sind.

In diesem ersten Kapitel liefere ich die Basisinformationen, die benötigt werden, um den analytischen Teil der Arbeit einzuordnen. Ich beginne im ersten Unterkapitel mit der Darlegung des Forschungsgegenstandes, zu dem auch die Erörterung der Fragestellung gehört (1.1). Der zweite Teil gibt einen kurzen Überblick über die wissenschaftlichen Grundlagen, auf denen die Arbeit aufbaut. Hier findet sich ein Abriss über zwei Forschungsbereiche, aus deren Perspektive das Phänomen Identitäre Bewegung betrachtet werden kann. Ebenso werden die Techniken, mit deren Hilfe das Material erhoben und analysiert wurde, sowie die theoretischen Bezüge skizzenhaft vorgestellt (1.3.). Schließlich gebe ich einen Überblick über den Aufbau dieser Arbeit, in dem insbesondere die Struktur des Hauptteils erläutert wird (1.3.).

1.1. Gegenstandsbezogene Zugänge und Fragestellung

Ich beginne mit einer kurzen Einordnung der Identitären Bewegung auf ideologischer und politischer Ebene (1.1.1.). Ebenso verdeutliche ich, welche Medienkompetenz die Mitglieder der Identitären Bewegung besitzen. Es handelt sich dabei um eine Schlüsselkategorie, die die Grundlage liefert, um die analysierten Inszenierungen einordnen zu können (1.1.2.). Daran knüpft schließlich die Erörterung der Fragestellung an (1.1.3.).

1.1.1. Die Identitäre Bewegung: Politische und ideologische Einordnung

Als Identitäre Bewegung bezeichnet sich ein Zusammenschluss von größtenteils regional arbeitenden Gruppen junger Erwachsener, die rechtsextremes und völkisches Gedankengut teilen. Die Anhänger:innen vertreten ideologisch ein kulturrassistisches¹² Konzept, in dem zentrale Neologismen wie ‚Ethnopluralismus‘¹³, ‚Remigration‘¹⁴, ‚Reconquista‘¹⁵ und der ‚Große Austausch‘¹⁶ die entsprechenden ideologischen Verknüpfungen nur oberflächlich verdenken und abmildern können.

¹² Zum Begriff des Kulturrassismus, vgl. Hall, Stuart: Die Konstruktion von „Rasse“ in den Medien. In: Rähzel, Nora. (Hg.): Stuart Hall. Ausgewählte Schriften. Berlin 1989, S.150-171.

¹³ Die Identitären betonen häufig, dass sie nichts gegen andere Menschen, Völker und Kulturen hätten, solange diese an ihrem ‚ursprünglichen Platz‘ blieben und sich nicht ‚vermischten‘. Diese Vorstellungen, denen die Annahme von abgeschlossenen ‚Kulturräumen‘ zugrunde liegen, wird in der Identitären Bewegung euphemistisch als ‚Ethnopluralismus‘ bezeichnet. Das negative Gegenbild sei die ‚multikulti Gesellschaft‘.

¹⁴ Bei den Identitären ist damit das systematische Zurückführen von Migrant:innen in ihre angeblich sicheren Herkunftsländer gemeint. Dort sollen die Menschen beim Wiederaufbau nach Kriegen und Konflikten helfen. Die Identitären argumentieren, dass diese Menschen in ‚ihren eigenen Kulturen‘ glücklicher seien als ‚bei uns‘. Kritiker:innen sagen, es handelt sich bei dem Begriff ‚Remigration‘ lediglich um einen Neologismus für den neonazistischen Ruf „Ausländer raus“.

¹⁵ Historisch meint die Reconquista die Zurückeroberung der iberischen Halbinsel und das Zurückdrängen der Muslime in der Zeit von 722 bis 1492. Die Identitären verwenden den Begriff um anzuzeigen, dass sie sich für ‚abendländische Werte‘ in Europa einsetzen und arabische und muslimische Einflüsse unterdrücken und rückgängig machen möchten.

¹⁶ Im englischsprachigen Kontext ist eher der Begriff „white genocide“ geläufig. Beides meint das angebliche mutwillige ‚Aussterben lassen‘ einer europäischen und weißen Bevölkerung zu Gunsten von Muslim:innen und Schwarzen. Vordenker für diese Verschwörungstheorie ist im europäischen Kontext der französische Publizist Renaud Camus mit seinem Werk

I. Einleitung

Das Logo der Identitären Bewegung, deren Mitglieder sich auch als Identitäre Generation oder in der Kurzform als die Identitären bezeichnen, ist von Großbritannien bis nach Osteuropa ein gelbes Lambda auf schwarzem Grund (oder umgekehrt); das Lambda ist der elfte Buchstabe des griechischen Alphabets und in der Interpretation einer Graphic Novel von Frank Miller (1998) und dem daran anschließenden Hollywoodfilm mit dem Titel *300* (Zack Snyder, 2006) außerdem das Wappen der antiken Spartaner, die für die identitären Aktivist:innen eine Vorbildfunktion als kämpferische ‚Verteidiger Europas‘ einnehmen.¹⁷

In Deutschland gründete sich die Identitäre Bewegung etwa zeitgleich mit dem österreichischen Ableger im Jahr 2012. Seit 2014 ist die selbsternannte Bewegung, bei der es sich nach politikwissenschaftlichem Verständnis nicht um eine soziale Bewegung handelt,¹⁸ ein Verein (e.V.) und wird seit 2016 vom Verfassungsschutz zunächst als Verdachtsfall beobachtet: Zwischen 2012 und 2016 galten die identitären Gruppen für den Staatsschutz lediglich als eine „virtuelle Erscheinungsform [...] [mit] wenig Realweltbezug“¹⁹. Am 11. Juli 2019 wurde schließlich entschieden, dass die Identitäre Bewegung „gesichert rechtsextrem“²⁰ sei, wodurch der Verfassungsschutz nun mehr Befugnisse im Rahmen der Überwachung hat. Der aktuelle Verfassungsschutzpräsident Thomas Haldenwang, der seit 2018 die Nachfolge von Hans-Georg Maaßen angetreten ist, nachdem dieser wegen rechtspopulistischer Kommentare aufgefallen war, bezeichnet die Gruppen die Entscheidung begründend als „geistige Brandstifter“, die die „Gleichheit der Menschen oder gar die Menschenwürde an sich in Frage stellen“²¹. Von Beginn an war die Identitäre Bewegung vor allem in den sozialen Netzwerken aktiv. Die (analogen) Aktionen im öffentlichen Raum werden stets im Virtuellen aufgearbeitet und kontextualisiert. Dafür verwenden die vornehmlich männlichen Akteure Protestformen, die im deutschsprachigen Raum als politisch linke Formen des Protests erkannt werden. Dazu gehören die Stürmungen von Vorlesungen an Universitäten oder von Theater- und Filmveranstaltungen, die meist nach kurzer Zeit wieder aufgelöst werden und aufgrund der zeitlichen und örtlichen Begrenzung der Aktionen zunächst nur einer kleinen Gruppe von anwesenden Personen bekanntwerden. Die während der Aktionen aufgenommenen Fotos werden später in den sozialen Medien geteilt und fungieren als Medium für eine Anschlusskommunikation, die ganz bewusst nicht nur die eigenen Sympathisant:innen adressiert, sondern indirekt auch linke Gegner:innen des vor- und parteipolitischen Spektrums, Journalist:innen und Wissenschaftler:innen und auf einer weiteren Ebene auch Migrant:innen.

Der Österreicher Martin Sellner war mit mehr als 130.000 Follower:innen im Mai 2020 der erfolgreichste deutschsprachige YouTuber der Identitären und besaß entsprechende Strahlkraft vor allem nach Deutschland, aber auch in andere europäische Länder und in die USA. Zum Vergleich: Der offizielle YouTube-Kanal der „Identitären Bewegung Deutschland“, auf dem größtenteils

„Revolte gegen den Großen Austausch“, das in deutscher Übersetzung über den rechten Antaios-Verlag von Götz Kubitschek und Ellen Kositzka gehandelt wird. Vgl. Camus, Renaud: *Revolte gegen den Großen Austausch*. Schnellroda 2016.

¹⁷ Vgl. insbesondere die Texte des identitären Rappers mit dem Künstlernamen „Chris Ares“, dessen Inszenierung in Kapitel 8 dieser Arbeit analysiert wird. Die Identitäre Bewegung legt in der Interpretation und Aneignung des Lambdas und der Referenzen auf Sparta keinen Wert auf historische Genauigkeit, sondern orientiert sich an der popkulturellen Adaption.

¹⁸ Vgl. Hentges, Gudrun, Kökgiran, Gürcan; Nottbohm, Kristina: *Die Identitäre Bewegung Deutschland (IBD) – Bewegung oder virtuelles Phänomen?* In: *Forschungsjournal Soziale Bewegung – PLUS*. Supplement zu Heft 3. Onlinepublikation 2014. URL: http://forschungsjournal.de/sites/default/files/fjsbplus/fjsb-plus_2014-3_hentges_koekgiran_nottbohm_x.pdf. Letzter Aufruf: 11.05.2020.

¹⁹ Vgl. Brücken, Timo: *Rechte Jugendbewegung „Identitäre“*. Flashmob der Islamhasser. In: *Spiegel Online*, 01.01.2013. URL: <https://www.spiegel.de/lebenundlernen/schule/identitaere-rechtsextreme-islamfeinde-machen-auf-jugendbewegung-a-880400.html>. Letzter Aufruf 11.05.2020. URL: <https://www.spiegel.de/lebenundlernen/schule/identitaere-rechtsextreme-islamfeinde-machen-auf-jugendbewegung-a-880400.html> Letzter Aufruf 11.05.2020.

²⁰ Haldenwang, Thomas zitiert nach Stempfle, Michael: „Identitäre“ als rechtsextremistisch eingestuft. In: *tagesschau.de*, 11.7.2019. URL: <https://www.tagesschau.de/inland/identitaere-121.html>. <https://www.tagesschau.de/inland/identitaere-121.html> Letzter Aufruf: 11.05.2020.

²¹ Ebd.

I. Einleitung

werbетаugliche Imagefilme der deutschen Gruppen veröffentlicht wurden, zählte zum selben Zeitpunkt nur etwas mehr als 26.000 Abonnent:innen. Ebenso verzeichnete Sellner die höchsten Followerzahlen im deutschsprachigen identitären Netzwerk auf Twitter und Instagram.

Martin Sellner gilt für viele innerhalb und außerhalb der Szene als Referenzmaßstab für die Aktivitäten der Identitäre Bewegung, für Qualitätsbewertung anderer einschlägiger Social-Media-Kanäle und Aktionen und dient darum auch neuen identitären Projekten explizit als Medium zur Erhöhung der Reichweite. Weiterhin ist Sellner bemüht, durch unterschiedliche Formate und Themenschwerpunkte auf den verschiedenen virtuellen Profilen Propaganda zu streuen, ein Gemeinschaftsgefühl zu kreieren, die Szene emotional zu binden und internes Szenewissen zu verbreiten. Zu guter Letzt gilt er in der Szene als Dreh- und Angelpunkt für die Erschaffung einer identitären Subkultur²², deren Elemente aber größtenteils von anderen Akteur:innen stammen und auf Sellners Kanälen lediglich eine zusätzliche Aushandlung und Verbreitung erfahren. Eine weibliche Entsprechung dieser identitären Identifikationsfigur gibt es nicht. Das bedeutet jedoch nicht, dass Frauen keine bedeutende Rolle im identitären ‚Kulturkampf‘, wie sie ihr aktivistisches Anliegen auch beschreiben, besäßen: Wie die anderen aktiven Männer erfüllen auch sie eindeutige Funktionen im Feld der Repräsentation.

1.1.2. Die Identitäre Bewegung und die Medien

Martin Sellner war im Oktober 2016 als Gesprächsgast in die Fernsehsendung „Talk im Hangar 7“ eingeladen, die auf dem österreichischen Privatsender Servus TV ausgestrahlt wurde und bis April 2021 online in den Mediatheken des Senders zu sehen war.²³ Das ursprünglich geplante Thema der Sendung sollte die Denkweise von muslimischen Jugendlichen sein, denen eine kürzlich veröffentlichte Studie erschreckende Ansichten unterstellte. Drei der geplanten Gäste, darunter der Autor der Studie, zogen ihre Teilnahme jedoch kurzfristig zurück. Grund hierfür sei der geladene identitäre Gesprächsgast: mit ihm wolle man nicht diskutieren. Die Redaktion von „Talk im Hangar 7“ und der letzte verbliebene Gast der geplanten Runde mussten aufgrund der Entscheidung, an Martin Sellner festzuhalten und sich seinen Argumenten entgegenzustellen, im Vorfeld der Sendung „einiges einstecken [...] in diesem großen sozialen Medienbattle“²⁴, so der Moderator in seiner Anmoderation. Die Redaktion entschied sich nun, nicht mehr über das ursprüngliche Thema und die muslimischen Jugendlichen zu sprechen, sondern sich stattdessen der Frage zu widmen: „Darf man Rechtsextreme einladen?“ Für das neue Thema der Sendung konnten zwei weitere Gäste kurzfristig gewonnen werden und die Identitären bekamen eine Bühne geboten, um über die Schwierigkeiten zu sprechen, die sie im Mediendiskurs und privat durch das Attribut ‚rechtsextrem‘ zu bewältigen hätten. Sellner sagt, die Absagen der anderen Gäste seien

„sehr bezeichnend. Aber wie Servus-TV sich verhalten hat, kann man wirklich als eine kleine Revolution für die österreichischen Verhältnisse darstellen. [...] Ich hab’ [...] mit einer Absage gerechnet. Ich kenn’ das ja schon ‚Herr Sellner, tut uns leid [...]‘. Ich habe schon so viele Absagen erlebt, will das gar nicht alles erwähnen, von welchen Medien wie und auch in beruflicher Hinsicht. Es ist eine Sache, die man inzwischen gewohnt ist in politischer Hinsicht. Denn der Druck ist hart, unbarmherzig und scharf, und wenn du nicht mit ausgrenzt, dann wirst du selbst ausgegrenzt.“²⁵

An diesem Statement lässt sich das Verhältnis von Medien und Rechtsextremen aus Sicht der Identitären ablesen. Erstens geht es um die zeitweise sehr umstrittene und emotional verhandelte Frage, ob

²² Die Akteur:innen selbst sprechen von der Erschaffung einer *Gegenkultur* als Bestandteil des Kampfes um Hegemonie.

²³ IB | Servus TV, 20.10.16. Zur Erläuterung der Kürzel der Quellenbelege und vollständige Quellenangaben siehe Quellenverzeichnis.

²⁴ Ebd.

²⁵ Ebd.

I. Einleitung

mutmaßlich Rechtsextreme in gesellschaftspolitische Talkshows eingeladen werden dürfen. Man gebe ihnen damit schließlich eine Plattform für die Verbreitung radikaler Ansichten. Oder enttarne nicht gerade die argumentative Konfrontation die widersprüchlichen Logiken der Rechtsextremen? Diese Frage wurde in den Medien um das Jahr 2016 häufig diskutiert. Bis zur Veröffentlichung dieser Arbeit hatte sich die Position durchgesetzt, dass mutmaßlich rechtsextremen Akteur:innen keine Plattform für ihre Ansichten gegeben wird, da ein Dialog mit ihnen keinen Sinn habe, weil jene die Diskursregeln missachten würden. Zweitens erkennt man im zitierten Statement die selbstgegebene Opferrolle, wenn Sellner den sonst gängigen Ausschluss aus den Massenmedien betont. Diese Form der „Täter-Opfer-Umkehr“ ist dabei eine typische Strategie in rechtsextremer und rechtspopulistischer Kommunikation.²⁶ Trotz aller Ausgrenzung, die Sellner beklagte, sitzt er nun aber in der Talkshow, die sich vornehmlich um ihn selbst dreht, was direkt zu der Frage nach der Medienkompetenz der Identitären führt. Diese ist, so behaupte ich, überdurchschnittlich hoch. Neben diversen anderen Strategien, die auf teilweise ganz unterschiedlichen Ebenen ansetzen und nicht alle Teil dieser Arbeit sein können²⁷, ist die Inszenierung von geschlechtlich markierten Figuren eine Möglichkeit, um den Diskurs *über* ihre Gruppe mitzugestalten. Um auf dieser Ebene erfolgreich zu sein, müssen die Akteur:innen verstehen, wie die Medien arbeiten und was sie für relevant halten. Im Februar 2017 veröffentlichte die *Zeit* ein geleaktes Strategiepapier der Identitären. Unter dem Stichwort „Bild“ heißt es:

„Wir kennen alle viele ikonische Bilder, die um die Welt gingen und dabei politische Meinungen schufen oder änderten [...] das Ziel einer jeden Aktion ist, *das Bild* zu erschaffen, das für eine klare Idee steht [...]. Vor jeder Aktion müssen wir darüber nachdenken, was für ein Bild wir schaffen wollen. Das Medienteam, das aufnimmt und verbreitet, ist genauso wichtig, wie die Aktivisten selbst“.²⁸

Journalist Erk reflektierte später selbstkritisch und polemisch, wie er und seine Berufskollegen am Erfolg der Identitären Bewegung mitgeschrieben haben:

²⁶ Teun van Dijk brachte bereits 1992 den Ausdruck „die Leugnung des Rassismus“ als elementaren Bestandteil populistischer Strategie ein. Er macht fünf Formen aus: Erstens die Handlungsleugnung („ich habe es nicht gesagt“), zweitens Kontrollleugnung („ich habe es nicht mit Absicht gesagt“), drittens Absichtsleugnung („ich habe es nicht so gemeint“), viertens Zielleugnung („ich habe das nicht deshalb gesagt“) und schließlich nennt er, fünftens, das Abschwächen und Herunterspielen der rassistischen Aussage. Ruth Wodak hat diese Formen der FPÖ nachweisen können und auch die AfD macht von ihnen Gebrauch: Es wird ein Skandal provoziert (z.B. nannte der AfD-Vorsitzende Alexander Gauland den Holocaust einen „Vogelschiss in der deutschen Geschichte“; die FAZ hatte dazu berichtet. Vgl. O.A.: Gauland: Hitler nur „Vogelschiss“ in deutscher Geschichte. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 02.06.2018. URL: <https://www.faz.net/aktuell/politik/inland/gauland-hitler-nur-vogelschiss-in-deutscher-geschichte-15619502.html>, Letzter Aufruf: 09.04.2020), nach der Empörung wird die Aussage geleugnet und schließlich wird die Debatte verschoben und es wird über Meinungsfreiheit und Opferrollen gesprochen. Die Sprachwissenschaftlerin spricht von einem „rechtspopulistischen Perpetuum mobile“ und einer „No-Win-Situation“ für Medien, die, wenn sie nicht über den Skandal berichten, der Gutheißung bezichtigt werden. Verurteilen sie den Skandal jedoch, so geben sie den Rechtspopulisten Diskursraum. Vgl. Wodak, Ruth: Politik mit der Angst. Zur Wirkung rechtspopulistischer Diskurse. Wien/Hamburg 2016, S.38-40.

²⁷ Für die vorwiegend angewandten Strategien der Identitären Bewegung, vgl. Strobl, Natascha: Die Strategie der Identitären. In: Der Standard, 28. April 2016. URL: <https://www.derstandard.at/story/2000035882854/die-strategie-der-identitaeren>. Letzter Aufruf: 09.04.2021. Vgl auch Strobl, Natascha: „Die extreme Rechte fantasiert einen Kriegszustand herbei“: Die Rechten und die Sprache. In: Frankfurter Rundschau, 31.07.20. URL: https://www.fr.de/politik/extremismus-forscherin-analysiert-sprache-rechtsextremen-13553622.amp.html?__twitter_impression=true. Letzter Aufruf 12.04.2021. Für allgemeine rechtspopulistische und rechtsextreme Propaganda, vgl. Wodak 2016, S.40-42.

²⁸ Lipp, Sebastian: Interne Strategiepapiere der Identitären Bewegung leaked. In: Zeit, 28.02.2017. URL: https://blog.zeit.de/stoerungsmelder/2017/02/28/identitaere-bewegung-leak-straft-organisiert23168_23168. Letzter Aufruf: 09.04.2021.

I. Einleitung

„Die ‚Identitären‘ sind [...] vor allen Dingen ein mediales Phänomen und eine gar nicht so schwer zu durchschauende PR-Nummer. Allerdings eine, die deutlich an Relevanz gewonnen hat – weil Journalisten so aufgeregt darüber berichten.“²⁹

Die Identitäre Bewegung setzt bei ihren Protestaktionen auf Aufmerksamkeitsökonomie: Wie auch bei der Umweltorganisation Greenpeace und anderen aktivistischen Gruppen ist das vorrangige Ziel einer Aktion, ausdrucksstarke Bilder zu generieren. Solche Bilder werden von den Redakteur:innen der Zeitungen und Magazine favorisiert aufgegriffen, da sie ihnen große Verkaufszahlen beziehungsweise Klicks versprechen, wodurch die aktivistische Aktion wiederum an Bekanntheit gewinnt. Andersherum erlangt die Aktion auf diese Weise Bedeutung und Sinn, da sie von den Medien interpretiert und gedeutet wird.³⁰ Darum setzen die Identitären bewusst auf die Symbolhaftigkeit ihrer Aktionen³¹, die zudem auch thematische Anschlussfähigkeit mit aktuellen Themen des Mediendiskurses anbietet. Die #120db-Kampagne, in der identitäre Frauen ‚importierte Gewalt‘ gegen Frauen anprangern und auf die ich in Kapitel 9 dieser Arbeit näher eingehen werde, nutzte gezielt das damals aktuelle Thema der #MeToo-Debatte, und konstruierte eine vermeintliche Leerstelle. Dass die Aktionen #120db und #MeToo nur sehr oberflächlich miteinander in Verbindung stehen, reichte offensichtlich aus, um die Aufmerksamkeit der Medien zu gewinnen.³²

Die journalistische Seite reagierte bis etwa zum Sommer 2018 auf die Aktionen der Identitären Bewegung und auf ihre Selbstvermarktung weitestgehend mit dem „trojanischen Konjunktiv“, wie Journalist Erk es nennt:

„Der geht grob so: Wenn die ‚Identitären‘ mit ihrer lässigen, popkulturell nicht ganz dämlichen Inszenierung rechtsradikaler Inhalte eines Tages zu einer veritablen Jugendkultur werden, dann hätte Deutschland ein Problem. Und ja: das stimmt. Dann hätte Deutschland ein Problem.“³³

Mit ihrer Inszenierungsform hätten die Identitären einen Nerv bei den Journalist:innen getroffen, so Erk weiter:

„Nun sind Reporter ein furchtbar eitles Volk, angetrieben von großem Ehrgeiz, die noch bessere, krassere, wildere Geschichte zu erzählen. Und damit bei den ‚Identitären‘ an der richtigen Stelle, denn Sellner und seine kleine Truppe bieten eindrucksvolle Abenteuergeschichten an – Geschichten von Seefahrten übers Mittelmeer und dem bestiegenen Brandenburger Tor. Dazu ein paar wenige Zitate von Carl Schmitt, schon staunt der journalistische Besuch“.³⁴

²⁹ Erk 2017.

³⁰ Gezeigt wurde eine solche Wechselbeziehung unter anderem von der Ethnologin Sarah Ertl, die sich empirisch auf die Frage fokussierte, wann Medien über Bürgerproteste berichten und wann nicht. Sie zeigt dabei auf, dass das Framing und die Deutung, in die der Protest gegossen wird, sich auf die Rezeption und die Weiterverarbeitung des Protests und seinen Forderungen übertragen würden. Vgl. Ertl, Sarah: Protest als Ereignis. Zur medialen Inszenierung von Bürgerprotesten. Bielefeld 2015.

³¹ Vgl. Schönberger, Klaus: Empörungsstrategien. Der Protest der Identitären Bewegung. In: Rogger, Basil; Vögeli, Jonas, Widmer, Ruedi (Hg.): Protest. Eine Zukunftspraxis. Zürich 2018, S.290-295.

³² Sexualisierte Gewalt gegen Frauen ist in der #MeToo-Debatte das Hauptthema. In der #120db-Kampagne wird sexualisierte Gewalt zur Tarnung eines rassistischen Themas genutzt. Vgl. Kapitel 9 dieser Arbeit.

³³ Erk 2017.

³⁴ Ebd.

I. Einleitung

Erkenne der Journalist oder die Journalistin bei ihren Recherchen nun, dass die Identitären nun doch gar nicht so gefährlich und mächtig seien, wie sie sich oberflächlich darstellen, dann werde dies größtenteils überspielt oder weggelassen. Denn:

„[...] es wäre ebenso inkonsequent wie peinlich, am Anfang des Textes die große Gefahr zu beschwören, um am Ende zum Fazit zu kommen, dass es sich bei den ‚Identitären‘ um eine medial vollkommen überbewertete Gurkentruppe mäßig nachdenklicher Ex-Nazis handelt.“³⁵

Es waren jedoch zunächst nicht die von Erk als „eindrucksvolle Abenteuergeschichten“ bezeichneten rassistischen Aktionen auf dem Mittelmeer, die der Identitäre Bewegung lange Artikel bescherten: es war ihre optische, vermeintlich moderne Erscheinung, die nicht zum stereotypen Neonazi passen wollte. Die Beziehung zwischen Medien und der Identitären Bewegung gestaltete sich von Januar 2016 bis zum Sommer 2018³⁶ als ein immer gleiches Spiel: Die Identitäre Bewegung veranstaltete eine Demo, eine Straßenaktion oder einen Onlineprotest und lieferte den Medien damit einen Anlass, um über sie zu berichten. Ab der zweiten Jahreshälfte 2018 bis zum Ende der Erfassungsphase im Frühjahr 2019 wurde es medial stetig ruhiger um die Inszenierung der Identitären Bewegung.

1.1.3.Fragestellung

Diese Arbeit fragt nach der Funktion der Identitären Bewegung im Kontext der geschlechtlichen Wandlungstendenzen in der rechten Szene und nach den identitären Aushandlungspraxen von rechtsextremen Narrativen. Dafür wird untersucht, wie sich die Identitäre Bewegung in den sozialen Netzwerken inszeniert und wie diese Inszenierungen innerhalb der Debatten um (Anti-)Feminismus und rechtsextremen Online-Aktivismus wirken; damit einher geht die Frage nach Repräsentationen von Männlich- und Weiblichkeiten. Innerhalb dieses Kontextes geht es weniger um eine Verortung der Identitären innerhalb der rechten und frauenfeindlichen Akteursgruppen, sondern vielmehr um eine Analyse der identitären Repräsentationen und der entsprechenden performativen und diskursiven Praxen.

Ich setze an bei der Selbstinszenierung der identitären Frauen und Männer in den sozialen Medien und frage, wie und in welchen Themenbereichen sich Frau-sein und Mann-sein, beziehungsweise Weiblichkeit und Männlichkeit explizit oder implizit im Material zeigt. So wurden mehrere von der Identitären Bewegung inszenierte, plakative und vermeintlich eindeutige, geschlechtlich markierte Figuren sichtbar, die ich im Folgenden als Repräsentationsfiguren bezeichne, weil die Figuren der Identitären unter anderem unterschiedliche Spielarten von Geschlecht repräsentieren.

Sprachliche und bildliche Narrationen, in die die jeweiligen Figuren eingebettet sind, sowie die performative Produktion eben jener Figuren sind ebenfalls elementarer Bestandteil der Arbeit. Ausgangspunkt für die Erfassung dieser Repräsentationsfiguren stellen die Personen im Personal der Identitären Bewegung dar, die über reale Erfahrungen und Biografien medial zugänglich gemacht werden. Sie werden gezielt konstruiert, mit fiktionalen Elementen angereichert inszeniert und so zu medial wirkenden Frontfrauen und Frontmännern aufgebaut. Über diese Figuren kommuniziert die Identitäre Bewegung das eigene politische Selbstverständnis. Außerdem werden die Selbstinszenierungen als spezifische und private Erfahrungen und Bilder zu unterschiedlichen, geschlechtlich markierten Identitäten medial verdichtet und als persönlich, zugänglich und im Alltag nachvollziehbar vermittelt.

³⁵ Ebd.

³⁶ Im Kontext der Anklage wegen Gründung einer kriminellen Vereinigung in Österreich, in dem die Rolle der Medien mehr und mehr (selbst-)kritisch beleuchtet wurde, veränderten sich die Berichte über die Identitäre Bewegung schrittweise und nachhaltig.

I. Einleitung

Die Narrative, in die diese Repräsentationsfiguren eingebettet sind, stellen keine exklusiven Erzählungen der Identitären Bewegung dar, sondern lassen sich quer durch die rechtsextreme, rechtspopulistische und in esoterischen, wie zu Verschwörungserzählungen neigenden Gruppen ausmachen. Diese, auch als toxische Narrative bezeichneten Erzählungen, und den ihnen zugrunde liegenden Ideologien sind bereits hinlänglich erforscht³⁷, diese Arbeit fragt nun aber gezielt nach der spezifischen Verwobenheit einzelner (Teil-)Narrative³⁸ und die Art und Weise der figürlichen Ausgestaltungspraxen einer bestimmten Akteur:innengruppe.

Die Frage nach dem Verhältnis und der Konstitution zwischen den Identitären und der Mediensphäre ist weiterhin von besonderer Bedeutung, als dass die Identitäre Bewegung ihren Aktivismus um Aufmerksamkeitsökonomie und Selbstmarketing aufbaut und dabei die potenziell folgenden Berichterstattungen stets im Vorfeld mitdenkt. Auch fallen die tatsächlichen Medienberichte wieder auf die identitären Inszenierungen zurück. Darum schaue ich nicht nur auf die Selbstinszenierungen der Identitären (obwohl diese Perspektive im Fokus steht), sondern auch auf die Rezeption der Medien, auf die die identitären Akteur:innen wiederum reagieren (müssen) und die sich ergebenden Wechselwirkungen. Es geht schlussendlich um die Erschließung von Wissen und Wissensbeständen: Die Leitfrage lautet an dieser Stelle also nicht, ob die Identitäre Bewegung nun *wirklich* sexistisch oder rassistisch *ist*, sondern auf welcher argumentativen Grundlage sie entsprechend eingestuft wird, welche Konsequenzen dies hat und schließlich, wie die Akteur:innen ihrerseits reagieren und intervenieren, um ihre Positionierung zu ihren Gunsten zu verschieben.

1.2. Kulturwissenschaftliche Zugänge

Ich nähere mich den genannten Aspekten aus einer kulturwissenschaftlichen Sicht und nehme vier unterschiedliche Perspektiven ein. Zunächst lege ich dar, aus welchen beiden bereits hinlänglich erforschten Themenbereichen sich das hier untersuchte Phänomen einkreisen und zugänglich machen lässt: An erster Stelle stellt sich die Frage nach dem Forschungsstand um die Kategorie Gender in der Rechtsextremismusforschung (1.2.1.). Außerdem wird die Medienstrategie der Identitären Bewegung unter dem Gesichtspunkt des digitalen Aktivismus eingeordnet (1.2.2.). Schließlich folgt eine Darlegung der theoretischen (1.2.3.) und methodischen (1.2.4.) Zugänge.

1.2.1. Gender in der Rechtsextremismusforschung

Gender blieb im Kontext der Rechtsextremismusforschung eine lange vernachlässigte Kategorie, die vor den späten 2000er Jahren nur in einzelnen Arbeiten analysiert wurde und dann auf die wenigen aktiven Frauen in der Szene blickte. Unter den wenigen Studien zu Gender als analytische Kategorie ist zunächst die Arbeit der Soziologin Renate Bitzan zu nennen, die Frauen in der Neonazi-Szene in den 1990er Jahren untersuchte.³⁹ Sie fand dort unterschiedliche figürliche Darstellungen vor: Unter anderem standen sich plakativ die ‚Freundin des Neonazis‘ und das ‚Skin-Girl‘ gegenüber. Erstere wurde als Mitläuferin wahrgenommen und verließ die rechte Szene nach einem Beziehungsaus meistens rasch

³⁷ Vgl. Schellhoh, Jennifer; Reichertz, Jo; Heins, Volker M.; Flender, Armin (Hg.): *Großerzählungen des Extremen. Neue Rechte, Populismus, Islamismus, War on Terror*. Bielefeld 2018. Vgl. auch Amadeu Antonio Stiftung (Hg.): *Toxische Narrative. Monitoring rechts-alternativer Akteure*. Berlin 2017. URL: <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/w/files/publikationen/monitoring-2017.pdf>. Letzter Aufruf: 09.04.2021.

³⁸ Für die vorliegende Analyse verstehe ich unter dem Begriff Narrativ in Anlehnung an den Literaturwissenschaftler Albrecht Koschorke ein Handlungsschema, das als ein Erzählformular von unterschiedlichen Erzähler:innen sinnstiftend ausgefüllt werden kann. Narrative werden durch wiederholte Erzählungen kreiert. Sie können dabei einerseits aktiv gesteuert werden, andererseits sind sie (oft) tief in kulturellen Ordnungen verankert. Koschorke spricht von einem produktiven Gegensatz zwischen der „informellen und [...] einladenden Offenheit“ des Erzählens und der „Gravitationskraft bestimmter kulturprägender Narrative“. Vgl. Koschorke, Albrecht: *Wahrheit und Erfindung. Grundzüge einer Allgemeinen Erzähltheorie*. Frankfurt/Main 2012. Zitate S.38.

³⁹ Vgl. Bitzan 1997.

I. Einleitung

wieder, ihr Äußeres hatte meist wenig Szenespezifisches. Das Skin-Girl wurde hingegen in der männlich dominierten Szene anerkannt und etabliert. Ihre Kleidung und ihr generelles Erscheinungsbild waren dem männlichen Neonazi nachempfunden: Bomberjacke und Springerstiefel und symbolische Tätowierungen. Als einzige generelle Ausnahme trugen die Skingirls eine Frisur, bei der die Haare auf dem Hinterkopf sehr kurz rasiert werden, aber an den Seiten und im Nacken lang blieben.

Andere Arbeiten wie die von der Politologin Andrea Röpke⁴⁰, den Erziehungswissenschaftlerinnen Heike Radvan und Esther Lehnert⁴¹ und schließlich der Kommunikationsforscherin Michaela Köttig⁴² fragten nach Lebensgeschichten und Erfahrungen in der Kindheit der rechten Frauen auf der Suche nach einem Muster, und gaben Handlungsempfehlungen für Sozial- und Jugendarbeiter:innen.

Der blinde Fleck bezüglich der fehlenden Untersuchung der Geschlechterrollen in der rechtsextremen Szene wurde nachträglich damit begründet, dass die Gruppierungen als so selbstverständlich männlich galten, dass die wissenschaftliche Betrachtung von rechten Frauen kein sichtbares Thema darstellte, und Männlichkeit auf der anderen Seite in gewisser Weise als zu offensichtlich und eindeutig verstanden wurde: Männlichkeit wurde in diesem Kontext oftmals auf eine inszenierte soldatisch-harte, heterosexuelle Hyper-Männlichkeit reduziert, deren Repräsentation nicht weiter kritisch hinterfragt wurde, da sie das zu erwartende Klischee erfüllte.⁴³

Vor allem nach der Aufdeckung der rechtsextremen Terrorgruppe *Nationalsozialistischer Untergrund* (NSU) um Beate Zschäpe rückte die Genderkategorie in den Fokus der Rechtsextremismusforschung: Es wurde deutlich, inwiefern Frauen und ihr Agieren im Hintergrund oftmals unterschätzt wurden. So sei Beate Zschäpe zu oft ‚nur als Freundin von ...‘ wahrgenommen worden und nicht als handelnde Terroristin mit eigener Motivation und Zielen, was schließlich auch eine mögliche Erklärung darstellte, warum der NSU so lange unentdeckt geblieben war.⁴⁴

Im Hinblick auf die oben erwähnte Hypermaskulinität ist der Maßstab für eben diese rechte identitätsstiftende Männlichkeit für den Historiker Yves Müller stets eine an Männlichkeitsforscherin Raewyn Connell orientierte hegemoniale Männlichkeit gewesen, die sich zum einen von Weiblichkeit und zum anderen von „untergeordnete[n] - also homosexuelle[n] -, marginalisierte[n] - beispielsweise migrantische[n] oder ‚schwarze[n]‘ - sowie komplizenhafte[n] Männlichkeiten“⁴⁵ abgrenzte. Die Attribute dieser hegemonialen Männlichkeit sind soldatische Kameradschaft, Gehorsamkeit und militärische Stärke, sowie der gutverdienende, liebevolle, aber doch strenge Familienvater.⁴⁶ Dies schlägt sich auch in der Kleidung nieder, am Beispiel der stereotypischen Bomberjacke, den Springerstiefeln und der Glatze der Neonazis.

⁴⁰ Vgl. Röpke, Andrea: *Mädelsache! Frauen in der Neonazi-Szene*. Berlin 2011.

⁴¹ Vgl. Lehnert, Esther; Radvan, Heike: *Rechtsextreme Frauen. Analysen und Handlungsempfehlungen für Soziale Arbeit und Pädagogik*. Berlin/Toronto 2016.

⁴² Vgl. Köttig, Michaela: *Lebensgeschichten rechtsextrem orientierter Mädchen und junger Frauen. Biografische Verläufe im Kontext der Familien- und Gruppendynamik*. Gießen 2004.

⁴³ „Laut polizeilicher Statistiken werden Gewalttaten zu etwa 95 Prozent von Männern begangen. So gilt die überaus große Präsenz von Männern in rechtsextremen Zusammenhängen als selbstverständlich.“ Claus, Robert; Lehnert, Esther; Müller, Yves: *Einleitung* 2010. In: Ders. (Hg.) *Berlin* 2010, S.9-24. Hier S.10. Vgl. auch Lehmann, Albrecht: *Zur Erforschung der heutigen Gewalt in Deutschland*. In: Brednich, Rolf; Hartinger, Walter (Hg.): *Gewalt in der Kultur. Vorträge des 29. Deutschen Volkskundekongress*. Passau 1993. *Passauer Studien zur Volkskunde*. Passau 1994, S. 1-26. Hier S. 13.

⁴⁴ Vgl. Lehnert, Esther; Petersen, Jana; Radvan, Heike: *Einleitung*. In: Amadeu Antonio Stiftung 2015, S.8-9. Hier S.8. Diese Einschätzung wurde mir in einem informellen Gespräch mit einem Mitarbeiter vom polizeilichen Staatsschutz im Dezember 2015 bestätigt. Vgl. auch Köttig, Michaela: *Gender Stereotypes constructed by the media: The case of the National Socialist Underground (NSU) in Germany*. In: Köttig, Michaela; Bitzan, Renate; Petö, Andrea: *Gender and Far Right Politics in Europe*. Cham 2017, S. 221-234. Die Autorin zeigt in diesem Aufsatz, inwiefern Genderstereotype auch unmittelbar nach der Festnahme Zschäpes von den Medien verstärkt wurden und sie schließlich sogar in der (Selbst-)Verteidigungsstrategie Zschäpes und anderer rechtsextremer Frauen zum Einsatz kamen.

⁴⁵ Müller, Yves: *Gegen Feminismus und „Dekadenz“ – die Neue Rechte in der Krise?* In: Claus/Lehnert/Müller 2010, S.67-87. Hier S.68.

⁴⁶ Vgl. Lehnert 2010.

I. Einleitung

Bezogen auf die Mitglieder der *Nationalen Partei Deutschland* (NPD) und rechtsextremen Bündnissen wie den *Autonomen Nationalisten* haben Autoren wie Andreas Heilmann, Robert Claus und andere gezeigt, dass sich diese Männlichkeitsvorstellungen verändert haben. Entsprechendes habe ich bereits in der Einführung dieser Arbeit dargelegt.

Die dargestellten Frauenbilder erscheinen hingegen nur bedingt verändert, jedoch eindeutiger und selbstbewusster in ihrem Ausdruck: So bedient die NPD-Funktionärin Ricarda Riefling die stereotype Vorstellung der rechtsextremen Mutterrolle nicht nur hintergründig, sondern spricht in Interviews von „aggressiver Fruchtbarkeit“⁴⁷, um hier ein Beispiel zu nennen. Eine Studie der *Amadeu Antonio Stiftung* zur Unsichtbarkeit und Unterschätzung rechtsextremer Frauen betont, dass das sichtbare, öffentliche Auftreten für rechte Frauen und Mädchen zunehmend selbstverständlicher wird und der Frauenanteil auch quantitativ steigt.⁴⁸ Seit den 2000er Jahren nehme zudem die Zahl rechter Frauengruppierungen zu, „die sich untereinander organisieren mit dem Ziel, Frauen nach vorne zu bringen“⁴⁹.

Die zu schließenden Leerstellen zu Gender in der Rechtsextremismusforschung ergeben sich, wie einführend skizziert, vor allem durch die neueren Dynamiken und Veränderungsprozesse, in denen die Identitäre Bewegung einen Versuch unternimmt, ein geschlechtlich markiertes, neues, gültiges Erscheinungsbild, erneuerte Strategien und modern erscheinende Repräsentationsformen zu etablieren.

1.2.2. Die Identitäre Bewegung im Kontext des digitalen Aktivismus

Die Protestforschung blickt in unterschiedlichen Fächern und auch in der Volkskunde/ Kulturanthropologie⁵⁰ auf eine lange Tradition zurück und kann und soll hier nicht in Gänze zusammengefasst werden. Ich beschränke mich für die folgenden Ausführungen auf die Arbeiten zu Protesten und zum Aktivismus ab der 2010er Jahre, die insbesondere geprägt wurden vom Einsatz der sozialen Medien.

Dieser digitale Aktivismus, zu dem ich die Identitäre Bewegung aufgrund des zentralen Einsatzes der sozialen Netzwerke zähle, ist hinreichend erforscht worden. Zumindest dann, wenn es um politisch linksstehende Gruppen geht, wie zum Beispiel die *Occupy*-Bewegung, die 2012 ausgehend von der Wall Street in New York weltweit agierend gegen die Finanzsysteme protestierte. Auch über die Massenproteste, deren Akteur:innen je nach Ausgangslage die Einführung der Demokratie (*Arabischer Frühling* in Tunesien und Ägypten 2010-2011) oder ihre Stärkung (*Kitchenware Revolution* auf Island 2009; *Movimiento* oder *15-M* in Spanien 2011-2012) einforderten, zogen ein großes Interesse unterschiedlicher Forschungsrichtungen auf sich, deutete sich doch etwas an, was mit der Einführung des Internets als globale Technologie für die Massen auch von Seiten der „good anthropology“⁵¹ mit zum Teil euphorischen und utopischen Zukunftsvisionen begleitet, aber bisher nicht eingelöst wurde (und wie sich dann gezeigt hat auch in diesen Fällen nur bedingt erfolgreich schien): das Internet als demokratisches und grenzenloses Sprachrohr für alle.⁵² Von besonderer Bedeutung für Forscher:innen

⁴⁷ NPD | Aggressive Fruchtbarkeit, 21.8.2013.

⁴⁸ Eifler, Naemi; Radvan, Heike: Frauen in Gruppierungen der extremen Rechten nach 1989. In: Amadeu Antonio Stiftung 2015, S. 18-26. Hier S.18-19.

⁴⁹ Esther Lehnert zitiert aus dem Beitrag der Sendung *Kulturzeit* des Fernsehsenders *3sat* ausgestrahlt am 22.11.2011. Online verfügbar unter www.youtube.com/watch?v=gkZLY9KiC8. Letzter Aufruf: 07.01.2016. vgl. auch Eifler, Radvan 2015, S.19.

⁵⁰ Vgl. Schönberger, Klaus; Sutter, Ove (Hg): Kommt herunter, reißt euch ein... Eine kleine Geschichte der Protestformen sozialer Bewegungen. Berlin/Hamburg 2009, S.30-45.

⁵¹ Vgl. Ortner, Sherry: Dark anthropology and its others. Theory since the eighties. In: HAU: Journal of Ethnographic Theory 6/1, 2012, S. 47-73.

⁵² Vgl. Schönberger, Klaus: Online – offline. Persistenz – Auflösung – Rekombination – alte und neue Grenzen und Differenzen in der Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechnik. Ein Überblick zum Forschungsstand in der kulturwissenschaftlichen Internet-Forschung. In: Bünz, Enno; Moser, Johannes; Müller, Winfried; Schattkowsky, Martina (Hg.): Grenzen & Differenzen. Zur Macht sozialer und kultureller Grenzziehung. 35. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde, Dresden 2005. Leipzig 2006, S.627-637.

I. Einleitung

aus den sozial- und kulturwissenschaftlichen Disziplinen waren Fragen nach den Mobilisierungsstrategien dieser heterogen erscheinenden Massenbewegungen⁵³ und ihren Organisations- wie Kommunikationstechniken⁵⁴. Damit einher gingen Fragen zu Identität und Selbstverständnis der Aktivist:innen, mit dem Ergebnis, dass eine kollektive Identität noch immer einen zentralen Stellenwert in sozialen Bewegungen einnimmt, auch wenn sie heterogener und dezentraler werden.⁵⁵ Der Soziologe Manuel Castells war einer der ersten, der bereits im Jahr 2012 diese neuen Protestbewegungen charakterisierte und ihren Netzwerkcharakter betonte,⁵⁶ während der Kultur- und Medienwissenschaftler Ramòn Reichert dies abstrahierte und den neuen digitalen Netzwerken und Kollektiven einen ermächtigenden Charakter zuschrieb: „Sie [die Netzwerke] haben eine Ermöglichungsmacht in dem Sinne, das sie der Kollektivität im Social Web die Fähigkeit verleihen, sich auf eine bestimmte Weise plural, anonym, widerständig und produktiv zu verhalten.“⁵⁷ Der Kommunikations-, Medien- und Kulturwissenschaftler Paolo Gerbaudo fokussierte sich neben Klassifizierungen der Akteur:innen des digitalen Aktivismus in ideologische Gruppen⁵⁸ auf die emotionale Dimension, die benötigt werde, um nicht nur Einzelpersonen zum Demonstrieren und Protestieren zu bewegen, sondern um auch Massen zu erreichen.⁵⁹ Der Medienanthropologe John Postill diskutierte schließlich unter anderem ethnografische Zugänge in diesen „post-bourdieu’schen Feldern“.⁶⁰

In allen genannten Arbeiten ist insbesondere ein Aspekt von Bedeutung, der auch in dieser Arbeit eine wichtige Rolle einnimmt: Die Frage nach den Figuren im digitalen Aktivismus führt zu Fragen nach neuen Formen von Leadership, denn in den genannten Bewegungen fehlten als solche deutlich erkennbare Anführer:innen, die die Strategie der Protestbewegungen vorgaben oder die die Gruppen einigten.⁶¹ Gerbaudo erkennt, dass stattdessen nun dem Symbolischen eine gesteigerte Bedeutung zukomme: „Protest avatars“⁶², die in Form von zum Beispiel Facebook-Profilfotos von Aktivist:innen erschienen, bildeten stilisierte Identifikationsfiguren, aber auch andere ikonisch gewordene Protestzeichen ab. Diese Avatare könnten als memetische Signifikanten⁶³ beschrieben werden, die sich erstens durch unscharfe Zuordnungen auszeichneten und für viele Menschen zugänglich seien, was sie von traditionellen, exklusiven Protestsymbolen unterscheidet. Zweitens ermutigten die visuellen

⁵³ Für eine allgemeinere Betrachtung, vgl. Rucht, Dieter: Massen mobilisieren. In: APuZ. Aus Politik und Zeitgeschichte 25-26, 2012 (= Protest und Beteiligung, 62. Jahrgang), S.3-9.

⁵⁴ Vgl. Bennett, W. Lance; Segerberg, Alexandra; Walker, Shawn: Organization in the crowd: peer production in large-scale networked protests. In: Information, Communication & Society 17/2, 2014, S. 232-260.

⁵⁵ Vgl. Milan, Stefania: From social movements to cloud protesting: the evolution of collective identity. In: Information, Communication & Society 18/8, 2015, S. 887-900. Vgl. auch Gerbaudo, Paolo; Treré, Emiliano: In search of the ‘we’ of social media activism: introduction to the special issue on social media and protest identities. In: Information, Communication & Society 18/8, 2015b, S. 865-871.

⁵⁶ Vgl. Castells, Manuel: Networks of Outrage and Hope. Social Movements in the Internet Age. Cambridge 2012.

⁵⁷ Vgl. Reichert, Ramòn: Die Macht der Vielen: Über den neuen Kult der digitalen Vernetzung. Bielefeld 2013, S.7.

⁵⁸ Vgl. Gerbaudo, Paolo: From cyber-autonomism to cyber-populism: An ideological history of digital activism. In: tripleC: Communication, Capitalism & Critique 15/2, 2017a, S. 477-489.

Für alternative Klassifizierungen und Gruppendefinitionen, vgl. auch Postill, John: The Rise of Nerd Politics. Digital Activism and Political Change. London 2018. Der Medienanthropologe hat den Terminus der „Technopol Nerds“ für linke digitale Aktivist:innen geschaffen, die sich zum Ziel gesetzt haben, Demokratie „neu zu starten“ und die in hochdynamischen sozialen Welten operieren und zwischen den einzelnen Bereichen flexibel wechseln können. Diese Bereiche, aus denen die aktivistische Lebenswelt der Technopol Nerds geschaffen ist, fasst er als CLAMP (computing, law, art, media, and politics) zusammen.

⁵⁹ Vgl. Gerbaudo, Paolo: Tweets and the Streets. Social Media and Contemporary Activism. London 2012, S. 102-133.

⁶⁰ Vgl. Postill, John: Field theory, media change and the new citizen movements: Spain’s “real democracy” turn as a series of fields and spaces. In: Recerca, Revista de Pensament i Anàlisi 21, 2017a, S. 15-36.

⁶¹ Vgl. Gerbaudo, Paolo: Social media teams as digital vanguards: the question of leadership in the management of key Facebook and Twitter accounts of Occupy Wall Street, Indignados and UK Uncut. In: Information, Communication & Society 20/2, 2017b, S. 185-202.

⁶² Vgl. Gerbaudo, Paolo: Protest avatars as memetic signifiers: political profile pictures and the construction of collective identity on social media in the 2011 protest wave. In: Information, Communication & Society, 18/8, 2015a, S. 916-929.

⁶³ Vgl. ebd.

I. Einleitung

Darstellungen dazu, als Memes verwendet zu werden und so verbreiteten sie sich viral über die sozialen Netzwerke im Internet. In der Verwendung und Adaption der (nicht nur figürlichen, ikonografischen) Symbole erfuhren individuelle Akteur:innen kollektive Onlinegemeinschaften, die zumindest kurzzeitig starke Bindungen ausübten.⁶⁴

Andererseits – und dies führt zu einer grundsätzlich anders gelagerten Perspektive auf digitalen Aktivismus – stellt sich die Frage, wie nachhaltig und letztendlich erfolgsversprechend solche digitalen Praktiken sind, unabhängig davon, ob es nun um die Verwendung von temporär politisch aufgeladenen Symbolen geht, um emotionale Mobilmachung über die sozialen Medien oder die Organisation und Kommunikation von heterogenen Netzwerken.

Einer der pessimistischen Kritiker des digitalen Aktivismus ist der belarussische, im US-amerikanischen Exil lebende Politikwissenschaftler Evgeny Morozov, der der Auffassung ist, dass das Internet vor allem totalitären Regimes helfe.⁶⁵ Morozov brachte außerdem den vielzitierten Begriff „Slackivismus“ in die Diskussionen ein und beschreibt mit dem Neologismus, dass digitaler Aktivismus zu etwas verkomme, was „Faulpelzen“ und „Nichtsnutzen“ (slacker) beim Klick auf einen Beitrag bei Facebook oder beim Teilen einer Petition nur ein gutes Gefühl bringe, aber de facto keine politischen Veränderungen bewirke. Aktuelle Beispiele der undemokratischen Nutzung des Internets sind insbesondere im Kontext des Präsidentschaftswahlkampfes in den USA im Jahr 2016 und dem „Brexit“-Referendum, ebenfalls 2016, auszumachen; in beiden Kampagnen wurden gezielt manipulierende „Fake News“ über die sozialen Medien geteilt. Insbesondere die rechtsextreme Alt-Right⁶⁶ aus den USA rückte in den Fokus der medialen, politischen und wissenschaftlichen Aufmerksamkeit, nachdem sie mit systematischen Diffamierungen, Beleidigungen, Doxxing⁶⁷, choreografierten Shitstorms⁶⁸, Meme-Wars⁶⁹ und anderen online Praktiken andere Internetakteur:innen angriffen. Es entstand der Mythos, dass die rechtsextreme Gruppe maßgeblich für den Erfolg des republikanischen Kandidaten Donald Trump verantwortlich war; diese Annahme ist unter Wissenschaftler:innen jedoch umstritten.⁷⁰

⁶⁴ Aktuell wird dieser Aspekt auch sichtbar an den #BlackLivesMatter-Protesten in den USA nach der Ermordung von George Floyd und seinen wohl letzten Worten „I can't breathe“, die zum oft adaptierten Slogan wurden, der physisch auf Plakaten, Shirts und Schutzmasken, sowie virtuell auf geteilten Fotos als auch in visual statements auf Instagram sichtbar wurde und schließlich auch in anderen Kontexten des #BlackLivesMatter-Movement Beachtung findet.

⁶⁵ Vgl. Morozov, Evgeny: *Net Delusion. The Dark Side of Internet Freedom*. New York 2011.

⁶⁶ Mit Alt-Right, kurz für „Alternative Right“ wird eine lose Verbindung von Rechten in den USA bezeichnet, die vor allem im Kontext der US-Präsidentschaftswahlen für Aufsehen sorgten. Die Wahrnehmung der Alt-Right Gruppen hat sich in den letzten zwei bis drei Jahren verschoben: So sprach man um 2016 und 2017 noch von einem amerikanischen Äquivalent einer sich intellektuell gebenden Neuen Rechten/Nouvelle Droite oder auch aufgrund des strategisches Einsatzes von sozialen Medien als „Hipster Nazis“; die entsprechende Verbindung zur Identitären Bewegung wird deutlich. Aktuell setzt man die Alt-Right eher gleich mit White Supremacists, also Gruppen, die an die Überlegenheit einer ‚weißen Rasse‘ glauben. Zudem wird der Terminus Alt-Right von wissenschaftlicher Seite als Euphemismus mehr und mehr abgelehnt, auch wenn sich der Terminus im Alltags- und Mediendiskurs durchgesetzt zu haben scheint. Vgl. Philipps, Whitney; Milner, Ryan: *The Ambivalent Internet. Mischief, Oddity, and Antagonism Online*. Cambridge 2017, S.81.

⁶⁷ Doxxing (oder Doxing) meint das Zusammentragen von persönlichen, sensiblen Daten von Akteur:innen durch legale oder illegale Bemühungen, insbesondere Telefonnummern, Wohn- und Mailadressen und Informationen zum Arbeitsort/Arbeitgeber, und die Veröffentlichung dieser Daten an zentraler Stelle. Die Veröffentlichung der Daten ist mindestens implizit verbunden mit dem Aufruf, die geschädigte Person zu bedrohen oder sie anderweitig zu belästigen.

⁶⁸ Zum Netzwerk *Reconquista Germanica*, vgl. Reuter, Markus; Biselli, Anna: *Getarnt als Gamer: Einblicke in eine rechtsradikale Troll-Armee*. In: *Netzpolitik* 05.02.2018. URL: <https://netzpolitik.org/2018/getarnt-als-gamer-einblicke-in-eine-rechtsradikale-troll-armee/>. Letzter Aufruf: 09.04.2021.

⁶⁹ Damit ist das exzessive Teilen von Memes gemeint, die einen Gegner zu diffamieren versuchen. Dieser Gegner antwortet dann ebenfalls mit beleidigenden Memes. Als „Großer Meme-War“ galt der ‚Kampf‘ zwischen dem Fernsehsender CNN und den Nutzer:innen des Subreddit-Forums „The_Donald“, ein Forum für Trump-Anhänger:innen und Alt-Right-Mitglieder im Jahr 2015-2016.

⁷⁰ Für eine Stimme, die insbesondere den Meme-Praxen der Alt-Right großes Gewicht zuspricht, vgl. Woods, Heather Suzanne; Hahner; Leslie A.: *Make America Meme Again. The Rhetoric of the Alt-Right*. (= *Frontiers in Political Communication* 45). New York [u.a.] 2019.

I. Einleitung

Nun haben rechte Gruppen (wie linke Gruppen auch) seit dem Beginn des Internets von diesem Gebrauch gemacht. Zahlreiche Studien belegen, dass das Internet, und besonders die sozialen Netzwerke eines der wichtigsten Medien in rechtsextremen Gruppen ist, doch sind ihre Praktiken nicht analog zu denen der linken Aktivist:innen zu sehen oder mit ihnen zu vergleichen.⁷¹ Der wissenschaftliche Fokus zur Internetnutzung rechter Akteur:innen liegt meist auf dem propagandistischen Nutzen, mit einer oft recht engen Definition des Begriffs Propaganda: Die Kommunikationswissenschaftlerin Katharina Neumann macht deutlich, dass die rechtsradikale Szene das Internet schon sehr früh für sich zu nutzen wusste und es bereits in den 1990er Jahren als gefühlt rechtsfreier Raum⁷² das geeignetste Medium darstellte, um weitestgehend anonym rechtsradikales Gedankengut zu äußern und verbotene beziehungsweise indizierte Musik, Kleidung und Schriften zu vertreiben, ohne dabei eine soziale Ausgrenzung oder gar eine Strafverfolgung befürchten zu müssen.⁷³ Die *Bundeszentrale für politische Bildung* sieht das Internet als das Medium schlechthin für Rechtsextremisten und widmet dem Thema mehrere Studien.⁷⁴ Auch dort wird betont, dass die Nutzung von Social Media für propagandistische Zwecke besonders bedenklich sei.⁷⁵ Selbst wenn andere Aspekte durchaus anklingen und benannt werden, bleibt der Forschungsfokus doch meist bei den potenziell interessierten und somit gefährdeten Jugendlichen, die erst auf die rechte Szene aufmerksam gemacht und dann langsam an diese angebunden werden sollen. Die rechten Akteur:innen treten dazu meist unpolitisch, ‚harmlos‘ und ästhetisch am Rande der Popkultur auf, um für neue Zielgruppen interessant zu erscheinen. Organisiertes, politisches Engagement im Internet von rechten Gruppen wurde erst spät sichtbar: Die US-amerikanische Sachbuchautorin und Rechtsextremismusexpertin Angela Nagle war eine der ersten, die unmittelbar nach Trumps Wahlsieg eine Analyse vorlegte, die auch für aktuelle Werke noch immer Standards setzt. Nagle zeigt in ihrem Sachbuch, dass die oben aufgezählten Onlinepraxen nicht nur auf einer privaten oder persönlich bleibenden Ebene zu betrachten seien. Vielmehr stünden hinter den als Einzelpersonen wahrgenommenen „Trollen“ ein organisiertes Netzwerk und choreografierte Aktionen.⁷⁶ Weiterhin zeigt sie die politischen Auswirkungen von geteilten Bilderwitzen in Form von Memes⁷⁷, die zuvor oft unterschätzt wurden: Die Symbolwelten, mit denen die Alt-Right agiert, seien – so ist Nagles Ausführung zu verstehen – zu einem erhöhten Grad unbestimmbar, als die von Gerbaudo beschriebenen Massenprotestbewegungen.

Die *HOPE not hate*-Aktivist:innen um Patrick Hermansson haben im Jahr 2020 ein analytisches Buch vorgelegt, das die Alt-Right in ihren mittlerweile international agierenden Netzwerken auf einer distanzierteren Ebene betrachtet. Die Autor:innen schauten dabei sowohl auf die ideologischen Vordenker und Vorbilder als auch auf den Einfluss unterschiedlicher Akteur:innen, die dem Alt-Right-

Die Autoren um Patrick Hermansson hingegen ordnen diese Einschätzung als übertrieben ein. Vgl. Hermansson, Patrick, Lawrence, David; Mulhall, Joe; Murdoch, Simon: *The international Alt-Right. Facism for the 21st century?* New York 2020, S.11.

⁷¹ Zur Internetnutzung von linken Protestgruppen, Vgl. Gerbaudo 2017a.

⁷² Vgl. Neumann, Katharina: Zwischen NS-Propaganda und Facebook. Eine Analyse der Nutzung und Relevanz von Massenmedien und internen Medien innerhalb der rechtsextremen Szene in Deutschland. In: *Journal EXIT-Deutschland. Zeitschrift für Deradikalisierung und demokratische Kultur* 01/2015, S.71-90. Hier S.81.

⁷³ Vgl. Pfeiffer; Thomas: Gegenöffentlichkeit und Aufbruch im Netz. Welche strategischen Funktionen erfüllen Websites und Angebote im Web 2.0 für den deutschen Rechtsextremismus. In: Braun, Stephan; Geisler, Alexander; Gerster, Martin (Hg.): *Strategien der extremen Rechten. Hintergründe, Analysen, Antworten.* 2. Auflage, Wiesbaden 2016, S.259-286.

⁷⁴ Vgl. Neumann 2015, S. 75.

⁷⁵ Vgl. Staud, Toralf: Neonazis im Netz. In: Bundesamt für politische Bildung 2014. URL: <http://www.bpb.de/politik/extremismus/rechtsextremismus/180744/neonazis-im-netz>. Letzter Aufruf: 12.05.2020.

⁷⁶ Vgl. Nagle, Angela: *Kill all Normies. Online Culture Wars from 4chan and Tumblr to Trump and the Alt-Right.* Winchester/Washington 2017.

⁷⁷ Das Forschungsfeld zu Internet-Memes ist zu groß, um es hier angemessen abbilden zu können. Da das Teilen bzw. die Interaktion mit Memes für die Fragestellung dieser Arbeit nur eine untergeordnete Rolle spielt, wird auf weitere Ausführungen an dieser Stelle verzichtet. Ein Beispiel zur Bedeutung internetspezifischer Dynamiken findet sich jedoch im Exkurs-Kapitel 7.1.4. in dieser Arbeit.

I. Einleitung

Netzwerk mehr oder weniger direkt zuzuordnen sind. Insbesondere für diese Arbeit relevant sind die beschriebenen Verquickungen zwischen der Identitären Bewegung und den US-amerikanischen Internettrollen, die in anderen Werken bisher vernachlässigt wurden, und die die ideologische Bedeutung der europäischen rechten Gruppen für internationale rechtsextreme Netzwerke verdeutlichen.⁷⁸

Die Extremismusforscherin Julia Ebner forschte schließlich verdeckt im rechtsextremen Netzwerk und innerhalb der Identitären Bewegung. Neben anderen Ergebnissen stellt sie vor allem heraus, wie unterschiedlich die Identitären sich intern verhalten im Vergleich zu ihrer Darstellung nach außen: Insbesondere die nach außen nicht sichtbare, sehr strenge Hierarchie der Gruppen spricht sie an.⁷⁹

Andere Arbeiten zum Aktivismus der Identitären Bewegung sind unter anderem vom Volkskundler Klaus Schönberger vorgelegt worden. Er zeigte auf Grundlage der Aktion „Defend Europe“ im Mittelmeer, wie die Identitären strategisch lediglich versuchten, groß und wirkmächtig zu erscheinen, ohne am Erreichen ihrer zuvor formulierten Zielen interessiert zu sein.⁸⁰

Es benötigt allerdings nicht nur allgemein betrachtet mehr Forschungen zu dieser rechten Spielart des digitalen Aktivismus insbesondere aus kulturwissenschaftlicher Perspektive, sondern auch neue Forschungsmethoden und Ansätze, die sich nicht ohne Weiteres vom Erforschen linker Gruppierungen übernehmen lassen. Mit der vorliegenden Arbeit über die Identitäre Bewegung, die sich durch die Verwendung diverser Symbole als Sympathisantin der Alt-Right inszeniert, wird an einem Fallbeispiel gezeigt, wie die deutschsprachige rechte Szene ihren Aktivismus in eine digitale Öffentlichkeit überträgt.

1.2.3. Inszenierung: Von Goffman ins Social Web

Die theoretische Basis dieser Arbeit gründet auf Erving Goffman und seiner Theorie zur Inszenierung des Selbst von 1956, die bereits von diversen Forscher:innen auf Inszenierungspraktiken im Internet zur Anwendung gebracht wurde. An vorderster Stelle sind hier die Kulturwissenschaftlerin Whitney Philipps und der Medienforscher Ryan Milner zu nennen.⁸¹ Goffman orientierte sich für seine Monografie, die in der deutschen Übersetzung den Titel „Wir alle spielen Theater“ trägt, an Begrifflichkeiten aus dem Schauspiel, um zu analysieren, wie Akteur:innen in unterschiedlichen Situationen kommunizieren und interagieren und sich dabei bewusst oder unbewusst selbst darstellen.⁸² Akteur:innen stellten demnach in unterschiedlichen Situationen in ihrem Alltag an diese angepasste Rollen dar, die jeweils auf einen oder mehrere Aspekte verweisen, von denen der Akteur oder die Akteurin annimmt, dass sie für ihn oder sie in der gegebenen Situation von Vorteil seien. Die eingenommenen Rollen sind nicht statisch, sondern unterliegen ständigen dynamischen und komplexen Veränderungsprozessen, die nicht nur von den Akteur:innen selbst gesteuert werden, sondern auch von der Zuschauerschaft und den kulturellen und sozialen Rahmenbedingungen abhängen. Andersherum vermag die gewählte Rolle ebenso auf die Zuschauerschaft wirken. Somit hängt die Selbstdarstellung, wie Goffman sie fasst, eng an den Kategorien der Identität und der Performanz, wie sie in den Kulturwissenschaften verstanden werden: Handlungen werden als Inszenierung analog zu Sprachakten interpretiert, die durch ihren performativen Ausdruck Wirklichkeit nicht nur abbilden, sondern auch hervorbringen, verändern und verfestigen.

Nun hat sich die Untersuchung der Praktiken zur Eindruckssteuerung vor einigen Jahren vom kulturwissenschaftlichen Bereich ausgehend auf diverse andere Bereiche ausgedehnt, und im

⁷⁸ Vgl. Hermansson et al. 2020.

⁷⁹ Vgl. Ebner, Julia Ebner: Radikalisierungsmaschinen. Wie Extremisten die neuen Technologien nutzen und uns manipulieren. Berlin 2019.

⁸⁰ Vgl. Schönberger 2018.

⁸¹ Vgl. Philipps/Milner 2017.

⁸² Vgl. Goffman, Erving: Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. 16. Auflage. München 2016.

I. Einleitung

Arbeitsfeld der Public Relations und in der Unternehmenskommunikation wird besonderer Wert auf das Impression Management gelegt, das in den Grundzügen ebenfalls auf Goffman aufbaut, seine Theorien jedoch mit Überlegungen aus den Medienwissenschaften und der Psychologie weiterdenkt. Der hauptsächliche Unterschied zu Goffmans Verständnis von Rollen ist, dass diese im Impression Management nicht ausgetauscht werden und sich – außer als bewusste Strategie – nicht zu schnell verändern sollten. Es wird auf eine bestimmte Rolle abgezielt, die im Idealfall auf diversen Ebenen inszeniert wird. In den sozialen Medien sind schließlich insbesondere Authentizität und Ästhetik wichtige Kategorien des Impression Managements.⁸³

Authentizität fasse ich in dieser Arbeit als ein „opakes System“⁸⁴, dem eine Machtkomponente innewohnt. Authentifizierungspraktiken führen dazu, dass das Dargestellte im Internet als vertrauens- und glaubwürdig gelesen wird. Ästhetik wiederum, beziehungsweise ästhetische Arbeit, stellt Atmosphären her⁸⁵, emotionalisiert und stellt Anschlussfähigkeit her.

Ausgehend von Goffmans Theorien und den Online-Techniken des Impression Managements komme ich zu einem anderen Darstellungstypus, um spezifische Formen der identitären Inszenierungspraktiken zu betrachten. Kulturelle Figuren und Sozialfiguren stellen in figürlicher Form Wissen dar: Vereinfacht gesagt, bündelt und verdichtet sich Wissen aus Alltags-, Medien- und Wissenschaftsdiskurs in anthropomorphen Figuren, die aufgrund des anschaulichen und identifikationsstiftenden Charakters insbesondere in den Medien und im Alltagsdiskurs funktionieren, dort performativ ausgehandelt werden und so wiederum, auch in Form ihrer Figuration, das heißt als Beziehungsgeflecht⁸⁶, oder als Figurierungsprozess⁸⁷ für die Kulturwissenschaften von Interesse werden.

In den Sozialwissenschaften werden Figuren als darstellerisches Mittel von Forschungsergebnissen mit einem Rückbezug auf Wirklichkeiten und Gesellschaften hergestellt, jedoch besitzen sie als Figuren auch eine gewisse Eigenständigkeit. Der Soziologe Tobias Schleichtriemen betont, dass die Figuren durch ihre Anschaulichkeit eine Beweiskraft erhalten. Ihre Überzeugungskraft erhielten sie dabei aber nicht nur über den Bezug zur Wirklichkeit, sondern auch über ihre ästhetisch-medialen Darstellungen und diskursiven Aushandlungen.⁸⁸ So bahnen sich Sozialfiguren ihren Weg in alltägliche Wissenskontexte. Somit sind sie nicht mit stereotypen Darstellungsformen von Berufsgruppen, Anhänger:innen von spezifischen Subkulturen oder Menschen eines bestimmten Milieus gleichzusetzen.

In dieser vereinfachten Beschreibung wird bereits deutlich, dass Sozialfiguren mehr sind als die bloße Illustration von soziologischen Ergebnissen, eine mediale Vermittlung oder eine plakative Darstellung von Alltagserfahrungen, sondern sie entfalten Eigendynamiken. Auf diese Eigendynamiken setzt die Identitäre Bewegung ebenso wie auf die Aufmerksamkeit der Medien, die einen wichtigen Platz in der Vermittlung der Sozialfiguren einnehmen. Darum konstruieren die Identitären Figurentypen angelehnt

⁸³ Vgl. Ebert, Helmut; Piwinger, Manfred: Impression Management: Die Notwendigkeit der Selbstdarstellung. In: Piwinger, Manfred; Zerfaß, Ansgar (Hg.): Handbuch Kommunikationsmanagement. Wiesbaden, 2007, S. 205-226.

⁸⁴ Vgl. Funk, Wolfgang; Krämer, Lucia (Hg.): Fiktionen von Wirklichkeit. Authentizität zwischen Materialität und Konstruktion. Bielefeld 2011.

⁸⁵ Vgl. Böhme, Gernot: Atmosphäre: Essays zur neuen Ästhetik. Frankfurt/Main 1995.

⁸⁶ Der Begriff der Figuration wird in den Geistes- und Sozialwissenschaften gemeinhin mit Norbert Elias in Verbindung gebracht, der mit seiner Studie zu den Beziehungsgeflechten (=Figuration) von Etablierten und Außenseitern soziologische Forschungen grundlegend beeinflusst hat. In der vorliegenden Arbeit geht es jedoch um die Herstellung von Figuren durch fiktive und faktische Elemente, wie es aus der Literatur oder dem Film bekannt ist. Vgl. auch Rolshoven, Johanna, Maierhofer, Maria (Hg.): Das Figurativ der Vagabondage. Kulturanalysen mobile Lebensweisen. Bielefeld 2012.

⁸⁷ Vgl. Ege, Moritz: Ein Proll mit Klasse: Mode, Popkultur und soziale Ungleichheiten unter jungen Männern in Berlin. Frankfurt/Main [u.a.] 2013.

⁸⁸ Vgl. Schleichtriemen, Tobias: Sozialfiguren in soziologischen Gegenwartsdiagnosen. In: Alkemeyer, Thomas; Buschmann, Nikolaus; Etmüller, Thomas (Hg.): Gegenwartsdiagnosen: kulturelle Formen gesellschaftlicher Selbstproblematierung in der Moderne. Bielefeld 2019, S. 147-166. Hier S. 150.

I. Einleitung

an Sozialfiguren, die sie mit Hilfe der Techniken des Impression Management performativ herstellen. Die identitären Figurentypen sind explizit geschlechtlich markiert und eindeutig jeweils dem Weiblichen oder dem Männlichen zugeordnet. Da sie so insbesondere die identitären Idealvorstellungen von Geschlecht und geschlechtlich markierten Rollen repräsentieren, spreche ich in dieser Arbeit von Repräsentationsfiguren, um eben diesen Aspekt zu betonen.

1.2.4. Moralische Problematiken der ethnografischen Forschung in einem rechtsextremen Feld

Das Fundament des Forschungsdesigns – Feldkonstruktion, Materialerhebung und die daran anschließende Formulierung der Fragestellung – basiert auf dem Konzept des „Following“ von George E. Marcus, das er für seine multi-sited ethnography systematisiert hat.⁸⁹ Die Soziologin Jenna Burrell adaptierte und konkretisierte Marcus' Ausarbeitungen für die Onlineethnografie und ergänzte sie dafür mit Netzwerktheorien.⁹⁰ Basis dieser Methodik sind die Festlegung von so genannten *entry points*, die als Fixpunkte im Feld definiert werden, und die immer wieder erneut gesuchte Ausgangslage für das „Verfolgen“ von Themen, Menschen, – in meinem Falle auch Hashtags – darstellen. In Abhängigkeit dieser unterschiedlichen Ausgangslagen nahmen die Pfade des Following unterschiedliche Formen an und bildeten unterschiedliche Netzwerke, deren Zentren allerdings große Überlappungen und Ähnlichkeiten aufwiesen. So wurde erkennbar, welche Themen, Problematiken, Argumente und anderes elementare Stellenwerte einnehmen und repräsentativ für die Inszenierungspraktiken der Identitären Bewegung sind, und welche Elemente Randerscheinungen und Ausnahmen darstellen. Weiterhin wurden in autoethnografischer Perspektive die Nutzungspraktiken der rechten Szene sichtbar, die ich als „spezifische Regeln des Feldes“ fasse: Beiträge der AfD liken und wohlwollend kommentieren, sowie auf Profilen von vermeintlich linken Personen „pöbeln“ und mittels Profilbild und gewählten Benutzernamen stereotypische Geschlechterbilder reproduzieren erkannte ich als solche. Damit einher geht die moralische Frage, inwiefern ich als Forscherin an den Praktiken der rechten Szene reproduzierend und bestätigend tätig sein möchte – oder eben nicht. Eine Forschungshaltung, die ich in Anlehnung an die europäischen Ethnolog:innen Ottovay und Büchner als *research against* bezeichne und die parallel zum *studying through*⁹¹ verläuft, liefert den Ausweg aus diesem Dilemma. Es zeigt jedoch auch auf, wo die Grenzen der ethnografischen Forschung in rechtsextremen Feldern markiert sind. *Research against* meint dabei eine Forscher:innenpositionierung, die analog zum *studying up/down/through* abläuft und den Forscher oder die Forscherin als Gegenpartei zum Feld verortet. Mit einer solchen Grundhaltung wird eine Teilnehmende Beobachtung, die gegenseitiges Vertrauen von Forscher:innen und Beforschten voraussetzt, erschwert.

Wie oben bereits erwähnt, stellen Repräsentationsfiguren wie andere Figurentypen auch eine figurative Form des Wissens dar; die Figuren der Identitären Bewegung verbildlichen und verkörpern in gewisser Weise die identitären Wahrheiten. Die als Idealtypus angebotenen Repräsentationsfiguren wurden zunächst mit verschiedenen Methoden analysiert: neben den oben genannten sind hier insbesondere die visuelle Anthropologie⁹², die Literatur⁹³- und Filmwissenschaften⁹⁴ zu nennen. Mit diesen Methoden

⁸⁹ Vgl. Marcus, George E.: Ethnography in/of the world system: The Emergence of Multi-Sited Ethnography. In: Annual Review of Anthropology 24, 1995, S. 95-117.

⁹⁰ Vgl. Burrell, Jenna: The Fieldsite as a Network: A Strategy for Locating Ethnographic Research. In: Hjorth, Larissa; Horst, Heather; Galloway, Anne; Bell, Genevieve (Hg.): The Routledge Companion to Digital Ethnography. New York 2017, S.51-60.

⁹¹ Büchner, Abel; Ottovay, Kathrin: Research against. Kritische Kulturanthropologie gegen Rechtsextremismus. In: Blask, Falk (Hg.): Ein Dorf voller Narren. Karneval, Idylle, Rechtsextremismus (= Berliner Blätter 43). Münster 2007, S.143-160.

⁹² Vgl. Pink, Sarah: Doing Visual Ethnography. 3. Auflage, London [u.a.] 2013.

⁹³ Vgl. Meister, Jan-Christoph; Lahn, Silke: Einführung in die Erzähltextanalyse. 3. Auflage, Stuttgart 2016.

⁹⁴ Vgl. Mulvey, Laura: Visual and other pleasures. Bloomington 1989.

I. Einleitung

konnten die Repräsentationsfiguren und somit die Inszenierungen der Identitären Bewegung auf unterschiedlichen Ebenen untersucht werden. Mit Hilfe der von Uwe Flicks systematisierten Methode der Triangulation⁹⁵ wurden diese unterschiedlichen Perspektiven auf das Material schließlich zusammengebracht.

1.3. Aufbau der Arbeit

Teil I. dieser Arbeit umfasst neben dieser Einleitung (Kapitel 1) die ausführliche theoretische Betrachtung zu (Selbst-)Inszenierungen und die wissenschaftliche Einkreisung und Einordnung der Repräsentationsfiguren; die (Re-)Präsentationen und Inszenierungen von Geschlecht rücken insbesondere in den Fokus. Die Repräsentationsfiguren werden weiterhin mit Referenzen auf verschiedene andere ‚eher reale‘ und ‚eher fiktive‘ Figurentypen, sowie deren Wirkungs- und Funktionsweisen definiert (Kapitel 2). Im Methodenkapitel werden die Forschungsschritte von der Konzeption des Forschungsdesigns über die Erhebung und Auswertung von Material über Triangulation bis hin zu kritischen Reflexionen des Forschungsprozesses und der Datenlage umfassend erörtert (Kapitel 3).

Die Repräsentationsfiguren, die in dieser Arbeit vorrangig untersucht werden, sind in Narrative eingebunden. Diese Erzählungen geben die grundlegende Struktur und Gliederung des analytischen Hauptteils vor, der sich in die Analyseteile II., III. und IV. teilt. Jedem Analyseteil ist eine Einführung zum jeweiligen Narrativ vorangestellt. An diese Einführung schließen dann zwei Kapitel an, die abwechselnd eine als dezidiert männlich und eine andere entsprechend als weiblich konstruierte Repräsentationsfigur analysiert, beziehungsweise den weiblichen und den männlichen Umgang mit dem jeweiligen Narrativ in seiner verdichteten und auf einen konstruierten Figurentypen projizierten Form abbildet.

Im ersten untersuchten Narrativ (II.) wird gezeigt, inwiefern die Identitäre Bewegung den Mediendiskurs um ihre Gruppen so weit zu steuern versucht, als dass sie nicht mehr als „Nazis“ betitelt werden, was ihnen weitgehende Schwierigkeiten bereitet: Es reiche die kleinste Kritik an der Migrations- und Asylpolitik der Bundesregierung und man werde von der Presse und anderen Akteur:innen öffentlicher Diskurse als „Nazi“ betitelt und als mutmaßlich rechtsextrem aus dem Diskurs ausgeschlossen; man werde in die ‚Nazi-Schublade‘ einsortiert. Wie kommen die Medien im Fall der Identitären Bewegung zu diesem recht einstimmig erscheinenden Urteil? Welche Konsequenzen ergeben sich für die Identitären und wie reagieren die Akteur:innen auf diese Zuschreibungen? Diese Fragen stellen die Ausgangsbasis dar, um die männliche Figur des IBsters⁹⁶ und das weibliche Postergirl zu untersuchen, mit deren Inszenierung die Identitären versuchen, die stereotypischen, geschlechtlich markierten Konnotationen um das Attribut rechtsextrem abzuwehren. Der IBster, der zum Gegenstand von Kapitel 4 wird, ist eine in Anlehnung an den zeitgenössischen, medienpräsenten Hipster geschaffene rechtsextreme Variante. Die Leitfrage lautet: Welche zugeschriebenen Eigenschaften des Hipsters macht sich die Identitäre Bewegung zunutze, und inwiefern sind diese männlich konnotiert? In Kapitel 5 folgt die Analyse des Postergirls. Bei dem Begriff handelt es sich, anders als beim IBster, nicht um eine Selbstbezeichnung, sondern um eine Fremdbezeichnung, die maßgeblich von journalistischer Seite geprägt wurde. Dieses Kapitel ist zudem geprägt von der Erörterung, inwiefern ein Postergirl als eine passive Darstellerin verstanden werden

⁹⁵ Vgl. Flick, Uwe: Triangulation. Eine Einführung. 3. Auflage, Wiesbaden 2011.

⁹⁶ Die nachfolgend genannten Figurentypen sind ausnahmslos Selbst- und Fremdbezeichnungen, die aus unterschiedlichen Perspektiven auf die Identitären schauen. Alle Figurentypen müssten, den Erläuterungen unter Anmerkung 1 konsequent folgend, darum durch einfache Anführungszeichen markiert werden. Zu Gunsten einer besseren Lesbarkeit wurde auf diese Hervorhebung ebenso verzichtet wie bei den Begriffen um die Identitäre Bewegung. Da die Verortung und Dekonstruktion der Figurenbezeichnungen einen elementaren Bestandteil der Figurenanalyse darstellen, sollten begriffliche Missverständnisse eher ausgeschlossen sein.

I. Einleitung

kann, die von Männern instrumentalisiert, objektiviert und sexualisiert wird. Oder sollte ihre Inszenierungspraxis als ein aktiver Akt verstanden werden in analoger Betrachtung zum zeitgenössischen Phänomen der (Produkt-)Influencer:innen, den Werbeikonen der sozialen Netzwerke?

In den Analyseteilen III. und IV. geht es weniger um eine Platzierung im Mediendiskurs, sondern um die figürliche Ausgestaltung spezifischer rechter Narrative, die sich vornehmlich an der Prämisse orientieren, dass die ‚europäische Kultur‘ bedroht werde und dem Untergang geweiht sei. Der ausgemachte Feind findet sich einerseits ‚außerhalb des Eigenen‘ und schwäche z.B. durch Migration ‚das Eigene‘. Andererseits werde ‚das Eigene‘ von innen heraus unterhöhlt und aufgeweicht, in dem ‚traditionelle Werte‘ verneint würden.

Das in diesem Kontext erste untersuchte Narrativ (III.) beschreibt einen ‚kognitiven Wendepunkt‘ oder das ‚Erkennen von Wahrheit‘, das im Kontext von Widerstand, Rebellion und Propaganda nicht nur in rechten Kreisen thematisiert wird, jedoch insbesondere in der Identitären Bewegung eine wichtige, identitätsstiftende Rolle innehat. Hinter der identitären Variante des Narrativs, das wie alle anderen hier analysierten Teilnarrative in diversen anderen rechtspopulistischen und rechtsextremen, antifeministischen oder verschwörungstheoretischen Gruppen zu finden ist, steckt die Vorstellung, dass alle Menschen, die nach 1968 geboren worden sind, politisch links seien, weil die europäische Gesellschaft nun von einer linken Hegemonie durchzogen sei, die sie auch als „Kulturmarxismus“ bezeichnen. Es benötige einige Anstrengungen und eine metaphorische Medizin in Form einer oft zitierten roten Pille, um diese angenommene Hegemonie zunächst zu erkennen und dann aus ihr herauszubrechen. Identitäre Männer und Frauen präsentieren unterschiedliche Erzählungen im Kontext ihres politischen Wendepunktes: Das Erkennen der Wahrheit resultiert in den Erzählungen der Frauen auch in einer Weichenstellung ihres Lebensziels: Weg von einem zersetzenden, lebensfeindlichen Entwurf einer „Linksfeministin“, hin zu einer idealisierten, sich aufopfernden Mutterfigur (Kapitel 6). Männer betonen hingegen ihre unveränderte Persönlichkeitsstruktur, die sie lediglich konsequent und unerbittlich weiter denken und leben mussten als andere es tun (Kapitel 7).

Im dritten und letzten Analyseteil (IV.) werden schließlich die Verschwörungserzählung des Großen Austausch und die darin verwobenen Frauen- und Männerfiguren analysiert. Die Verschwörungserzählung geht maßgeblich auf den französischen Publizisten Renaud Camus zurück, der mit der „Revolte gegen den Großen Austausch“ das zugehörige Manifest lieferte. Die Vorstellungen stehen in engem Zusammenhang mit einem vermeintlichen ‚Volkstod‘ oder einer ‚Umvolkung‘; die christlich-europäische Kultur sterbe aus und eine muslimisch-arabische gewänne die Oberhand. Frauen werden in diesem Zusammenhang vorrangig als Opfer des ‚Bevölkerungsaustausches‘ inszeniert (Kapitel 9), während als Gegenstück ein männlicher Idealtypus, der Alphamann als Anführer und wehrhafter Beschützer, zur Orientierung männlicher Idealvorstellungen angeboten wird (Kapitel 8).

Im abschließenden Schlussteil (V.) fasse ich zunächst die Teilergebnisse aus den einzelnen Analyseschritten zusammen (Kapitel 10) und skizziere in einer kurzen Übersicht, inwiefern sich die Situation der Identitären Bewegung von Frühjahr 2019, dem Ende der systematischen Materialerhebung, und dem Abschluss der Verschriftlichung (Frühjahr 2021) verändert hat und erörtere, inwiefern Forschungsarbeiten diese neuen Situationen berücksichtigend an meine Arbeit anknüpfen können, um aktuelle Erscheinungsformen um rechtsextremen Aktivismus und antifeministische Debatten im Internet verstehen zu lernen (Kapitel 11).

I. Theorie

2. Theoretische Rahmungen: Selbstinszenierung durch geschlechtlich markierte Repräsentationsfiguren

In diesem Kapitel wird die einleitend skizzierte theoretische Basis detaillierter ausgeführt. Schlüsselbegriffe sind (Selbst-)Inszenierung sowie der Umgang mit Narrativen und figürlichen Repräsentationen, außerdem lege ich das für diese Arbeit genutzte Grundverständnis von Gender dar. Im ersten Unterkapitel stelle ich die grundsätzliche Denkrichtung vor, die diese Arbeit perspektivisch geleitet hat und unter denen die ausgemachten Schlüsselbegriffe und -kategorien zu verstehen sind. Das Konzept der Inszenierung, wie Erving Goffman es geprägt hat, und die entsprechende Weiterentwicklung für die gegenwärtigen alltäglichen Inszenierungspraxen in den sozialen Netzwerken sind dabei richtungsweisend (2.1.).

Die in Form figürlicher Darstellung konzipierten Inszenierungen der Identitären entfalten neben ihrer Funktion als Werkzeug des Impression Managements auch Eigendynamiken, die sich aus ihren quasi-fiktionalen Eigenschaften ableiten. Ich vertiefe darum an zweiter Stelle dieses Kapitels die erzählerischen und charakterisierenden Elemente und nähere mich über andere Figurentypen den hier untersuchten Repräsentationsfiguren der Identitären Bewegung an. Diese Annäherung verläuft insbesondere über die größtenteils von den Sozialwissenschaften geprägten Sozialfiguren, die über die Cultural Studies und die kulturwissenschaftliche Subkulturforschung auch für eine kulturanthropologische Arbeit anschlussfähig gemacht worden sind. Ich betrachte Sozialfiguren als einen Figurentypen, der trotz narrativer und fiktionaler Elemente von realen Personen und ihren Handlungen ausgeht und in Form medialer Ausgestaltung in Wechselwirkung mit den bezeichneten Akteur:innen steht. Dem gegenüber steht ein zweiter Figurentyp, in dessen Charakterisierung die erzählerischen Elemente dominieren (2.2.).

Im dritten Unterkapitel werden die selbstinszenierenden (Online-)Praxen mit Figurentypen zusammengedacht. Im Mittelpunkt stehen Konzepte aus der PR- und Marketingforschung, die auch von „Self-Branding“ sprechen und damit das Vermarkten der eigenen Person analog zu einem wirtschaftlichen Unternehmen oder einem Produkt meinen. Self-Branding wurde in den 1990er Jahren noch als eine Erfolgsstrategie verhandelt, die schlussendlich in einer Idealform nur von Prominenten umgesetzt werden konnte. Mit der Ubiquität der sozialen Netzwerke wird Self-Branding – von mir in dieser Arbeit schließlich verstanden als eine strategische Inszenierungsform, die auf die Herausbildung einer eindeutig zu lesenden Figur abzielt – zur alltäglichen Onlinepraxis, die jeder Nutzer und jede Nutzerin beherrschen muss; insbesondere dann, wenn die Person (oder Gruppe) in den sozialen Medien herausstechen und erfolgreich sein will (2.3.).

2.1. Inszenierung und Gender in den Kulturwissenschaften

Performanz beschreibt im Sinne des *performative turn*⁹⁷ der Kulturwissenschaften eine analytische Perspektive, die auf drei unterschiedlichen Ebenen ansetzt, um Kultur und soziale Wirklichkeiten verstehbar zu machen. Inhaltliche Bestandteile sind erstens die Theatralisierung von rituellen Handlungen an der Schnittstelle von Ausführen und Aufführen, wie sie vom Sozialwissenschaftler Erving Goffman oder dem Ethnologen Victor Turner mit jeweils eigener Schwerpunktsetzung untersucht wurden.⁹⁸ An zweiter Stelle steht, angelehnt an die Linguistik und Semiotik, das ständige Zitieren von ‚Text‘, und drittens folgt die Materialisierung und Verkörperung von Aussagen; dieser Bereich wurde insbesondere von Judith Butler geprägt. Ein solch weit gefasster Rahmen macht den Performanzbegriff allerdings zu einem *umbrella term* und benötigt eine gewisse Schärfung, um sich als

⁹⁷ Vgl. Fischer-Lichte, Erika: Theater als Modell für eine performative Kultur: Zum performative turn in der europäischen Kultur des 20. Jahrhunderts. Saarbrücken 2000.

⁹⁸ Vgl. Turner, Victor: Vom Ritual zum Theater: Der Ernst des menschlichen Spiels. Frankfurt/Main 1989 [Erstveröffentlichung: 1982]. Goffmans Arbeiten werden nachstehend detailliert ausgeführt.

I. Theorie

theoretische Rahmung für die konkret stattfindende Forschung als hilfreich zu erweisen. Den Ausgangspunkt für meine Überlegungen bildet Goffman (2.1.1.). Es folgt eine Darlegung von Butlers Performanz-Begriff, der hier auch deshalb von besonderer Bedeutung ist, da er den Zugang zu Gender als analytisches Konzept, wie es in dieser Arbeit verstanden wird, darlegt (2.1.2).

Ich wende mich dann speziellen Aspekten der (Selbst-)Inszenierungen von Frauen und Männern in den sozialen Medien zu. Zunächst stehen die unterschiedlichen Anforderungen, Möglichkeiten und Konsequenzen für Frauen und Männer, beziehungsweise als männlich oder weiblich gelesene Darstellungen in den sozialen Netzwerken im Fokus. Die Filmwissenschaftlerin Laura Mulvey zeigte mit ihrem zum Standardwerk gewordenen Essay *Visual Pleasure and the Narrative Cinema*, dass der Hollywoodfilm nicht nur Frauen- und Männerrollen in einer bestimmten Art und Weise repräsentier(t)e, sondern auch das Schauen selbst ein geleiteter Vorgang ist, der durch den Film (und durch andere Medien) erlernt wird. (2.1.3.). Schließlich schaue ich auf Raewyn Connells Theorie der hegemonialen Männlichkeit, die, wie ich zeigen werde, bezogen auf Repräsentationssysteme im engen Zusammenhang mit Mulveys *male gaze* steht (2.1.4.).

2.1.1. Goffman: Inszenierung des Selbst in on- und offline Räumen

Die Identitäre Bewegung präsentiert sich hauptsächlich in den eigenen Social-Media-Accounts wie YouTube, Instagram, Twitter und Facebook. Dieses Material lese ich als Aufführungen und Praktiken der Selbstinszenierung. Selbstinszenierung meint verbale und non-verbale Kommunikations- und Interaktionspraktiken, die sich als eine komplexe und nie abgeschlossene, dynamische Aushandlung zwischen dem Selbst, und der Frage, was andere Interaktionsteilnehmer:innen erwarten, definiert. Bei Goffman werden diese Interaktionsteilnehmer:innen in Anlehnung an das Theater als Zuschauerschaft bezeichnet; entsprechende Metaphern durchziehen sein gesamtes Werk, das in deutscher Übersetzung unter dem Titel „Wir alle spielen Theater“ erschien (Originaltitel: „The presentation of self in everyday life“).⁹⁹

Die Akteur:innen verwendeten, Goffman folgend, zur Selbstdarstellung in unterschiedlichen Situationen verschiedene Masken, um bestimmte Rollen zu bedienen. Diese Masken könnten dabei jedoch nicht immer ‚frei‘ gewählt werden, sondern seien auch vom Kontext der Kommunikation abhängig.¹⁰⁰ Dies könne zum Beispiel eine berufliche Position sein, von der ein entsprechendes dominantes oder untergeordnetes Verhalten, eine angemessene Sprache oder andere Faktoren verlangt würden. Rollen unterliegen kulturellen Codes, die kollektiv geteilt würden. Darum ist es beispielsweise auch einem zuvor nicht involvierten Teilnehmer möglich, aufgrund gesetzter Rahmenbedingungen, wie eine Berufsbezeichnung, soziokulturelle Parameter wie *Race/Class/Gender/Age* einer Person oder die berufliche oder private Situation, in der sich die Interaktionsteilnehmenden befinden, abzuschätzen, welche Masken angebracht erscheinen und welches Verhalten als irritierend wahrgenommen werden würde.¹⁰¹

Die Kommunikations-, Medien und Kulturwissenschaftler:innen Whitney Philipps und Ryan Milner, die die gegenwärtigen Selbstinszenierungen von Nutzer:innen in den sozialen online Netzwerken untersuchen, formulieren es angelehnt an Goffman so:

„Although masks are worn by individuals, the performances they help facilitate are [...] fundamentally collective – as reflective of all groups, relationships, and communities being performed for as of the individuals doing the performing.“¹⁰²

⁹⁹ Vgl. Goffman 2016.

¹⁰⁰ Vgl. ebd. S. 5-7.

¹⁰¹ Goffman spricht auch von einer räumlich gedachten „Fassade“, die die Kommunikationssituation rahmt. Vgl. ebd. S.23-30.

¹⁰² Phillips/Milner 2017, S.62.

I. Theorie

Es sei stets das Ziel der Akteur:innen, von den anderen Interaktionsteilnehmer:innen akzeptiert zu werden und vor diesen gut dazustehen. Andererseits könnten Akteur:innen der Erwartungshaltung, die die Situation hervorbringt, bewusst oder unbewusst zuwiderhandeln und eine „Störung“ herbeiführen. Die Zuschauerschaft greife dann (idealerweise) auf ein Set aus Techniken zurück, die die Störung abmildern; bei Goffman wird dieser Vorgang auch „Takt“ genannt.¹⁰³

Goffman, der seine Ausarbeitungen bereits im Jahr 1956 vorlegte, bezog sich ausschließlich auf nicht-medialisierte, offline Kommunikation und Interaktion, doch die bisher kurz skizzierten Aspekte lassen sich direkt in Online-Interaktionen übertragen: Auch in Onlineforen, auf Instagram, Twitter, Facebook und YouTube kommt es zu geschriebenen und ungeschriebenen Regeln, Erwartungshaltungen, an diese angepasste Inszenierungen und ihnen zuwiderlaufende, bewusste wie unbewusste Störungen. Die eigene Identität wird mittels verschiedener Masken innerhalb des komplexen Geflechts aus kulturellen Codes präsentiert und inszeniert. Bei einem Vergleich zwischen online und offline Interaktionen und der Inszenierung des Selbst wird insbesondere deutlich, dass man ‚das Internet‘ und die ‚reale Welt‘ nicht voneinander trennen kann. Diverse Wissenschaftler:innen aus interdisziplinären Bereichen haben gezeigt, dass zum Beispiel der physische Körper auch in medialisierten Interaktionsräumen noch immer von Bedeutung ist.¹⁰⁴ Erfahrungen von zum Beispiel Rassismus sind wie andere verkörperte Elemente direkt in Tweets, Fotos und Kommentare eingeschrieben.¹⁰⁵ Das geschieht auch, wenn eine Person sich eine ‚falsche‘ Identität im Internet zulegt, zum Beispiel ein weißer Mann, der für ein online Rollenspiel den Avatar einer Schwarzen Frau kreiert. Dann reproduziert er für seine Inszenierung – unabhängig von seiner Intention – das Wissen, dass er sich zuvor aus seiner weißen und männlichen Perspektive heraus über Schwarze Frauen angeeignet hat. Andersherum wirken sich Erfahrungen aus sozialen Netzwerken, wie zum Beispiel Hate Speech auf die physische Person aus.

Andere Faktoren der Inszenierung des Selbst tauchen im Internet im Vergleich zu nicht-medialisierten Interaktionen nicht auf, offenbaren sich verändert oder kommen hinzu. An erster Stelle ist hier der „Kommunikationsimperativ“ zu nennen, denn, so Internetforscher Joseph Walther bereits 1994, existiere eine Person online nur, wenn sie auch aktiv kommuniziere, interagiere und performe,¹⁰⁶ während in der ‚realen‘ Welt Informationen auch passiv ausgetauscht werden: Hier gilt der Leitsatz, man könne nicht nicht-kommunizieren. Dies führt nun dazu, dass Akteur:innen online zunächst eine größere Kontrollmöglichkeit besitzen, um ihre Rollen und Masken zu inszenieren: Man entscheidet, was man wo von sich preisgeben will und was nicht. Durch vorinstallierte Fotofilter oder mit Hilfe von professioneller Fotobearbeitung (um hier beispielhaft auf der bildlichen Ebene zu bleiben) kann die gewählte Maske in die gewünschte Richtung weiterhin angepasst werden. Andererseits nehmen soziale Medien, beziehungsweise andere Nutzer:innen Einfluss auf die Selbstdarstellung, in dem sie zum Beispiel weitere Informationen aus Kontexten anderer Maskierungen ergänzen. Philipps und Milner sprechen darum von einem Paradoxon des Kommunikationsimperativs.¹⁰⁷

Der zweite Aspekt, der sich bei der Übertragung von Goffmans Theorien von der ‚realen‘ Welt auf die Plattformen der sozialen Medien verändert, wird mit dem Begriff *context collapse* bezeichnet und spielt

¹⁰³ vgl. Goffman 2016, S.16 und S.212-215.

¹⁰⁴ Hier insbesondere danach boyd [Eigenschreibweise] zu nennen. Sie forscht als Medien- und Sozialwissenschaftlerin am Schnittpunkt von Technologie, Politik und Gesellschaft und setzte mit ihrer Arbeit zu Jugendlichen in den sozialen Netzwerken von 2007 Standards, die auch gegenwärtig in den sich herausbildenden „Digital Humanities“ als eigenständiges Forschungsfeld rezipiert werden. Vgl. boyd, danach: Why Youth (heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. In: Buckingham, David (Hg.): Youth, identity, and digital media. Cambridge 2008, S. 119-142.

¹⁰⁵ Vgl. auch Philipps/Milner 2017, S.66.

¹⁰⁶ Die hier gemeinte Existenz bezieht sich lediglich auf die gegenseitige Wahrnehmung unterschiedlicher Nutzer:innen. Denn in den sozialen Netzwerken hinterlassen auch passiv bleibende Personen ‚Spuren‘ und liefern zum Beispiel über das Akzeptieren von Cookies Daten, außerdem lassen sie sich über IP-Adressen auffindig machen. Diese Spuren sind jedoch nicht für jede:n Internetnutzer:in sichtbar und operieren zudem auf einer anderen Kommunikationsebene als die hier untersuchte.

¹⁰⁷ Vgl. Philipps/Milner 2017, S.73.

I. Theorie

in der alltäglichen Kommunikation auf insbesondere Facebook, aber auch auf Twitter und Instagram eine entscheidende Rolle. Die unterschiedlichen Masken und Rollen, die Akteur:innen im nicht-digitalen Alltag anwenden, fallen dort zusammen, wo Mitspieler:innen dieser unterschiedlichen Bereiche zusammenkommen: Ein bestimmtes Foto ist selten sowohl für die Arbeitskollegen, die Familie und den Freundeskreis in gleicher Weise passend oder angemessen und kann mitunter zu Irritationen führen. Eine solche Überschneidung kann offline zwar auch geschehen, jedoch ist dies in Relation zur Darstellung in den sozialen Medien deutlich seltener und Akteur:innen können auf unterschiedliche Taktiken zurückgreifen, um die Störung abzumildern.¹⁰⁸ Facebooks Konzept bestand hingegen von Anfang an darin, dass sich alle Nutzer:innen mit allen Familienmitgliedern, guten Freund:innen, Kolleg:innen und vagen Bekannten vernetzen sollten. Die Internetplattform hat inzwischen nachgerüstet und bietet die Möglichkeiten an, die „Freunde“, also das eigene Netzwerk, in Kategorien zu ordnen. Geteilte Inhalte können dann wiederum so eingestellt werden, dass nur bestimmte Gruppen des Netzwerkes die Inhalte zu sehen bekommen. Kulturanthropolog:innen um Daniel Miller stellen jedoch fest, dass viele Nutzer:innen diese Einstellungen nicht verwendeten, sondern stattdessen neben Facebook zusätzlich auf anderen Plattformen kommunizierten, auf denen sie sich dann jeweils nur mit bestimmten Personengruppen vernetzten. Von diesen Personengruppen ist dann auch der jeweils geteilte Inhalt abhängig.¹⁰⁹ Diese Praxis erklärt zum Beispiel, warum eine Gruppe wie die Identitäre Bewegung versucht, auf allen großen Plattformen der sozialen Medien vertreten zu sein, anstatt sich auf eine zu fokussieren: Sie erreichen so potenziell alle verstreut interagierenden Internetnutzer:innen.

Drittens unterscheidet Goffman bei Aufführungen der Selbstinszenierung zwischen einer Vorder- und einer Hinterbühne, auf denen die Individuen interagieren: Das, was Akteur:innen auf der Vorderbühne zeigen, ist geplant und kontrolliert (wenn auch nicht immer vollständig), während die Handlungen auf der Hinterbühne als unbeobachtet, organisierend oder vorbereitend zu charakterisieren sind.¹¹⁰ Vorder- und Hinterbühnen sind auch in der Inszenierung im Internet von besonderer Bedeutung, doch lassen sie sich mit den für diese Arbeit gewählten Methoden nicht hinreichend erforschen: Wieviel Vorbereitung steckt in Martin Sellners Vlogs, und woher stammt das Geld für den Aktivismus? Welche Absprachen werden wo getroffen, um den uniformen Stil der Identitären zu kreieren? Diese und andere Fragen würden eben diese Hinterbühne adressieren. Einige dieser Fragen werden von den Identitären selbst beantwortet, aber in dem Moment der ‚Transparenz‘ wird die Handlung von der Hinterbühne auf die Vorderbühne geholt und wird Teil der bewussten Inszenierung, was neue Fragen aufwirft.

2.1.2. Butler: Doing Gender

Judith Butler wendet den Performanzbegriff in den 1990er Jahren auch auf die Konstitution und Herausbildung von Geschlecht an und bezieht sich in ihrer Arbeit nicht „nur“ auf die Konstruktion und performative Aushandlung von Gender, sondern versteht auch den materiellen Leib, den Frauen- und Männerkörper, als performativ hervorgebracht. Ausgangsbasis wie Ergebnis dieser Behauptung ist bei Butler, die sich auf Sprechakte fokussiert, dass kein Körper dem Diskurs um geschlechtliche Identität vorausgeht:

¹⁰⁸ Philipps und Milner führen als Beispiel eine große Hochzeitsfeier an, auf der das Brautpaar auf alte Schulfreund:innen, neue Kolleg:innen, die jeweiligen Familienmitglieder und so weiter trifft, mit denen es unter Umständen jeweils andere Umgangsformen pflegt. Vgl. ebd.

¹⁰⁹ Dies wird von den Autor:innen auch als „Social Scalability“ bezeichnet. Vgl. Borgerson, Janet; Miller, Daniel: Scalable sociality and “How the world changed social media”: conversation with Daniel Miller. In: Consumption Markets & Culture 19/6, 2016, S.520-533.

¹¹⁰ Vgl. Goffman 2016, S.99-128.

I. Theorie

„[M]an kann nämlich den Körpern keine Existenz zusprechen, die der Markierung ihres Geschlechts vorherginge. So stellt sich die Frage, inwiefern der Körper erst in und durch die Markierung(en) der Geschlechtsidentität *ins Leben gerufen* wird“¹¹¹.

Geschlechtsidentität ist performativ: etwas, das erst durch die Aufführung hervorgebracht wird. Das heißt, die Geschlechteridentität selbst

„konstituiert die Identität, die sie angeblich ist. In diesem Sinne ist die Geschlechtsidentität ein Tun, wenn auch nicht das Tun eines Subjekts, von dem sich sagen ließe, dass es der Tat vorangeht.“¹¹²

An dieser Stelle wird auch die Unterscheidung zwischen Performanz und Performativität deutlich: Während ersteres von einem handelnden Subjekt ausgeht, das Inszenierungen bewusst und autonom aufführen könne, zeigt das Performative vielmehr die Zitathaftigkeit und Iterabilität. Damit eine performative Äußerung gelingen kann, müsse sie in einem System gesellschaftlich anerkannter Konventionen und Normen erkennbar und wiederholbar sein.¹¹³

Unter anderem Genderwissenschaftlerin Andrea Maihofer¹¹⁴ kritisierte an *Gender Trouble*, Butlers vielbeachtetem ersten Buch zu diesem Thema, dass bei ihr alles zu Sprache und der Körper zu einer bloßen Fiktion oder Oberfläche werde; der Mensch, das geschlechtliche Subjekt, würde entkörperlicht. Außerdem, so auch andere Kritiker:innen, verkünde Butler eine postmoderne Beliebigkeit, in der alles zu einem Konstrukt werde. Butler präzisiert in ihrem zweiten Werk *Bodies that matter* diese Kritik aufgreifend, dass die Materialität des Körpers und die Materie neu gedacht werden müsse. Dafür konzipiert sie Materie nicht als räumliches Phänomen, sondern als ein „Prozeß der Materialisierung, der im Laufe der Zeit stabil wird, so daß sich die Wirkung von Begrenzung, Festigkeit und Oberfläche herstellt, die wir Materie nennen.“¹¹⁵

Pädagogin und Sozialwissenschaftlerin Birgit Schaufler fasst Butlers Gender-Theorie schließlich in fünf Punkten zusammen: Erstens sei diese Materie ein Effekt einer Machtdynamik. Zweitens sei Performativität die ritualisierte Wiederholung, durch die der Diskurs jene Phänomene hervorbringt, welche er reguliert. An dritter Stelle sei das biologische Geschlecht eine kulturelle Norm, die die Materialisierung von Körpern bestimmt. Viertens werde der Prozess der Aneignung und Umsetzung körperlicher Normen nicht von einem geschlechtlichen Subjekt durchgeführt, sondern dies bilde sich erst im Verlauf des Prozesses. Und schließlich, fünftens, verlange die Bildung des geschlechtlichen Subjekts eine Identifizierung mit den Normen des Geschlechts, welche durch die Zurückweisung des nicht Normgerechten erreicht werde.¹¹⁶ Auch bei Simone de Beauvoir dränge sich die Fokussierung auf das „zur Frau gemacht werden“ (statt ein „selbst zur Frau werden“) bereits auf.¹¹⁷ Dabei entstehe der Eindruck, dass kulturelle Bilder auf den Menschen projiziert würden und der gedachte, vordiskursive Körper so als leere Fläche erscheint, die beliebig gestaltet werden könne. Birgit Schaufler konstatiert stattdessen, dass die

¹¹¹ Butler, Judith: *Das Unbehagen der Geschlechter*. Frankfurt/Main 1991, S.26. Kursive Hervorhebungen im Original.

¹¹² Ebd. S.49

¹¹³ Vgl. Posselt, Gerald: *Politiken des Performativen. Butlers Theorie politischer Performativität*. In: Posselt, Gerald; Schönwälder-Kuntze, Tatjana; Seitz, Sergej (Hg.): *Judith Butlers Philosophie des Politischen. Kritische Lektüren*. Bielefeld 2018, S.45-70. Hier S.47.

¹¹⁴ Vgl. Maihofer, Andrea: *Geschlecht als Existenzweise: Macht, Moral, Recht und Geschlechterdifferenz*. Frankfurt/Main 1997.

¹¹⁵ Butler, Judith: *Körper von Gewicht*. Frankfurt/Main 1993, S.32. Im Original ist dieses Zitat kursiv hervorgehoben.

¹¹⁶ Vgl. Schaufler, Birgit: *„Schöne Frauen - starke Männer“*. Zur Konstruktion von Leib, Körper und Geschlecht. Augsburg 2002, S.92.

¹¹⁷ Vgl. ebd. S.93.

I. Theorie

„Vorstellungen von Frau- bzw. Mann-Sein [...] nicht an der Oberfläche [bleiben]. Sie dringen in die tiefsten Strukturen des Leibes ein und ziehen ihre Wirksamkeit daraus, dass die Tatsache ihrer Gewordenheit bis zur Unkenntlichkeit verschleiert wird.“¹¹⁸

Sie bezieht sich dabei auf Stefan Hirschauer und die körperliche Lesbarkeit der Geschlechterzuordnung¹¹⁹. Demnach realisiert und verwirklicht sich Geschlecht *auf* dem Körper, *im* Körper und *durch* den Körper. Die Verwirklichung auf dem Körper wird durch die Benennung signifikanter Körperteile visualisiert. Sie macht das Spezifische sichtbar und zeichnet den Körper als weiblich oder männlich. Durch soziale Praxen und das individuelle Handeln wird der Körper zudem modelliert; das Geschlecht schreibt sich in den Körper ein. Schließlich verwirklicht, vergewissert und vermittelt sich Männlich- und Weiblichkeit über körperliche Inszenierungen. Der Körper fungiert als Medium und Bühne der Repräsentation der Geschlechterzugehörigkeit; die Geschlechterordnung aktualisiert sich also durch den Körper.

Dass beide genannten Aspekte – nicht nur die Performanz, sondern auch die Performativität – für die Analyse der Inszenierungen der Identitären Bewegung eine wichtige Rolle spielen, wird in den nächsten beiden Unterkapiteln deutlich werden, die die Annäherungen an die Repräsentationsfiguren theoretisch nachzeichnen.

2.1.3. Zur Aktualisierung der *gale gaze*: Weiblichkeit in den sozialen Medien

Werden die analytischen Begriffe Gender und Inszenierung mit einer Perspektive auf die sozialen Medien zusammengedacht, rücken die unterschiedlichen Darstellungsformen von Weiblich- und Männlichkeiten in den Blick. Es muss gefragt werden: Wie stellen Frauen und Männer sich in den sozialen Netzwerken dar und an welchen Vorbildern orientieren sie sich für ihre Präsentationsformen? Welche Elemente werden besonders betont, um Weiblich- und Männlichkeiten in den Inszenierungen zu betonen?

Die Filmwissenschaftlerin Laura Mulvey legte 1975 mit *Visual Pleasures and the Narrative Cinema* einen Essay vor, der nicht nur die Inszenierung und Repräsentation von Frauen und Männern im Hollywood-Film thematisierte, sondern auch das Schauen als solches als eine erotische, patriarchale Praxis versteht.¹²⁰ Insbesondere das Kino, das von Mulvey als ein fortgeschrittenes Repräsentationssystem gedacht wird, zeige nicht nur, wie Frauen und Männer inszeniert werden, sondern leitet auch an, wie man zu schauen hat. Ausgangs- und Endpunkt ihrer Argumentationslinie stellt Freuds Kastrationskomplex dar und die Konstruktion der Frau zum Symbol und Signifikanten dieser Angst, die ich an dieser Stelle nicht weiter vertiefen möchte. Nutzbarer für die Analyse dieser Arbeit ist vielmehr Mulveys Übertragung von Freuds Konzept der Skopophilie, „the pleasure in looking“¹²¹, und Lacans Reflexionen über das kindliche Erkennen des Ichs im Spiegel und dem damit verbundenen Narzissmus, den Mulvey „ego libido“¹²² nennt. Das Vergnügen des Betrachtens, bei Freud ein Bestandteil der sexuellen Instinkte, mache das Gegenüber zu einem Objekt und liefere es dem kontrollierten und neugierigen Blick („gaze“) aus. Im Kino erfahre der (als männlich konstruierte) Besucher schließlich eine befriedigende Manipulation des visuellen Vergnügens: „Among other things, the position of the spectators in the cinema is blatantly one of the repression of their exhibitionism and projection of the repressed desire onto the performer.“¹²³

¹¹⁸ Ebd.

¹¹⁹ Vgl. ebd. S. 109. Vgl. auch: Hirschauer, Stefan: Die soziale Konstruktion der Transsexualität: über die Medizin und den Geschlechtswechsel. Frankfurt/Main 1993.

¹²⁰ Vgl. Mulvey, Laura: *Visual Pleasures and the Narrative Cinema*. In: Ders. (Hg): *Visual and other pleasures*. Bloomington [u.a.] 1989, S. 14-26.

¹²¹ Ebd. S.16.

¹²² Ebd. 17.

¹²³ Ebd.17.

I. Theorie

Das von Lacan ausgearbeitete „Spiegelstadium“ beschreibt die Phase, in der ein Kleinkind sich selbst im Spiegel erkennt. Mulvey betont, dass das Kind das Spiegelbild als idealer betrachtet als seinen eigenen Körper. Dies sei eine Grundvoraussetzung, um später eine Identifikation mit anderen Menschen herstellen zu können:

„the image recognized is conceived as the reflected body of the self, but its misrecognition as superior projects this body outside itself as an ideal ego, the alienated subject which, re-introjected as an ego ideal, prepares the way for identification with others in the future.“¹²⁴

Während das Schauen eines Films einerseits eine aktiv zum Ausdruck kommende Skopophilie, eine Trennung zwischen der erotischen und sexuellen Identität des betrachtenden Subjekts herstellen kann, wird andererseits die Identifikation des Egos mit dem Leinwandobjekt erzwungen. Schaut man sich nun die Rollenverteilung der Hollywood-Filme an, die Mulvey für ihre Argumentation heranzieht, so wird deutlich erkennbar, dass der männliche Held eine aktive Rolle einnimmt, während die Frau oftmals vielmehr passives Beiwerk bleibt.¹²⁵ Für das Sehen und das damit verbundene Vergnügen ergibt sich daraus eine männlich-aktive/weibliche-passive Aufteilung. Anders formuliert bräuchten Männer den Erzählfluss, das Narrativ, voran, während Frauen für das „Spektakel“ verantwortlich seien.

Mulvey baut darauf aufbauend den Begriff der *male gaze*¹²⁶ theoretisch aus: Frauen würden demnach nur allzu oft aus einem männlichen Blickwinkel gezeigt, der sich aus drei verschiedenen Perspektiven einstellen kann: Erstens durch den Blick des Mannes hinter der Kamera, beziehungsweise durch die entsprechende Regieanweisung. Zweitens durch einen männlichen Protagonisten, aus dessen Perspektive ein weiblicher Charakter definiert wird, und drittens durch den Zuschauer des Films (oder einer Werbung, oder eines Bildes). Ausgangsbasis für die *male gaze* ist dabei stets der Sehgewohnheiten prägende Blick des heterosexuellen Mannes als Subjekt auf das weibliche Lustobjekt. Dieser, im Kino und durch den Film erlernte Blick, prägt die Sehgewohnheiten im Alltag, und zwar auf solche Weise, dass auch Frauen sich kaum von ihm befreien könnten. Dieser Aspekt erlangt einerseits eine Beweiskraft, wenn die Problematiken des so genannten *Counter Cinema*¹²⁷ untersucht werden. Andererseits zeigt sich die *male gaze* in einer Form des undifferenzierten männlichen Schauens, wenn Abbildungen von Männern in Magazinen für heterosexuelle Männer nicht in der Lage scheinen, mit dem objektivierenden und sexualisierten Blick zu brechen und somit andere Mechanismen gefunden werden müssen, um eine homosexuelle Konnotation zu vermeiden.¹²⁸

Man könnte nun einwenden, dass der Rückgriff auf Arbeiten der 1970er Jahre zur Analyse von Darstellungen von 2016 bis 2019 in den sozialen Medien ein zu weiter Sprung zurück sei, und zudem die Aktualität von Mulveys Konzepten in Frage gestellt werden könne. Eine solche Kritik muss sicherlich anerkannt werden, wenn es um die Aktualität von Mulveys Essay für die Filmwissenschaften geht: Frauen auf der Kinoleinwand werden heute vielfältiger dargestellt, obgleich stereotype Modelle auch immer noch zur Anwendung kommen. Ebenso gibt es feministische und queere Filmprojekte, die über das *Counter Cinema* von Mulveys Zeiten hinaus gehen, mit der dominanten *male gaze* brechen und

¹²⁴ Ebd.

¹²⁵ Für eine aktuelle Einordnung von Mulveys Theorien in den Filmwissenschaften, vgl. Furstenau, Marc (Hg.): *The film theory reader: Debates and arguments*. London 2010.

¹²⁶ Der Begriff *male gaze* soll erstmals von Kunstkritiker John Berger in einer BBC-Serie im Januar 1972 verwendet worden sein und gilt als besonders einflussreich für Mulveys Ausarbeitungen. Vgl. auch Berger, John: *Ways of Seeing*. London 1977.

¹²⁷ *Counter Cinema* ist der Überbegriff für Filme, in denen versucht wird, die Repräsentationssysteme wie auch die Produktionsabläufe von Hollywoodfilmen zu durchbrechen und diesen wirkmächtigen Filmen Gegenarrative gegenüberzustellen. Vgl. auch Landy, Marcia: *Cinema & counter-history*. Bloomington 2015.

¹²⁸ Vgl. Benwell, Bethan: *Introduction: Masculinity and men's lifestyle magazines*. In: Ders. (Hg.): *Masculinity and men's lifestyle magazines*. Oxford 2003a, S.6-29.

I. Theorie

somit die Sehgewohnheiten erst herausfordern und schließlich verändern.¹²⁹ Der Soziologe York Kautt hat zudem gezeigt, dass die stereotypen Attribute des „Werbeweiblichen“¹³⁰ seit den 1990er Jahren aufgeweicht werden und als zu sexualisiert wahrgenommene Darstellungen von Weiblichkeit in der Öffentlichkeit ebenso kritisiert werden wie die Reduzierung der Frau als schöne Begleiterin des Mannes oder auf den häuslichen Bereich.¹³¹

Andererseits stellte unter anderem die Philosophin Kelly Oliver mit Blick auf die gegenwärtigen Praxen in den sozialen Medien heraus, dass die *male gaze* zumindest dort „more relevant, and more dangerous, than ever“¹³² sei. Sie bezeichnet insbesondere Facebook, Snapchat und die Dating-Plattform Tinder als „fertile breeding ground for the male gaze“¹³³. Außerdem erkennt sie psychische Täuschungen von Besitz und Kontrolle über den weiblichen Körper als symptomatisch für Tinder, aber auch für Instagram und andere Plattformen, die dominierend auf das Visuelle setzen. Oliver argumentiert, dass das fragwürdige Comeback der *male gaze* sich einerseits aus der Allgegenwärtigkeit von Stars und Berühmtheiten ergebe, deren Bilder und Videos sich in großer Zahl jederzeit abrufen lassen. Die Celebrity Studies haben in diesem Kontext gezeigt, dass berühmte Personen zum Konsumieren von Unterhaltung dienen und entsprechend präsentiert werden würden. Ich werde auf diesen Aspekt im Unterkapitel 2.3. dieser Arbeit wieder zurückkommen.

Weiterhin liege die Aktualisierung der *male gaze* auch an der Dauerpräsenz von Pornografie, der Internet-Nutzer:innen sich kaum entziehen könnten:

„The comingling of pornography and celebrity culture may not be new, but the images produced through this unholy union have penetrated mainstream culture in ways that affect all of us, especially youth culture and those who’ve grown up with the Internet.“¹³⁴

Dies erkenne man an der Art, wie Frauen und Mädchen sich auf Instagram, Snapchat und anderen Seiten zeigen: Sie imitierten die Posen, die sie als begehrenswert assoziieren. Sie posieren mit aufgeworfenen Lippen, großen und aufgerissenen Augen, halten ihren Brust-Ausschnitt in die Kamera, und bedienen sich vornehmlich den Attributen, die Kautt als „werbeweiblich“ bezeichnet hatte. Mit Werbeweiblichkeit (analog Werbemännlichkeit) meint Kautt Geschlechterdarstellungen, die sich über geschlechtlich markierte Eigenschaften, Handlungen und Symbole in der Werbung offenbaren und auch dann als weiblich oder männlich gelesen werden, wenn keine explizite geschlechtliche Zuordnung stattfindet, wenn also zum Beispiel kein weiblicher oder männlicher Körper zu sehen ist. Im Impression Management, eine auf eine strategische Anwendungsform gedrehte Perspektive der goffmanschen Inszenierung, werden diese mit dem weiblichen oder männlichen Geschlecht konnotierten Codes oft aufgegriffen, und reproduzieren vermeintlich ideale Formen des Mann- und Frauseins. Kautt benennt Zartheit, Weichheit, Einfühlsamkeit, Reinheit, Emotionalität, Expressivität, Selbstlosigkeit, Hingabe,

¹²⁹ Vgl. Sassatelli, Roberta: Gender, Gaze and Technology in Film Culture. An interview with Laura Mulvey. In: Theory, Culture & Society 0/0, 2011, S. 1-21. Hier S.5.

¹³⁰ Kautt, York: Image. Zur Genealogie eines Kommunikationscodes der Massenmedien. Bielefeld 2008, S.218.

¹³¹ Kautt bezog sich vorrangig auf Erving Goffmans zur Darstellung von Frauen und Männern in der Werbung, die jedoch in einem ähnlichen Kontext wie Mulveys Ausführungen gelesen werden können. In diesem Zusammenhang soll außerdem die Arbeit von Judith Williamsons genannt sein:

Während Goffman impliziert, dass es Parallelen gebe zwischen den Inszenierungen von Werbebildern und denen des Alltagslebens (er spricht auch von Ritualen), versucht Williamson die angenommene ideologische Beziehung zwischen Medien, der Werbung und dem Alltagsleben aufzulösen. Vgl. Sassatelli 2011, S.6. Vgl. auch Williamsons, Judith: Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising. London 1978. Vgl. Goffman, Erving: Geschlecht und Werbung. Frankfurt am Main 1981.

¹³² Oliver, Kelly: The male gaze is more relevant, and more dangerous, than ever. In: New Review of Film and Television Studies 15/4, 2017, S. 451-455.

¹³³ Ebd. S. 453.

¹³⁴ Vgl. Oliver 2017, S.453.

I. Theorie

Passivität, (irrationale) Spontaneität, körperliche Attraktivität und Schönheit als konkrete Elemente der Werbeweiblichkeit. Weiblichkeit werde weiterhin oft an Körperschönheit gekoppelt und wird „interpretiert als ein Verfügen über sichtbare Körperwerte sowie das performative Vermögen, diese als Reize erscheinen zu lassen.“¹³⁵

Weiterhin zeigen sie sich in stereotypen, traditionell anmutenden Rollenmustern, wie eine Untersuchung der MaLisa-Stiftung zur *Weibliche[n] Selbstinszenierung in den neuen Medien* von 2019 zeigte. Unter anderem zeigt die Studie, dass junge Frauen, die sich ‚alternativ‘, abweichend und ‚unweiblich‘ präsentieren, mit Schmähungen und Beleidigungen konfrontiert werden und somit als Influencerinnen und Werbeikonen weniger erfolgreich sind. Weiterhin zeigt die Studie, dass die Werbegesichter auf den sozialen Plattformen, die Influencer:innen, gerade für junge Mädchen Idol- und Vorbildcharakter haben.¹³⁶

Es lässt sich festhalten, dass die (Fremd-)Inszenierungsformen, die Mulvey als vom männlichen Blick dirigiert erkannte, gegenwärtig in Formen der Selbstinszenierungen aktualisiert werden. Das entsprechend sexualisierte und objektivierende Zeigen des weiblichen Körpers erscheint dabei ebenso normgebend für Weiblichkeit wie das Reproduzieren und Aktualisieren von stereotypisch als weiblich gelesene Eigenschaften wie Weichheit, Passivität oder das Häusliche/Private. Auch Jugendlichkeit scheint ein Wert, der bei Frauen von größerer Wichtigkeit zu sein scheint als für Männer: Laut Werbemagazin ADZINE sind erfolgreiche Influencerinnen auf Instagram im Jahr 2020 zwischen 18 und 24 Jahre alt, während erfolgreiche Influencer eher der Altersgruppe der 25- bis 34-Jährigen angehörten.¹³⁷

Für die Selbst- und Fremddarstellung rechtsextremer Frauen in den sozialen Medien ergibt sich daraus, so meine These, in gewisser Weise ein Vorteil. Das zu erwartende rechtsextreme Frauenbild, in dem die Frau objektiviert wird, als Beiwerk des Mannes betrachtet wird oder sich ‚traditionellen Frauenthemen‘ wie Stricken, Backen und der Fürsorgearbeit widmet, trifft in den sozialen Netzwerken auf gültige Referenzrahmen. In der Tat sind einige konservative, rückwärtsgewandte oder antifeministische Bildkompositionen, die im Analyseteil dieser Arbeit vorgestellt werden, auf keinen Fall exklusiv der rechtsextremen Szene zuzuordnen.

2.1.4. Darstellungen hegemonialer Männlichkeit in den sozialen Medien

Da die Aktualisierung der *male gaze* Auswirkungen auf die weiblichen Selbstinszenierungen hat, könnte man annehmen, dass auch die männliche Darstellung auf traditionelle Muster zurückfällt. Dies ist einerseits tatsächlich der Fall, jedoch kann die Aktualisierung nicht als analoger Vorgang zu den in 2.2.1. beschriebenen Aspekten verstanden werden.

Ausgehend von männlichen Repräsentationen in der Werbung nach Kautt sind es nach wie vor die klassischen Attribute Schnelligkeit, Intellektualität, Rationalität, Durchsetzungsvermögen, Härte, Entschlossenheit, Autonomie und Erfolgsorientiertheit, mit denen Werbemännlichkeit forciert werde.¹³⁸ Dies wurde in der Werbung bis in die 1990er Jahre vermehrt über Stellvertreterobjekte wie teure Autos, luxuriöse Uhren, schlagkräftige Bohrmaschinen und so weiter ausgedrückt und weniger über oder am männlichen Körper selbst dargestellt. Die Zeichen, mit denen Männer sich optimal in Szene rücken,

¹³⁵ Kautt 2008, S.18. Für eine detaillierte Ausführung von Männlichkeit und Weiblichkeit in der Entwicklung von Image-Kommunikation in der Werbung, vgl. ebd. S.127-235.

¹³⁶ MaLisa Stiftung (Hg.): *Weibliche Selbstinszenierung in den neuen Medien*, 2019. URL: <https://malisastiftung.org/wp-content/uploads/Selbstinszenierung-in-den-neuen-Medien.pdf>. Vgl. auch Götz, Maya: „Man braucht ein perfektes Bild“. Die Selbstinszenierung von Mädchen auf Instagram. URL: <https://malisastiftung.org/wp-content/uploads/Instagram-Studie.pdf>. Letzter Aufruf zu beiden Studien: 09.04.2021.

¹³⁷ Vgl. Möller, Jens T.: Instagram-Analyse zeigt: In Deutschland dominieren Micro-Influencer. In: Adzine, 03.04.2020. URL: <https://www.adzine.de/2020/04/instagram-analyse-zeigt-in-deutschland-dominieren-micro-influencer/> Letzter Aufruf: 12.04.2021. Vgl. auch Kautt 2008, S.256-269.

¹³⁸ Vgl. Kautt 2008, S.221.

I. Theorie

adressieren Bereiche von beruflichem und sportlichem Erfolg, Stärke und Potenz. Seit den 1990er Jahren nehmen allerdings die Darstellungen eines männlichen, als ‚schön‘ verstandenen Körpers zu. Dies bezieht sich allerdings weniger auf allgemeine Inszenierungen von Männern, sondern vielmehr exklusiv beschränkt auf die Werbung oder den Kino- und Fernsehfilm. Anders als die Attribute der Werbeweiblichkeit haben sich die männlich konnotierten Eigenschaften und Begriffe nicht aufgeweicht, sondern der männliche, schöne Körper zeigt mittels der Präsentation von Muskeln oder anderer sportlicher Leistung dasselbe an, was zuvor vermehrt über die Stellvertreterobjekte ausgedrückt wurde, die zudem nicht verschwunden sind. Es handelt sich also nicht um eine Aktualisierung von männlichen, als traditionell verstandenen Attributen, sondern um eine beinahe ungebrochene Kontinuität immer gleicher männlicher Attribute, die lediglich in unterschiedlichen Variationen dargestellt werden. Nur die Ergänzung um den nun in Szene gesetzten männlichen Körper scheint eine Veränderung darzustellen, die aber nicht zu einer Etablierung einer „female gaze“ führt, die die Machtverhältnisse umdreht und die Frau in die Rolle der Betrachterin rückt, sondern vielmehr, wie oben bereits angedeutet, als eine undifferenzierte male gaze verstanden werden muss.¹³⁹

Die als männlich verstandenen Kategorien adressieren die Aktualisierung von hegemonialer Männlichkeit, die nach Männlichkeitsforscherin Connell allen anderen Gendern überlegen ist.¹⁴⁰ Heterosexualität, (Schein-)Rationalität und Entscheidungsmacht in institutionellen Strukturen sind bei ihr die Hauptaspekte, die eine hegemoniale Männlichkeit ausmachen. Sie grenzt sich in erster Linie zu Weiblichkeit ab, was nicht nur Frauen betrifft, sondern auch Jungen und schwule Männer; beide werden sprachlich in die Nähe des Weiblichen gerückt. Connell fasst diese Männlichkeitsformen zur untergeordneten Männlichkeit zusammen. Jungen und schwule Männer können jedoch, in Abhängigkeit des sozialen Kontextes und weiteren individuellen Zuschreibungen durchaus Teil der hegemonialen Männlichkeit werden. So hat zum Beispiel Klaus Theweleit in seinem viel beachteten Buch „Männerfantasien“ gezeigt, dass schwule Männer auch als besonders männlich angesehen werden können, da sie Kontakt mit dem Weiblichen in Gänze ablehnen und das Männliche in absoluter Form leben.¹⁴¹ Die zweite Gruppe sind die Komplizen:

„Dies sind Männer, die sich ‚nicht den Spannungen und Risiken an der vordersten Frontlinie des Patriarchats aussetzen‘, aber auf der Welle hegemonialer Männlichkeit mitschwimmen, ohne sie selbst bilden zu müssen, so dass sie die ‚patriarchale Dividende‘ einstreichen können.“¹⁴²

Die dritte Gruppe sind marginalisierte Männlichkeiten, die über Kategorien wie *race*, *class* oder *(dis)ability* determiniert werden.¹⁴³

Die hegemoniale Ordnung ist nicht auf Dauer gestellt und total, sondern stets nur zeitweilig und durch die Artikulationen der jeweils untergeordneten oder exkludierten Subjektpositionen beständig herausgefordert. Diese permanente Umkämpftheit und Kontingenz kennzeichnet hegemoniale Herrschaft in modernen Gesellschaften und hält auch das Projekt hegemonialer Männlichkeit stets instabil, temporär und offen. Somit muss hegemoniale Männlichkeit stets performativ abgesichert und abgegrenzt werden; sie ist das Resultat des sozialen Handelns, des Doing Masculinity. Die

¹³⁹ Vgl. Benwell 2003. Vgl. auch Glapka, Ewa: Masculinity in Media Consumption: Readers' Positioning to the Discourse of am Men's Magazine. In: Glapka, Ewa; Braid; Barbara (Hg): Gender under Construction. Femininities and Masculinities in Context. Leiden/Boston 2018, S.3-28.

¹⁴⁰ Vgl. Connell, Reawyn: Der gemachte Mann. Konstruktion und Krise von Männlichkeiten. 4. Auflage, Wiesbaden 2015.

¹⁴¹ Vgl. Theweleit, Klaus. Männerphantasien 1+2. 3. Auflage, München [u.a.] 2005.

¹⁴² Möller, Kurt: Männlichkeitsforschung im Rahmen von Rechtsextremismusstudien. Ausgangspunkte, Ansätze, Ergebnisse und Perspektiven. In: Claus/Lehnert/Müller 2010, S.25-38. Hier S.32. Vgl. auch Connell 2015, S.133.

¹⁴³ Vgl. ebd. S.133-135.

I. Theorie

Absicherungsbereiche fallen in den beruflichen, ökonomischen Bereich, in dem der Mann als Alleinverdiener der Familie auftritt, oder er verdient zumindest mehr als seine Frau. Aufgrund der ökonomisch notwendig gewordenen und/oder der ähnlich guten Ausbildung steigt die Berufstätigkeit der Frauen und bedroht diesen Bereich hegemonialer maskuliner Dominanz. Der zweite Bereich adressiert eine emotionale Bindungsstruktur, eine Form von emotionaler Abhängigkeit, die sich unter anderem durch sexuelles Begehren ausbildet. Und schließlich wird hegemoniale Männlichkeit über symbolisch-kulturelle Repräsentationen gefestigt und aufrechterhalten, was in dieser Arbeit im Besonderen gezeigt wird.

Neben Connells Theorien ist es vor allem das Konzept des männlichen Habitus von Pierre Bourdieu¹⁴⁴, das als Analyse der „verkörperten männlichen Praxis, die nicht mehr zwingend bewusst ist“¹⁴⁵, Männlichkeiten und davon abgeleitete Männlichkeitsdarstellungen erschließen und verstehen lässt. Es sei hier der Vollständigkeit halber genannt: Männlichkeit wird bei Bourdieu vor allem in homosozialen Gruppen performativ ausgehandelt, eingeübt und angeeignet. In „ernsten Spielen“ ringen Männer um Dominanz und bilden dabei einerseits Hierarchien, andererseits aber auch Solidarität aus.¹⁴⁶

Der Männlichkeitsforscher Kurt Möller hat Veränderungen in der Konstruktion von hegemonialer Männlichkeit seit Connells Veröffentlichungen genauer betrachtet und kommt zu dem Schluss, dass sie sich entwickelt hat „von interpersonaler Dominanz hin zu einer Dominanz, die sich auf Wissen und Expertenschaft beruft.“¹⁴⁷ Er stellt analytisch-intellektuelle Kompetenz, verbale Durchsetzungsfähigkeit und Cleverness, am besten gepaart mit ökonomischer und/oder institutioneller Macht als Kernelemente der gegenwärtigen Form hegemonialer Männlichkeit heraus, anstelle von Faustkämpfen ‚Mann gegen Mann‘ oder die Ausübung von Gewalt gegen Frauen.¹⁴⁸ Weiterhin scheint jedoch die Auseinandersetzung mit der Rolle von Gewalt allen Männlichkeiten immanent zu sein.¹⁴⁹ In rechtsextremen Vorstellungen stellt schließlich soldatische Männlichkeit das allgemeingültige Vorbild für Männlichkeit dar. Tapferkeit, Stolz und Opferbereitschaft seien die Stützpfeiler einer idealen Männlichkeit in der rechten Szene. Dies sei insofern bemerkenswert, als dass die Konstruktion des soldatischen Mannes in Deutschland nach 1945 seinen hegemonialen Status verloren habe.¹⁵⁰ Die Thematisierung und Inszenierung erfolge über die Visualisierung eines spezifischen männlichen Tugendkanons des Kriegers: der Wille des Soldaten, seine Gefasstheit, seine Zuverlässigkeit, sein Ernst.¹⁵¹

„Während die ‚soldatische Männlichkeit‘ [...] in der Nachkriegs-Bundesrepublik marginalisiert wurde, wird sie von der extremen Rechten geradezu als Gegenmodell zu der als Ausdruck von ‚Verweichlichung‘ begriffenen (relativen) Ausdifferenzierung der Lebensentwürfe von Männern und Frauen betrachtet. Gilt die idealisierte ‚soldatische Männlichkeit‘ in der extremen Rechten als kulturelles Ideal, dessen Gültigkeit von einer Mehrheit der darin aktiven Männer anerkannt wird, so werden andere Männlichkeitsentwürfe demgegenüber als subordiniert bzw. marginal betrachtet bzw. behandelt.“¹⁵²

¹⁴⁴ Bourdieu, Pierre: Die männliche Herrschaft. In: Dölling, Irene; Kraus, Beate (Hrsg.): Ein alltägliches Spiel. Geschlechterkonstruktion in der sozialen Praxis. Frankfurt/Main 1997, S. 153-217.

¹⁴⁵ Claus/Lehnert/Müller 2010, S.11.

¹⁴⁶ Michael Meuser dachte Bourdieus und Connells theoretische Ausarbeitungen schließlich zusammen. Vgl. Meuser, Michael: Geschlecht und Männlichkeit: soziologische Theorie und kulturelle Deutungsmuster. 2.Auflage, Wiesbaden 2006.

¹⁴⁷ Möller 2010, S.32.

¹⁴⁸ Vgl. Ebd.

¹⁴⁹ Vgl. Claus/Lehnert/Müller 2010, S.11.

¹⁵⁰ Vgl. Virchow, Fabian: Tapfer, stolz, opferbereit – Überlegungen zum extrem rechten Verständnis ‚idealer Männlichkeit‘. In: Claus/Lehnert/Müller 2010, S. 39-52. Hier S.39.

¹⁵¹ Vgl. ebd. S.48.

¹⁵² Ebd. S.49-50.

I. Theorie

Ich werde auf den identitären Ausdruck dieser Männlichkeitsvorstellungen und Darstellungen im Analyseteil dieser Arbeit zurückkommen.

2.2. Annäherung an Figurentypen in den Sozial- und Kulturwissenschaften

Die Identitäre Bewegung konstruiert vorrangig durch die oben aufgeführten Techniken der Selbstinszenierung figürliche, geschlechtlich markierte Darstellungen, deren Konstituierung sich zwischen dem Erzählen von realen Biografien und fiktionalen Narrationen bewegt. Die Mitglieder der Identitären Bewegung als real existierende Personen bieten die Basis für die Konstruktion der Repräsentationsfiguren. In diesem Kapitel werde ich ausgehend von einem ‚eher realen‘ Figurentypus, der Sozialfigur, und einer ‚eher fiktiven‘ literarischen Figur grundsätzliche Fragen zur Beschaffenheit, Funktion und Wirkung von Figuren darstellen.

Sozialfiguren, wie sie in Sozialwissenschaft, Medien und schließlich im Alltag in Erscheinung treten und dann für eine Kulturwissenschaft wie die Volkskunde/Kulturanthropologie interessant werden, sind Thema des erstens Abschnittes (2.2.1.). Im Anschluss folgt die Auseinandersetzung mit einigen grundlegenden Fragen von fiktiven Figuren und literatur- und erzähltheoretischen Figurenmodellen und Typologien, mit deren Hilfe aufgezeigt wird, dass reale Personen und präsentierte Figuren zwar voneinander abhängen, aber nicht deckungsgleich sind (2.2.2.).

2.2.1. Von der Sozialfigur zur kulturellen Figur

Sozialfiguren sind, den Soziologen Stephan Moebius und Markus Schoer folgend, zeitgebundene, historische Gestalten und bringen „Ordnung in die Vielfalt der empirischen Erscheinungen“¹⁵³. In sozialwissenschaftlichen Arbeiten sind sie vorrangig ein zur Anwendung gebrachtes darstellerisches Stilmittel, das die Forschungsergebnisse auf anschauliche Art bündelt und figuriert. Sie können als Einzel- oder Kollektivfiguren auftreten zum Beispiel in Milieustudien und in der Subkulturforschung. Diese Figuren wirken, so Sozialwissenschaftler Tobias Schlechtriemen, in der Öffentlichkeit oft über akademische Diskurse hinaus, weil sie „prägnante Formeln“¹⁵⁴ für jeweils aktuelle Phänomene der Gesellschaften lieferten und wesentliche Charakteristika ihrer Zeit figurativ verdichten.¹⁵⁵ Es handelt sich dabei um Figuren, die einerseits als Identifikationsfiguren Werte und Handlungsorientierung aufzeigen, andererseits auch als Problemfiguren auftreten können, die als herausfordernd wahrgenommene Phänomene oder negativ bewertete Entwicklungen personifizieren. Dabei werden anschaulich prägende, menschliche Charakterzüge präsentiert; meist besitzen Sozialfiguren ein bestimmtes, charakterisierendes Alter, Geschlecht, gehören einer spezifischen ethnischen Gruppe an und einer sozialen Klasse und definieren sich weiter über Berufe oder andere Formen von Tätigkeiten. Die charakterisierenden Beschreibungen von Sozialfiguren in sozialwissenschaftlichen Studien seien oftmals narrativ eingebunden und die Figur stehe im Zentrum der Erzählung, in der oftmals in einer Art Vorgeschichte die Herausforderungen und Veränderungen der Gegenwartsgesellschaft zusammengefasst werden.¹⁵⁶ Der Plot der Erzählung stelle dann dar, wie die Sozialfigur sich in dieser neuen Situation behauptet, oder zeigt auf, wie sie die ausgemachten Probleme herbeiführt. Dafür werden einzelne, unverbundene Erzählungen zu narrativen Einheiten geformt. Man könnte sogar argumentieren, dass Sozialfiguren ohne eine narrative Struktur, in die sie eingebettet wird, gar nicht existieren können. Auf diesen Aspekt komme ich im nachfolgenden Kapitelabschnitt zurück.

¹⁵³ Moebius, Stephan; Schoer, Markus (Hg): Einleitung. In: Ders. (Hg.): Diven, Hacker, Spekulanten: Sozialfiguren der Gegenwart. Berlin 2010, S.7-9. Hier S.8.

¹⁵⁴ Schlechtriemen 2019, S.147.

¹⁵⁵ Vgl. ebd S.148.

¹⁵⁶ Ebd.

I. Theorie

Sozialfiguren sind nicht zu verwechseln mit Stereotypisierung, die, so Stuart Hall, erstens „reduziert, essentialisiert, naturalisiert und [,Differenz‘] fixiert“.¹⁵⁷ Zweitens setze Stereotypisierung auf Spaltung, in dem sie Normierungen vornimmt und das Normale vom Unnormalen, das Akzeptierte vom Tabu abgrenzt. Sozialfiguren wirken auf der Ebene des Alltagsdiskurses vielmehr analog zu Typisierungen, mit denen Akteur:innen ihre Welt strukturieren. Individuelle Gegenstände, Menschen oder Ereignisse werden mit einem allgemeinen Klassifizierungsschema abgeglichen: Wir verstünden ‚das Besondere‘, indem wir es zu seinem ‚Typus‘ ins Verhältnis setzten. Filmwissenschaftler Richard Dyer erörterte, dass

„ein Typ eine einfache, anschauliche, leicht einprägsame, leicht zu erfassende und weiterhin anerkannte Charakterisierung [ist], in der einige wenige Eigenschaften im Vordergrund stehen und Wandel oder ‚Entwicklung‘ auf einem minimalen Niveau gehalten wird.“¹⁵⁸

Typen entsprächen Sozialfiguren insofern, als dass sie als anerkannte Bestandteile der Gesellschaft wahrgenommen werden. Stereotypen hingegen würden konstruiert, um ‚Anderes‘ aus der Gesellschaft auszuschließen. Darum seien Stereotype auch starr und nur schwerlich zu verändern, während Typen und Sozialfiguren einen gewissen Spielraum besäßen, um sich zu dynamisch zu entwickeln.¹⁵⁹

Hall führt weiter aus, dass Stereotype erst dann ihre Bedeutung erlangten und Andersartigkeit als etwas Negatives ausdrücken, „wenn sie in Zusammensetzung, gegen- oder in Verbindungen miteinander gelesen werden. Sie ‚bedeuten‘ nicht aus sich selbst heraus, sondern akkumulieren“.¹⁶⁰

Trotzdem tun sich die Kulturwissenschaften schwer, mit Sozialfiguren als analytisches Werkzeug zu arbeiten: Johanna Rolshoven und Maria Maierhofer umgingen das Problem, in dem sie gar nicht erst von „dem Vagabunden“ sprachen, sondern die Vagabondage und ihre Figurationen ins Zentrum einer ihrer Analysen rückten.¹⁶¹ Maximilian Jablonowski versuchte sich an der Figur des Flüchtlings und erklärt, dass Sozialfiguren zwar einen „ordnenden Charm“ besäßen, doch durch die diskursiven Kräfte, die auf die Figur wirkten, würden die dynamischen Aushandlungsprozesse zum „Stillstand“¹⁶² gebracht: Ein Aufgreifen der Sozialfigur als Faktum führe dazu, eine temporär und situative Deutung, die niemals frei von Machtverhältnissen sein kann, weiter festzuschreiben. Moritz Ege nahm sich schließlich der „kulturellen Figur“ des „Prolls“ an und bestätigt das von Jablonowski aufgeworfene Problem. Jedoch spricht er auch von unterschiedlichen Fallhöhen: so sei das Aufgreifen von rassistisch oder antisemitisch geprägten Figurentypen durchaus brisanter als das einer subkulturellen Selbstbezeichnung, obwohl auch das letztgenannte niemals als gänzlich unproblematisch zu bewerten sei. Zudem reagiere das Forschungsfeld (in diesem Fall also die Akteur:innen, die das zu untersuchende Sozialfigur-Phänomen performativ lebten und realisierten) stets auf die Etikettierung von außen.¹⁶³

¹⁵⁷ Hall, Stuart: Das Spektakel des Anderen. In: Koivisto, Juha; Merckens, Andreas (Hg.): Stuart Hall: Ideologie. Identität. Repräsentation. Hamburg 2004, S.108-166. Hier S.144. Kursive Hervorhebung im Original.

¹⁵⁸ Richard Dyer zitiert nach ebd. S.143.

¹⁵⁹ Vgl. ebd. S.144. Hier werden weitere Parallelen zu Figuren der Literaturwissenschaften deutlich, die an erster Stelle zwischen flachen und runden Charakteren unterscheidet. Flache Charaktere bedienen nur ein eindeutiges Motiv und weisen nur eine Charaktereigenschaft auf: sie entsprechen den Stereotypen. Runde Charaktere hingegen sind diesbezüglich facettenreicher und komplexer.

¹⁶⁰ Ebd. S. 115.

¹⁶¹ Vgl. Rolshoven/Maierhofer 2012.

¹⁶² Vgl. Jablonowski, Maximilian: ‚Der Flüchtling‘, oder: Von der Schwierigkeit eines Kulturwissenschaftlers, mit Sozialfiguren zu denken. In: Kuckuck. Notizen zur Alltagskultur 2, 2014, S.16-20. Hier S.18.

¹⁶³ Vgl. Ege 2013, S.75-108. Vgl. auch Ege, Moritz: „Chavs“ als kulturelle Figur. Rückblick und theoretischer Ausblick. In: Kuckuck. Notizen zur Alltagskultur 2, 2014, S.8-14.

I. Theorie

Die Kulturwissenschaften näherten sich, so nun Ege weiter, dieser Wechselwirkung, die er auch als „Figurierung“¹⁶⁴ versteht, von zwei Seiten: Die Dekonstruktion von soziologischen Etikettierungen führe einerseits zu einer Stereotypenforschung, während andererseits insbesondere die Cultural Studies der Repräsentation von Figuren in der Subkulturforschung nachgingen und dabei Formen der Stilisierung und soziokulturelle Hintergründe in den Blick nähmen.¹⁶⁵ Ege spricht bezogen auf den „Proll“ schließlich nicht von einer Sozialfigur, sondern bevorzugt den Begriff der „kulturellen Figur“: Diese bliebe nicht bei den Repräsentationen stehen, sondern integriere die performative Ausgestaltung auf Alltagsebene in die Analyse. In Anlehnung an Stuart Hall und Tony Jefferson ginge es darum, die Aushandlungsprozesse zu beleuchten und im kulturwissenschaftlichen Sinne zu verstehen, die zeigen *“what some young people are making of themselves what is being made of them”*.¹⁶⁶ Kulturelle Figuren werden zu Vermittlern zwischen der Erfahrung der Akteure und den Repräsentationen der gesellschaftlichen Verhältnisse.¹⁶⁷ Auf der erfahrbaren Alltagsebene werde schließlich ein unüberschaubares Feld von relevanten Etiketten, Stereotypen und Figurentypen erkennbar, denen man sich schließlich auf unterschiedliche Art und Weise wissenschaftlich nähern könne. Ege wählte eine spezifische Selbstbezeichnung:

„Hier setzte ich also vor allem bei einem spezifischen Etikett beziehungsweise Wort an, das für eine spezifische Figur steht, mittels derer die Akteure die kulturelle Reproduktion sozialer Ungleichheit betreiben und ‚verhandeln‘, die aber im Dickicht der gelebten Praxis und der Kommunikation viele andere Aspekte hat, die es zu kontextualisieren gilt.“¹⁶⁸

Dieser Aspekt markiert schließlich den größten Unterscheidungspunkt zwischen den kulturellen Figuren und der von mir untersuchten Repräsentationsfiguren der Identitären Bewegung: In meiner Arbeit steht nicht eine spezifische Figur im Fokus, sondern mehrere, die zudem auf einer sekundären Ebene ansetzen und mit den Zuschreibungen und Konnotationen von bereits existierenden Figurentypen spielen.

2.2.2. Fiktive Charaktere und reale Wirkungen

Die Verschränkungen zwischen realen Personen und Narrativen und Diskursen, in die diese Person eingebettet ist und durch die sie zu einer Figur wird, werden eindrücklich von Kultursoziologe Ulrich Bröckling am Beispiel des Helden verdeutlicht. Es sei dabei irrelevant, ob es sich um einen historischen Kriegshelden, eine „Heldin des Alltags“, einen herausragenden Sportler oder eine Superheldin in einem Comicbuch handle: Sie alle werden erst zum Helden oder zur Heldin, wenn jemand anderes sie als solche bezeichnet und eine Rezipient:innengemeinschaft diese Bewertung annimmt:

„Eine Theorie des Heroischen kann sich nur auf Narrationen beziehen. Es gibt keine Helden jenseits dessen, was und wie über sie erzählt wird. Keine Tat und kein Tod sind heldenhaft, wenn nicht jemand sie so nennt.“¹⁶⁹

Auch ihre Ausgestaltung als Heldenbilder, -monumente und/oder -kulte und damit verbundene Praktiken bilden semiotische Einheiten, die auf Geschichten verweisen. Es seien Zuschreibungen, die

¹⁶⁴ Er definiert Figurierung „als Konstruktion und wiederholte Repräsentationen in verschiedenen Registern, in denen sich widersprüchliche Bedeutungen und Affekte verdichten.“ Ege 2014, S.11.

¹⁶⁵ Vgl. Ebd. S.8.

¹⁶⁶ Ege 2013, S.33. Vgl. Hall, Stuart; Jefferson, Tony: Resistance through Rituals. Youth subcultures in post-war Britain. London [u.a.] 2006. Kursive Hervorhebung bei Ege.

¹⁶⁷ Vgl. Ege 2013, S.32.

¹⁶⁸ Ebd. S. 35-36.

¹⁶⁹ Bröckling, Ulrich: Posttheoretische Helden. Ein Zeitbild. Berlin 2020, S.19.

I. Theorie

eine Gemeinschaft teilt.¹⁷⁰ Es wird an dieser Stelle bereits deutlich, dass der „Wahrheitsanspruch“ einer Figur als ein real existierendes Phänomen durch narrative Elemente schließlich auch fiktionalisiert wird und dass die Fiktionen Wirkungen auf die Realität haben. Diesen Wechselwirkungen nähere ich mich nun aus der Perspektive des Fiktionalen, nachdem im vorherigen Abschnitt die Bezüge zu realen Personen im Fokus standen.

Insbesondere die Literatur- und Filmwissenschaften beschäftigen sich theoretisch mit der Herstellung, Konstruktion, Funktion und Wirkung von Figuren in Erzähltexten und Filmen. Für das Thema dieser Arbeit ist es wenig ergiebig, sämtliche Differenzierungsmodelle und Typologien zu erläutern, auch deshalb, weil die Basis von literarischen Figuren oft in linguistischen und syntaktischen Kontexten gesucht wird. Nicht nur aus diesem Grund wäre eine Gleichsetzung von fiktionalen Charakteren, die ihre Basis auf textueller Ebene finden, und Repräsentationsfiguren, die auf reale Personen aufbauen, durchaus problematisch. Dennoch lassen sich einige Perspektiven auf literarische Figuren übernehmen und für die Untersuchung der Wirkungsweise der Repräsentationsfiguren kann auf die langjährige Expertise der literarischen Erzähltheorie zumindest teilweise aufgebaut werden. Vor allem zwei Aspekte sind von besonderer Bedeutung: erstens beschäftigen sich die Literaturwissenschaften mit den Unterschieden zwischen realen Personen und Figuren, zweitens liefert die kognitionswissenschaftliche Leser:innenforschung gewinnbringende Ansätze, die sich zur Analyse der Rezeption von Repräsentationsfiguren anbieten.

Schließlich weist der Literaturwissenschaftler Albrecht Koschorke darauf hin, dass Erzähltheorien in literaturwissenschaftsfernen Anwendungsbereichen immer auch im Zusammenhang mit Kulturtheorien gedacht werden müssen, da sie sonst kaum Ergebnisse liefern könnten:

„Vor allen Dingen muss sie der Erkenntnis Rechnung tragen, dass das Erzählen nicht bloß eine reproduktive, den erzählten Inhalten gegenüber nachrangige Tätigkeit ist, kein bloßes Rekapitulieren *after the fact*. Die Pointe des *linguistic turn*, in dessen Folge auch das Erzählen als semiotische Aktivität interessant wurde, liegt vielmehr in seinem aktivischen Verständnis von Bezeichnungsvorgängen: Das Bezeichnen interveniert in die Welt, die es scheinbar nur widerspiegelt, und lässt sie in einem kreativen Aneignungsprozess in gewisser Weise überhaupt erst entstehen.“¹⁷¹

Koschorke spricht auch von einer epistemischen Rückkopplung, „die sich, wenngleich in unterschiedlichem Maß, auf die Gesamtheit kulturell appäsentierbarer Gegenstände erstreckt.“¹⁷² Es berührten sich Erkenntnis- und Erzähltheorie. Dort, wo Sachverhalte durch die Handlung von Menschen geschaffen werden und von den Wahrnehmungs- und Repräsentationsformen abhängig sind, komme dieser Effekt der (performativen) Rückkopplung zwischen Zeichen und bezeichnetem Gegenstand besonders eindrücklich zum Tragen. Es gelte der Leitsatz: „Facts follow fiction“¹⁷³, was den Kreis schließt zum performativen Charakter der kulturellen Figur Eges und dem Stichwort ‚making of themselves what is being made of them‘.

Jan-Christoph Meister und Silke Lahn charakterisieren Figuren in Romanen und Filmen als gleichzeitig anthropomorphe Vorstellungen und als durch Sprache erzeugte Textkonstrukte. Sie sind (in vielen, wenn auch nicht in allen Gattungen) anthropomorphe Charaktere, die einerseits fiktiv sind, andererseits Reales spiegeln. Aus dieser Beobachtung ergibt sich die Konsequenz zu schauen, welche Eigenschaften die Figuren als reale Personen verorten und welche andersherum die fiktive Ebene ansprechen.

¹⁷⁰ Vgl. ebd.

¹⁷¹ Koschorke 2012, S.22.

¹⁷² Ebd.

¹⁷³ Ebd. S.23-24.

I. Theorie

Die Existenz einer literarischen Figur erfülle nie nur einen Selbstzweck, sondern die Figuren sind der Gesamterzählung und ihrer Bedeutungsvermittlung dienlich.¹⁷⁴ Dies leuchtet nicht nur in Bezug auf Romane ein, sondern erscheint auch schlüssig, wenn man die „Gesamterzählung“ als das Image eines Popstars (siehe Unterkapitel 2.3. dieser Arbeit), die zu präsentierenden Ergebnisse einer wissenschaftlichen Arbeit (zum Beispiel mittels Sozialfiguren wie Schlechtriemen sie versteht) oder ein politisch oder ideologisch zu bedienendes Narrativ fasst, wie es in dieser Arbeit im Besonderen von Bedeutung ist.

Fotis Jannidis untersuchte diverse, die Erzähltheorie prägende Figurenmodelle, Typologien und Klassifizierungen und unternahm den Versuch, eine Systematisierung vorzunehmen.¹⁷⁵ Er kommt auf fünf Aspekte, die auch in der Beschaffenheit der identitären Repräsentationsfiguren eine Rolle spielen und anschaulich verdeutlichen, dass die Konstruktion, Funktion und Wirkung von Figuren unabhängig vom Kontext, in dem sie auftreten, Ähnlichkeiten aufweisen. Weiterhin soll im Folgenden verdeutlicht werden, dass die konstruierten Repräsentationsfiguren und die realen Personen, die der Inszenierung zugrunde liegen, zwar in einem Abhängigkeitsverhältnis zueinanderstehen, aber nicht deckungsgleich sind. Jannidis stellt in diesem Zusammenhang fest, dass Figuren sich (in einigen Theorien, aber nicht in allen) weder als bloße textuelle Bezüge noch als direkte Wiedergabe von realen Personen auffassen ließen, „aber ganz offensichtlich haben sie von beidem etwas. Dieses ‚Etwas‘ genauer zu bestimmen, ist das eigentliche Problem.“¹⁷⁶

Hier wird deutlich, dass die Figuren, die von der Identitären Bewegung inszeniert werden, nicht allein über die Theorien von Goffman erklärt werden können, die auf die Inszenierung realer Personen abzielen, vielmehr wird die narrative Komponente der Repräsentationsfiguren deutlich, die Potenzial für das Fiktionale eröffnet; Milner und Philipps benennen die Verblendung von Faktischem und Fiktionalem gar als typisch für Onlineinszenierungen.¹⁷⁷

Für die Beantwortung der Fragestellung dieser Arbeit ist weiterhin vor allem die Perspektive auf Textverarbeitung und Leseverhalten durch die Rezipient:innen von Wichtigkeit. Jannidis fragt, ob Leser:innen auf fiktive Figuren wie auf reale Personen reagieren könnten und ob eine Figur komplex genug sein könne, um die Illusion einer realen Person zu ermöglichen. Weiterhin besteht in der kognitionswissenschaftlichen Leserforschung weitestgehend Einigkeit darüber, dass aus dem Text aufgrund der gegebenen Informationen und dem Weltwissen des Lesers ein mentales Modell der Figuren und der Situation konstruiert werde. Das heißt,

„eine dynamische kognitive Repräsentation, der in einem Ausdruck explizit oder implizit angesprochenen Objekte, Relationen und Mengen, in die weitere Textinformationen integriert werden.“¹⁷⁸

Für Ralf Schneider steht das mentale Modell einer Figur im Zentrum. Das bedeutet, eine Figur wird vom Rezipierenden auf Grundlage von verschiedenen Wissensbeständen mental konstruiert. Schneider erkennt dabei drei idealtypische Formen: die kategorische, die individualistische und die personalisierte. Durch die Kategorisierung könne der Leser oder die Leserin „starre Erwartungen an eine Figur richten und nachfolgend geschildertes Verhalten auf Grundlage dieser Einschätzung erklären.“¹⁷⁹ Eine

¹⁷⁴ Vgl. Meister, Jan Christoph; Lahn, Silke: Einführung in die Erzähltextanalyse. Stuttgart 2016.

¹⁷⁵ Vgl. Jannidis, Fotis: Figur und Person. Beitrag zu einer historischen Narratologie. Berlin 2004, S.106.

¹⁷⁶ Ebd, S.172.

¹⁷⁷ Vgl. Philipps/Milner, 2017, S.73. Goffman spricht hingegen von einer Diskrepanz zwischen Dichtung und Wahrheit in den Inszenierungen und zielt dabei auf eine unehrliche Inszenierung im Gegensatz zu einer aufrichtigen und ‚authentischen‘ ab, was hier nicht gemeint ist. Vgl. Goffman 2016, S.65-71.

¹⁷⁸ Jannidis 2004, S.179.

¹⁷⁹ Schneider, Ralf: Grundriß zur kognitiven Theorie der Figurenrezeption am Beispiel des viktorianischen Romans. Tübingen 2000, S.148. Vgl. auch Jannidis 2004, S. 181.

I. Theorie

Kategorisierung könne auf verschiedenen Ebenen ablaufen. So adressiert eine soziale Kategorisierung, zum Beispiel über eine Berufsbezeichnung oder die benannte Zugehörigkeit zu einem Milieu oder einer Subkultur, das beim Lesenden vorhandene Wissen über soziale Typen und Sozialfiguren. Eine andere Ebene kann auf textspezifische Charaktere (Superheld und Schurke, Jungfrau-in-Nöten, Prinzessin, böse Hexe, und so weiter) abzielen. Solche Kategorisierungen sind analog zur Stereotypisierung zu verstehen, denn die Figuren werden reduziert auf ein bestimmtes Motiv oder eine Aussage. Ihre Rezeption erfolgt über ein Top-Down-Modell, in dem Hinweise im Text die Schlagworte zur Kategorisierung liefern.

Individualisierung liegt vor, wenn die durch Schlagworte hervorgerufenen Erwartungen enttäuscht werden. Schneider spricht in diesem Falle von einem Bottom-Up-Prozess, bei dem Wissen aus dem Text generiert wird und nicht aus einem sozialen oder kulturellen Wissenskontext herangezogen werden muss. Personalisierung schließlich liegt dann vor, wenn keine kategorischen Einführungen existieren und somit keine anfänglichen Erwartungen aufgebaut werden, die dann jedoch auch nicht revidiert werden müssen. Jannidis macht in seiner Kritik zu Schneiders Modell deutlich, dass die Wahrnehmung von realen Personen und ihrer Gruppierung, beziehungsweise ihrer Figuration, mit Hilfe von Wissen über Stereotype ähnlich ablaufe wie die Rezeption von Romanfiguren. Diese Annahme habe jedoch insbesondere in der historischen Narratologie ihre Schwächen, lasse sich aber für Gegenwartsdiagnosen und für mimetische Textgattungen anwenden.¹⁸⁰

Einer der für meine Analyse wichtigsten Aspekte in Jannidis' Untersuchung von Figuren rückt die Frage nach dem wahrgenommenen Verhältnis zwischen einer realen Person und der inszenierten Figur in den Mittelpunkt. Diese Frage adressiert nicht nur die Kategorie der Ästhetik, sondern insbesondere die der Authentizität im Sinne von Glaubwürdigkeit und Echtheit. Dieser Aspekt wird nachfolgend genauer erläutert. Hier sei knapp vermerkt, dass die Repräsentationsfiguren der Identitären Bewegung ihre Wirkung nur entfalten können, wenn die Rezipient:innen der identitären Posts, die darin gezeigten Figuren mit den realen Personen gleichsetzen.¹⁸¹

2.3. Praxen des Self-Brandings: Micro-Celebrities und Influencer:innen als Kunstfiguren

Die Selbstdarstellungen in den sozialen Netzwerken bleiben nicht bei den Formen direkter oder indirekter Kommunikation stehen, die zuvor mit Goffman und Philipps/Milner erläutert wurden. Das heißt, die Nutzer:innen schreiben nicht nur eigene Posts, kommentieren und liken die Beiträge ihrer ‚Freunde‘, sondern ein besonders großer Teil der Praxen in den sozialen Netzwerken hat einen Charakter der Selbstdarstellung, den unter anderem die Medienwissenschaftler:innen um Susie Khamis unter dem Stichwort Self-Branding untersuchten.¹⁸² Das Konzept dazu stammt aus dem Marketing und beschreibt die Übertragung der gezielten Eindruckssteuerung von Unternehmen auf (Privat-)Personen¹⁸³: Self-Branding meint zugespitzt die Kreation und Präsentation des eigenen Ichs als eine Marke. Was sich in den späten 1990er Jahren für ‚normale Menschen‘ jedoch ohne besonders zu vermarktende Fähigkeiten und ohne Medium zur Verbreitung der eigenen Botschaft noch als eher schwierig umzusetzen gestaltete,

¹⁸⁰ Jannidis 2004, S.184.

¹⁸¹ Vgl ebd. S.85-109. In einem Sammelband zu Charakteren in fiktionalen Welten, haben Jannidis und Schneider zusammen mit Jens Eder diese Fragestellung weiterverfolgt und aus unterschiedlichen Perspektiven diskutieren lassen. Vgl. Eder, Jens; Jannidis, Fotis; Schneider, Ralf (Hg.): Characters in Fictional Worlds: Understanding Imaginary Beings in Literature, Film and Other Media. Berlin/New York 2010.

¹⁸² Khamis, Susie; Ang, Lawrence; Welling, Raymond: Self-branding, ‘micro-celebrity’ and the rise of Social Media Influencers. In: Celebrity Studies 8/2, 2017, S. 191-208.

¹⁸³ Genau genommen scheint es sich um ein Konzept zu handeln, das, wie das Impression Management auch, jedoch durchaus auf Goffmans Inszenierungskonzepte zurückzuführen ist. Goffmans Theorie wurde schließlich innerhalb des Marketings und der Werbung weiter praxis- und erfolgsorientiert transformiert und kann nun in derzeitiger Erscheinungsform von den Kulturwissenschaften als neuartiges Phänomen untersucht werden.

I. Methode

angefangen bei den Reaktionen auf das politische Tagesgeschehen und die kulturelle Verortung. Als der identitäre Martin Sellner und die Alt-Right Anhängerin Brittany Pettibone bekanntgaben, dass sie ‚offiziell‘ ein Paar seien, mehr und mehr gemeinsame Videos produzierten und aktivistische Aktionen durchführten, rückten Brittany und einige andere Akteur:innen vom Rand des Netzwerkes ins Zentrum. Ein letzter Aspekt zur Zeitlichkeit adressiert die Frage nach dem Zeitpunkt des Feldausstiegs. Dieser wurde schließlich auf das Frühjahr 2019 gelegt, nachdem der Attentäter von Christchurch mit Martin Sellner in Verbindung gebracht werden konnte. Nach diesem medialen und politischen Ereignis steht die Identitäre Bewegung mehr denn je mit dem Rücken zur Wand und muss sich nun eine neue Kommunikations- und Inszenierungsstrategie überlegen – oder wird mehr und mehr an Bedeutung verlieren. Dadurch ergibt sich ein Forschungsrahmen von Januar 2016, der mit dem ebenfalls durch ein diskursives Ereignis eingeleitet wurde, nämlich ‚Köln‘, durch das die Identitäre Bewegung plötzlich sichtbar wurde, bis Frühjahr 2019.

II. Strategische Repräsentationsfiguren zur Steuerung der medialen Verortung

Einer der ersten Presseberichte mit überregionaler Reichweite über die Identitäre Bewegung erschien am 16. Dezember 2012 im „Störungsmelder“-Blog der *Zeit* unter dem Titel „Neonazis übernehmen die ‚Identitäre Bewegung‘“³¹⁴. Hier war noch nicht die Rede von rechten Hipstern oder gar politischen Influencer:innen. Es ging vielmehr um die französische Vorbildorganisation und um die Frage, inwiefern ihre Begriffe die *Blut und Boden*-Ideologie der Neonazis neuverpackt widerspiegeln. Über die deutschen und österreichischen neurechten Vordenker, Stichwort- und Geldgeber Götz Kubitschek, Felix Menzel und Martin Lichtmesz³¹⁵ wird berichtet, wie sie auf die französische *Génération Identitaire*, eine dem Front National nahestehende Jugendbewegung, aufmerksam wurden, und wie die drei Männer Think Tanks, Workshops und Planungsrunden ins Leben riefen, um Ähnliches im deutschsprachigen Raum aufzubauen.³¹⁶ Sie fanden schließlich unter anderem in Personen wie Martin Sellner, einem Philosophiestudenten mit Medienausbildung aus dem rechtsextremen Umfeld von Gottfried Küssel, dem Burschenschaftler Patrick Lenart, Mario Müller, der unter anderem in einer Gruppe von *Autonomen Nationalisten* aktiv war, und Daniel Fiß aus der Jugendorganisation der NPD geeignete Personalien, um die in Frankreich studierten Strategien nun auch in Deutschland und Österreich umzusetzen.

Die für den genannten Artikel verantwortliche Redaktion der *Zeit* kommt zu dem Ergebnis: Wie auch immer diese Planungen aussehen werden, die neu entstehende Gruppe werde unter diesen Voraussetzungen im Kern rechtsextrem sein.

An anderer Stelle fasst der Journalist Daniel Erk die Strategie der Identitären so zusammen:

„Die Identitären sind im Grunde das Ergebnis strategischer Kalkulation und die Antwort auf eine Reihe von relativ simplen Fragen: Wie weit muss man sich vom muffigen NS-Fantum, von den Springerstiefelnazis und Blood-and-Honor-Hooligans distanzieren, um mit klar rechtsradikalen Positionen in der Mitte der Gesellschaft anzukommen? [...] Wie muss man ‚Ausländer raus‘ formulieren, damit es die bürgerliche Mitte nicht stört?“³¹⁷

³¹⁴ Sieber, Roland: Neonazis übernehmen die „Identitäre Bewegung“. In: *Zeit*, 16.12.2012, URL: https://blog.zeit.de/stoerungsmelder/2012/12/16/neonazis-uebernehmen-die-identitare-bewegung_10828. Letzter Aufruf: 19.04.2021.

³¹⁵ Kubitschek ist Gründer und Inhaber des rechten Antaios Verlags und wichtiger Unterstützer der rechten NGO „Ein Prozent für unser Land“. Felix Menzel ist Chefredakteur und Herausgeber der einschlägigen Zeitschrift *Blaue Narzisse* und Martin Lichtmesz, der eigentlich Martin Semlitsch heißt, ist Publizist. Er übersetzte unter anderem eine Vielzahl der Vordenker:innen des französischen Rechtsextremismus für den Antaios Verlag.

³¹⁶ Vgl. auch Weiß, Volker: *Die autoritäre Revolte: die Neue Rechte und der Untergang des Abendlandes*. Stuttgart 2017.

³¹⁷ Erk 2017.

II: Strategische Repräsentationsfiguren

Die Identitäre Bewegung war also von der deutschen Medienlandschaft bereits als rechtsextrem entlarvt, bevor ihr Aktivismus überhaupt begonnen hatte.

Dann wurde es zunächst wieder ruhig um die Identitären, bis sie etwa drei Jahre später, ab Januar 2016, schließlich vermehrt im öffentlichen Raum auftraten, was wieder das journalistische Interesse an den Aktivist:innen steigen ließ. In vielen journalistischen Texten über die Identitäre Bewegung wird die neonazistische Vergangenheit des Führungskaders genutzt, um die Gesinnung dieser neuen politischen Gruppe zu ‚beweisen‘. Das zuvor festgelegte und nun mediendiskursiv verfestigte Attribut als ‚rechtsextrem‘ hatte die Konsequenz, dass die Identitären keine eigene Stimme im (Medien-)Diskurs bekamen und sie die Regeln des Diskurses nicht mitbestimmen konnten – oder anders formuliert: Alles, was die Identitären taten, wurde skeptisch beäugt und Medienvertreter:innen sprachen lediglich *über* die Identitäre Bewegung, anstatt mit ihren Mitgliedern den Dialog zu suchen.³¹⁸ Nun ist es aber das explizite Ziel der rechtsextremen Aktivist:innen am (Gesamt-)Diskurs mitzuwirken und diesen nachhaltig zu verändern, so Martin Sellner auf YouTube: „Unser Ziel ist keine Beteiligung am Diskurs, sondern sein Ende als Konsensform, wir wollen nicht [nur] mitreden, sondern eine andere Sprache.“³¹⁹ Darum müssen die Identitären einige Anstrengungen unternehmen, um aktive Akteur:innen in der Aushandlung des Gesamtdiskurses zu werden: In der Sprache der rechten Szene müssen sie dafür sorgen, dass sie nicht (mehr) in die ‚Nazi-Schublade‘ einsortiert werden.

Mit der Metapher der ‚Nazi-Schublade‘ werfen Akteur:innen in und außerhalb der Identitären Bewegung, die durch rassistische Äußerungen aufgefallen sind und darum vom Diskurs ausgeschlossen werden, den Medien vor, dass sie Meinungen zensierten. Identitäre sprechen auch von einer herrschenden linken „Meinungsdiktatur“ oder vom Einsatz einer „Nazikeule“, mit der „Kritiker:innen“ mundtot gemacht würden. Sellner spricht neben der Nazi-Keule auch vom „Nazi-Haken“: Ersteres treibe einen bei kleinsten ‚nicht konformen Aussagen‘ in die Nazi-Szene hinein, während eben jene Szene auch entsprechende Taktiken kenne, um einen „kritischen Jugendlichen“, als den er sich selbst retrospektiv bezeichnet, zu binden. Auch darum habe er die Identitäre Bewegung gegründet, damit diese Jugendlichen einen nicht-diffamierten Ort für ihre politische Entfaltung fänden.³²⁰ Auch die anderen oben genannten identitären Gründungsmitglieder verweisen auf ihre frühen neonazistischen Verwicklungen halbherzig als „Jugendsünden“ und sagen, sie seien ‚nur‘ rechts-konservative Jugendliche gewesen, die niemals ‚wirklich‘ *rechtsextrem* gewesen waren, jedoch anderswo keinen politischen Platz gefunden hätten.³²¹ Diese Distanzierungsversuche von der Neonaziszene erscheinen allerdings wenig glaubhaft.

Von der französischen Vorbildorganisation haben die deutschsprachigen Identitären vor allem die Ästhetik und die äußere Erscheinung übernommen. Das half ihnen dabei, weiter beachtet zu werden, obwohl sie das Image der „modernen Nazis“ nicht ablegen konnten.

³¹⁸ Hinter diesem Ausschluss aus dem Diskurs steht das von Jürgen Link identifizierte politische Normalitätsdispositiv. Es strukturiert den politischen, Wissenschafts-, Medien- und Alltagsdiskurs (in Europa) entlang der Links-Rechts-Achse, die gesellschafts- und kulturbedingt verschiedene Ausprägungen annehmen kann. In Deutschland ist die politische Mitte positiv als „normal“ besetzt, während die linken und rechten Ränder des politischen Spektrums negativ als ‚extrem‘ aus der Normalität ausgeschlossen werden. Vgl. Link, Jürgen: Normalismus und Antagonismus in der Postmoderne Krise, New Normal, Populismus. Göttingen 2018.

³¹⁹ IB | Zukunft für Europa. 21.01.2016

³²⁰ IB | Vergangenheit und Zukunft, 27.05.2016.

³²¹ Ebd.

II: Strategische Repräsentationsfiguren

Die Identitäre Bewegung erscheint den Medien nun folgend als „[j]ung, hip, rechtsextrem“³²² und als „[h]ippe Nazis“³²³. Die *Zeit* erschuf den Begriff der „Avant-Gestrigen“³²⁴, um den Widerspruch zwischen ihrem modernen und fortschrittlichen Erscheinungsbild und den rückwärtsgewandten Inhalten aufzuzeigen. Schließlich titelt die *Rheinische Post*: „Wenn Rassisten sich intellektuell geben“³²⁵ und der österreichische *Standard* sieht im Aktivistin Martin Sellner einen „rechtsextreme[n] Influencer“³²⁶. Der Jugendforscher Philipp Ikrath und die Autor:innen eines gleichermaßen journalistischen wie sozialwissenschaftlichen Sammelbandes zum Hipster³²⁷ schreiben diese Charakteristika (mit Ausnahme der politischen Einstellung!) der Figur des Hipsters zu, wenn auch mit jeweils unterschiedlicher Schwerpunktsetzung. Außerdem erschien die öffentliche Präsenz von Frauen für Irritationen zu sorgen, oder galt zumindest als untypisch für die rechtsextreme Szene und erschien darum bereits erwähnenswert.³²⁸

Dieses Kapitel verhandelt nun die Konstruktion und Präsentation der männlichen und weiblichen Repräsentationsfiguren, die die Identitäre Bewegung vor allem in der ersten Phase der Forschung (bis Mitte 2018) angeboten hat, um das Medieninteresse laufend zu befriedigen und gleichzeitig vom Nazi-Image abzurücken. Dominant ist die Selbstpräsentation als männlicher IBster, eine rechte Spielart des Hipsters, die nun nachfolgend im ersten Kapitel des Hauptteils detailliert analysiert wird (Kapitel 4). Die Figur des Postergirls, die anschließend analysiert wird, ist die in diesem Kontext vorherrschende weibliche Rolle in der Identitären Bewegung (Kapitel 5).

4. Der IBster: Entwicklung eines Begriffs

Im Mai 2016 postete der russische Nachrichtensender *Russia Today* (RT) ein Video über die Identitäre Bewegung in Österreich: Die große Sonnenbrille, der Undercut Haarschnitt und der Schal scheinen es zu beweisen: „Hipster detected!“; Martin Sellner, der Anführer der Identitären, ist ein Hipster. In der Beschreibung zum Video von RT ist weiterhin die Rede von „hipster power“ und „a group of self-described ‚right-wing hipsters““. Die Betreiber der Facebook-Seite „Identitäre Bewegung Deutschland“ fanden diesen Beitrag „witzig“ und teilten ihn ebenfalls. Neben anderen Hashtags markierten sie ihn unter anderem mit #IBster.³²⁹

³²² Vgl. Köpke Jörg; Sternberg Jan: Jung, hip, rechtsextrem. In: Hannoversche Allgemeine Zeitung, 12.07.2016. URL: <http://www.haz.de/Nachrichten/Politik/Deutschland-Welt/Die-Identitaere-Bewegung-hat-Kontakt-zu-AfD-und-NPD>. Letzter Aufruf: 18.04.2021.

³²³ Der ursprüngliche Titel „Wer sie sind, was sie tun. Identitäre Bewegung in Bayern: Hippe Nazis?“ wurde später verändert. Vgl. Schormann, Ruth: Was ist die Identitäre Bewegung? Alle Infos zur rechtsextremen Gruppe in Bayern In: Abendzeitung München, 20.02.2018. URL: <https://www.abendzeitung-muenchen.de/bayern/was-ist-die-identitaere-bewegung-alle-infos-zur-rechtsextremen-gruppe-in-bayern-art-433530>. Letzter Aufruf: 19.04.2021.

³²⁴ Lau, Miriam: Identitäre Bewegung: Die Avant-Gestrigen. In: *Zeit*, 1.12.2016 [Aus Heft 49/2016] URL: <https://www.zeit.de/2016/49/identitaere-bewegung-rechtsextremismus-verfassungsschutz>. Letzter Aufruf: 19.04.2021.

³²⁵ Mayntz, Gregor: Identitäre Bewegung unter Beobachtung: Wenn Rassisten sich intellektuell geben. In: *Rheinische Post*, 29.3.2019. URL: https://rp-online.de/politik/deutschland/identitaere-bewegung-unter-beobachtung-wenn-sich-rassisten-intellektuell-geben_aid-37752835. Letzter Aufruf: 18.04.2021.

³²⁶ Schmid 2019.

³²⁷ Das Werk ist aus wissenschaftlicher Sicht unter Vorbehalt zu verwenden. So schreibt einer der Herausgeber:innen zur Motivation und Vorgehensweise des Buches folgendes: „Wenn ich dieses Projekt Leuten beschreibe, die Hipster nur für eine Modeerscheinung oder einen lustigen Trend halten, dann sage ich immer, dass wir von einem sozialwissenschaftlichen Erkenntnisinteresse getrieben werden. Wenn ich mit Menschen rede, die noch ernster drauf sind, sage ich manchmal, dass unser Projekt eine Parodie des Wissenschaftsbetriebs darstellt.“ Greif, Mark; Ross, Kathleen; Tortorici, Dayna; Geiselberger, Heinrich: Vorwort zur amerikanischen Ausgabe. In: Ders. (Hg.): *Hipster. Eine transatlantische Diskussion*. Berlin 2012, S.11-22. Hier S.16.

³²⁸ Dass die Präsenz von dominanten Frauen in der rechtsextremen Szene untypisch erscheint, wurde bereits skizziert und wird im Folgenden weiter ausgeführt. Für einen allgemeineren Blick auf vermeintlich unsichtbare Frauen in Jugend- und Subkulturen, vgl. McRobbie, Angela; Garber, Jenny: *Girls and Subcultures*. In: Hall, Stuart; Jefferson, Tony: *Resistance through Rituals. Youth subcultures in post-war Britain*. Birmingham 1976, S. 209-222.

³²⁹ IB | Right-wing hipster, 26.05.2016 [Abbildung 4.0.a].

II. IBster

Der Neologismus „IBster“ ist ein Sprachspiel aus dem Kürzel der Identitären Bewegung (IB) und der Hipster-Figur, die den Identitären als modisches und ästhetisches Vorbild dient. Diese Selbstbezeichnung, anstatt der Übernahme der Fremdbezeichnungen wie „right-wing hipsters“ oder ähnliches, entpuppte sich strategisch bald als kluger Schachzug: Die Akteur:innen erschufen eine Figur, die sie selbst inszenieren können, ohne dass andere rechte Hipstertum-Sympathisanten, die es zur Entstehungszeit der Identitären in der NPD und anderswo gab, ihnen das Corporate Design samt Uniformierung oder ihre Form des Storytelling verwässerten. Als Hashtag fungiert der Ausdruck zusätzlich als Link zu anderen Inhalten zur Identitären Bewegung. Die Medien- und Kulturforscher:innen Philipps und Milner haben gezeigt, dass Akteur:innen in ihrer goffmanschen Selbstinszenierung im Internet einerseits eine größere Kontrolle ausüben können über das, was sie kommunizieren wollen und was nicht, als in offline Realitäten.³³⁰ Jedoch ist es auch anderen Nutzer:innen des Internets möglich, diese Inszenierungen umzudeuten und zu verändern:

„Online, this communication imperative affords an ambivalent paradox. On the one hand, digital media allow individuals to control, in unprecedented ways, how they play with their own identities. These media provide a set of tools that can be used to earnestly express deliberately deceive, or amorphously blend biographical fact and biographical fiction. On the other hand, these same media and tools can *strip* individuals of control, also in unprecedented ways: They allow users to play with the identities of others – essentially weaponizing someone else’s mask – by collapsing context, spreading secrets, and hijacking selves.”³³¹

Der IBster-Begriff stellt zur Absicherung einen eindeutigen Bezug zur Identitären Bewegung her, womit er nicht auf andere Akteur:innen des rechtsextremen Milieus angewendet werden kann. Weder von außen, das heißt mehrheitlich von den Medien, kann der Begriff auf andere Gruppen gemünzt werden, die sich für den Hipsterstil begeistern können, noch können andere Akteur:innen ihn für sich beanspruchen. Zweitens beugt die Identitäre Bewegung mit dem Angebot einer Selbstbezeichnung einer möglichen, von der Presse ausgehenden, diskursiv ausgehandelten, neologistischen Fremdbezeichnung vor, die unter Umständen ihrem Self-Branding schaden könnte. Durch die Spezifik des Begriffs und gleichzeitiger Konnotation mit einer – wie ich noch zeigen werde – eher negativ wahrgenommenen Figur wird das im Internet sehr hohe Risiko der Umdeutungen und Aneignungen der eigenen Inszenierung minimiert.

Doch was zeichnet den IBster nun aus? Was unterscheidet ihn vom als unpolitisch verstandenen Hipster? Die nächste Abbildung illustriert, was laut Sellner dazu gehöre, um Teil der ‚Bewegung‘ (die nach gängiger Definition keine soziale Bewegung ist³³²) zu werden: Martin Heideggers Werk „Sein und Zeit“ (in der Abbildung oben links zu sehen) bestimme laut Sellner nicht nur die philosophische Weltanschauung eines IBsters, sondern verweise auch auf die akademische Bildung und allgemeine Belesenheit. Optisch erkennbar sei der IBster an einem Rundschal, einer Brille mit breitem Rahmen und Schuhen der Marke *New Balance* (Bild Mitte), sportlich betätige er sich beim Boxen (wie der Zahnschutz oben rechts anzeigt) und er höre Neofolk der britischen Band *Death in June* (CD Logo der Band unten rechts) und/oder Hip-Hop vom satirischen Kunstprojekt *Money Boy* (Logo mit Aufschrift „GLO UP DINERO GANG“). Zumindest möchte Sellner mit seinem Tweet diesen Eindruck erwecken.³³³

³³⁰ Vgl. Philipps/Milner 2017.

³³¹ Ebd. S.73.

³³² Vgl. Hentges/Kökgiran/Nottbohm 2014.

³³³ IB | Starter-Kit, 12.11.2015 [Abbildung 4.0.b].

II. IBster

Kleidung, Musik, Hobbies, Philosophie: Die Identitäre Bewegung ist versucht, eine eigene Gegenkultur eng am Hipstertum orientiert, zu etablieren und Sellner gibt vor, was zumindest 2015 (mit einer relativen Beständigkeit bis 2019) dazu nötig war. Gerade das Element der Kleidung, das äußerliches, sofortiges Erkennen von (Nicht-)Zugehörigkeit ermöglicht, ist bei den Identitären wie auch in diversen anderen jugendlichen Subkulturen von großer Wichtigkeit: Der ebenfalls in Sellners IBster-Starter-Kit abgebildete „Phalanx“-Schriftzug ist das Logo des eigenen Online-Versandhandels namens *Phalanx Europa*, der von Sellner und dem Mitbegründer der Identitären Bewegung Österreich, Patrick Lenart, betrieben wird. Der Name geht zurück auf eine spartanische Kampfformation, die in der Interpretation des *300*-Films das alles entscheidende Element der spartanischen Kampfkraft sei. Ohne dies an dieser Stelle überstrapazieren zu wollen, lässt sich daraus grundsätzlich erkennen, welchen Stellenwert die Vermarktung von identitären T-Shirts, Pullovern und anderen Fanartikeln für die Identitäre Bewegung innehat.

Bei einem solchen Tweet des bekanntesten Identitären der deutschsprachigen Szene handelt es sich auf den ersten Blick um eine Form der Normierung, wie man sie in punkto Darstellungsart und Rhetorik auch aus Frauenzeitschriften kennt, in denen die Accessoires abgebildet sind, auf die die modebewusste Frau in der nächsten Saison nicht verzichten könne, oder die die Frau ab 30 aus ihrem Kleiderschrank verbannen sollte, um seriös zu erscheinen. Doch zwei Dinge irritieren: Die orthografischen Fehler in der Einordnung der Graphik (siehe Abbildung 4.0.b), die für Sellner in dieser Häufung eher untypisch sind, lassen darauf schließen, dass es sich nicht um einen wohlüberlegten Beitrag handelt, der Regelwerk verbreiten und in den sozialen Medien geteilt werden soll. Zweitens findet sich ein Kommentar vom Identitären Philipp Huemer unter dem Tweet, der mit einem Augenzwinkern bemerkt, er kenne nur einen, der so rumlaufe, und damit auf Sellners Stil und Vorlieben anspielt. In einem späteren Kommentar unter dem besagten Tweet schreibt Sellner noch einmal explizit und in einem versöhnlichen Ton, dass die erwähnten Dinge „natürlich keine Musthaves“ seien.

Handelt es sich bei dem Tweet um einen privaten Witz? Versucht Sellner seinen eigenen Stil als szenintern allgemeingültig anzupreisen und zu verfestigen im Angesicht der oben erwähnten Schaffung einer Gegenkultur? Will er mit dem Tweet die eigenen Gruppenmitglieder vor den Kopf stoßen, die andere Bücher lesen, andere Musik hören und sich anders kleiden? Oder sollen die Betrachtenden des Tweets, die keinen Bezug zur Identitären Bewegung haben, in die Irre geführt werden? Ist es vielleicht sogar ein ironisches Spiel, um den journalistischen und wissenschaftlichen Akteur:innen, die die einleitend ausgeführten Wandlungstendenzen in der rechten Szene analytisch verfolgen, eine vermeintliche neue Uniformierung anzubieten und so die Berichterstattung über die Gruppe weiter anzustacheln? Es ist begründet anzunehmen, dass alle diese Fragen – unterschiedlich gewichtet – ein Stück weit bejaht werden können.

Die Adaption von Hipster-Trends (Rundschal, Brille, Undercut-Frisur) und -Praxen (Verbreitung von eindeutigen und gleichzeitig uneindeutigen Inhalten) ist mit einer relativen Gültigkeit bis zum Ende der Datenerhebungsphase zu beobachten gewesen. Allerdings liegt die Hochphase dieser Inszenierung in der Anfangszeit der empirischen Forschung bis Mitte 2016. Dann markierte die Identitäre Bewegung vermehrt Tweets und Fotos mit dem #ibster-Hashtag, die gar keinen Bezug zur Hipster-Szene darstellten und die ironischen Inhalten ließen insgesamt nach beziehungsweise konzentrierten sich auf einige wenige private Witze. Die Selbstbezeichnung gehörte nun zur Markenidentität und alles, was die Identitären taten oder sagten, war nun einfach „ibster“ und musste sich nicht mehr an äußeren Kriterien messen.³³⁴

³³⁴ Illustriert wird das auf einem Foto der Identitären Bewegung Österreich. Ihre „Infotisch-Tour“ unterscheidet sich auf diesem Bild nicht von der Aufmachung von Informationsständen anderer NGOs, Parteien oder Vereine. Vgl. IB | Infotisch-Tour, 09.08.2016 [Abbildung 4.0.c].

II. IBster

Nach dem 21.12.2016 änderte sich die Verwendung des IBster-Begriffs allerdings grundlegend. An diesem Mittwoch kurz vor Weihnachten hatten es sich einige IB-Mitglieder zur Aufgabe gemacht, die CDU-Parteizentrale in Berlin mit einer Sitzblockade zu besetzen. Die Aktion scheiterte jedoch, da die Büros der CDU schon weitestgehend verlassen waren. Die letzten Menschen, die das Gebäude verließen, stiegen einfach mit einem großen Schritt über die auf den Stufen vor dem Gebäude sitzenden Aktivist:innen hinweg. Der Journalist Danijel Majic von der *Frankfurter Rundschau* berichtete ironisch über diese Aktion, passte sie doch so gar nicht zur sonst gängigen Inszenierung. Er versah seinen Bericht auf Twitter mit dem Hashtag #ibsterblockade, die Social-Media-Redaktion der *Zeit* teilte den Bericht und zitierte den Journalisten: „Autoritäre Charaktere vertragen es nicht, wenn man sie nicht ernst nimmt.“³³⁵ Am Abend war das Hashtag auf Platz vier der Twitter-Trends in Deutschland gelandet und der IBster einer größeren Öffentlichkeit als zuvor bekannt und das zudem in einem diffamierenden Kontext. Auf Twitter finden sich bis Ende 2018 unter dem Hashtag #ibster beinahe nur noch negative Tweets über die Identitären. Auf Instagram ist das Bild ein wenig diverser: Hier existieren auch die „neutralen“ Verwendungen zur Selbstbeschreibung und vereinzelte ironische Darstellungen.

Die Identitären hatten jedoch schnell eine neue Figur gefunden, die sie in den sozialen Netzwerken zunächst analog zum IBster anboten: Angelehnt an Ernst Jüngers Essay „*Der Waldgang*“ wurden die Identitären zu „Waldgängern“ (siehe Kapitel 7 dieser Arbeit), was jedoch von den Medien nicht weiter kommentiert wurde. Vielmehr blieb die Medien- und Internetöffentlichkeit beim IBster-Begriff als Ausdruck der Diffamierung.

Bis zum Ende des Jahres 2020 hat sich die Verwendung des #ibster-Hashtags wiederum geändert. Die meisten Einträge führen nun zu antifaschistischen Accounts, die über die Aktivitäten der IBster berichten. Dies tun sie jedoch in einem größtenteils neutral-kritischen Tonfall und nicht unbedingt betont polemisch. Einige Identitäre nutzen das Hashtag noch, ebenfalls in neutraler Beschreibung mit wenig ironischem Anteil; mit Ausnahme des ungarischen Gruppenleiters Abel Bodi, der nach wie vor an der ironischen Hipsterinszenierung festzuhalten scheint. Andere „Nazi-Hipster“ scheinen aus der öffentlichen Wahrnehmung hingegen weitestgehend verdrängt.

In diesem Kapitel werde ich jedoch erst einmal darstellen, wie der IBster sich in der Hochphase medienwirksam präsentierte. Ich werde weiter ausführen, welche Vorteile gerade die Anknüpfung an das Hipstertum für eine rechtsextreme Gruppierung hat und wie die Medien auf diese als neu erkannten, rechtsextremen Erscheinungen reagierten, was sich rückwirkend auf die Inszenierungspraktiken des IBsters auswirkte.

Die Genderperspektive, die in dieser Arbeit im Mittelpunkt steht, wird in diesem Kapitel insofern adressiert, als dass der IBster – wie auch der Hipster – als eine zunächst ausschließlich männliche Figur angelegt ist.³³⁶ Somit kann die Dekonstruktion des IBsters als die Analyse einer angebotenen, neuen Form von rechter Männlichkeit gelesen werden. Ich werde jedoch an vereinzelten Stellen zeigen können, dass auch identitäre Frauen einige IBster-Elemente in ihren Inszenierungen übernehmen.

Dieses Kapitel untergliedert sich in zwei inhaltliche Teile: Zunächst wird vorgestellt, was die Figur des Hipsters, die dem IBster als Vorbild dient, definiert. Es wird gezeigt, in welcher Form die charakterisierenden Aspekte des Hipsters in der Figur des IBsters auftreten und welche Wirkung und Bedeutung dies hat. Außerdem steht im Mittelpunkt, wie die Identitären die IBster-Figur präsentieren und wie sie sie (auch unter Mithilfe der Medien) diskursiv wie performativ herstellen (4.1.). Im zweiten Unterkapitel rückt die Strategie der Ironie-Verwendung in den Fokus; eine Schlüsselkategorie des

³³⁵ o. A.: #ibsterblockade wird zur Lachnummer. In: *Zeit*, 22.12.2016. https://blog.zeit.de/stoerungsmelder/2016/12/22/ibsterblockade-wird-zur-lachnummer_22877. Letzter Aufruf 18.04.2021.

³³⁶ „[E]s [ist] bislang nicht gelungen [...], den weiblichen Hipster zu lokalisieren, obwohl Frauen in jeder Sphäre, die durch das Hipstertum berührt wurde (also Bereiche wie Mode oder Kunst), eine zentrale Rolle spielen. Hipster-Frauen kommen häufig nur dann vor, wenn man über die Dominanz der Männer in der Szene spricht.“ Greif et al. 2012, S.16.

II. IBster

Hipsters und IBsters gleichermaßen. Leitfragen hier sind: Welchen Themen und Symbolen wird mit Ironie begegnet, welchen nicht? Wie äußert sich die Ironie? Welche Wirkung hat der Einsatz von humoristischen Mitteln auf die Repräsentationsfigur des IBsters, welche Bedeutung kommt ihnen auf der Ebene der Medienvermittlung zu (4.2.)?

4.1. Kulturelle Aneignungen des (H)IBsters

Der Hipsterbegriff trat erstmals in den amerikanischen 1940er und 1950er Jahren auf und bezeichnete in der Anfangszeit vorrangig afroamerikanische Künstler der Swing- und Jazzkultur. Ein wichtiges Element im Selbstverständnis der Szene drehte sich um einen positiven Bezug zu Schwarzem Wissen, das in der weißen Mehrheitsgesellschaft keine Anerkennung fand. Später wurden als Hipster weiße, intellektuelle Männer bezeichnet, die sich an dieser Schwarzen Kultur orientierten und sich auch andere, als Schwarz geltende Lebensformen aneigneten, inklusiver rassistischer Stereotype, um gegen den weißen Mainstream zu rebellieren. Der Schriftsteller Norman Mailer widmete diesem Hipster im Jahr 1957 einen charakterisierenden Essay mit dem vielsagenden Titel: „The White Negro: Superficial Reflections on The Hipster“, in dem die radikale, sexuelle Befreiung des Hipsters den Fokus darstellte: Weiße Männer seien gemütlich geworden, so Mailer, und darum Prozessen der Verweichlichung und Unmännlichkeit ausgesetzt. Schwarze Männer hingegen stellten die „neue“ amerikanische Männlichkeit dar, denn sie seien – wenn auch nicht freiwillig – immer in Bewegung.³³⁷ Diese Hipsterfigur ist von wissenschaftlicher Seite relativ ausführlich behandelt worden³³⁸ und die Literatur scheint sich einig: der Hipster der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts war rebellisch und sah sich selbst als Angehöriger einer Gruppe. Beides unterscheidet ihn vom Hipster des beginnenden 21. Jahrhunderts.

Bei der gegenwärtigen Hipsterfigur, die wohl als Reaktion auf viele verschiedene Subkulturen der 1980er und 1990er Jahre entstand, die im Underground ihren Anfang nahmen und schließlich kommerzialisiert wurden (wie Punk, Grunge und Indie-Rock)³³⁹, handelt es sich größtenteils um eine abschätzig, negativ konnotierte Fremdbezeichnung eines Phänomens, deren Anhänger:innen sich aber nicht als gemeinsame Gruppe begreifen und auch nicht gemeinsam auftreten. Weiterhin lassen sie sich nur schwer einer sozialen Schicht, einer Musikrichtung oder einer definierenden Tätigkeit zuordnen. Zunächst erscheint der Hipster ein reines Medienphänomen zu sein: In Zeitschriften unterschiedlicher Genres und in Texten der Popmusik ist der Hipster allgegenwärtig, doch einer gesellschaftlich-soziologischen Verortung entzieht er sich. Die meisten Arbeiten zum gegenwärtigen Hipster, das heißt vom amerikanischen Hipster von 1999 bis 2011³⁴⁰ und dem deutschen Ableger (ein wenig zeitlich versetzt), kommen vermutlich aus diesem Grund über eine rein phänomenologische Beschreibung nicht hinaus. Um eine Systematisierung der Hipsterfigur vorzunehmen, ziehe ich darum Beschreibungen aus populären Quellen ebenso hinzu wie wissenschaftliche Versuche einer Hipster-Analyse. Dies erscheint mir in diesem speziellen Kontext insofern zulässig, als dass es für die Analyse des rechtsextremen IBster vor allem darum geht, zu verstehen, wie der Hipster in den Medien und von den Rezipient:innen betrachtet wird und wie die popkulturell interessierte Öffentlichkeit auf den Hipster blickt, denn die Identitären bauen bewusst auf eben diese Interpretationen und Narrationen auf.

Die (politisch eher links zu verortende) Musikgruppe *Kraftklub*, deren Lieder von einem relativ breiten Publikum gehört werden, hat dem Hipster einen ironischen Song gewidmet, der sämtliche Elemente, die mit dem Hipster assoziiert werden, prägnant abbildet. Im Liedtext wird beklagt, dass die alten Freunde

³³⁷ Mailer, Norman: The White Negro Superficial Reflection on the Hipster. In: Dissent, 20.06.2007. URL: https://www.dissentmagazine.org/online_articles/the-white-negro-fall-1957. Letzter Aufruf: 18.04.2021.

³³⁸ Vgl. beispielhaft Junker, Carsten: Der „White Negro“ als Erlöserfigur: „Pretty Fly for a White Guy?“. In: Glawion, Sven; Haschemi Yekani, Elahe; Husmann-Kastein, Jana (Hg.): Erlöser: Figurationen männlicher Hegemonie. Bielefeld 2007, S. 169-180. Vgl. auch Davis, Kimberly Chabot: Beyond the white negro: empathy and anti-racist reading. Urbana, Ill. [u.a.] 2014.

³³⁹ Vgl. Greif, Mark: Positionen. In: Greif et al. 2012, S.23-31. Hier S. 24.

³⁴⁰ Greif et al. 2012, S.11.

II. IBster

die kleinen Heimatstädte zu Gunsten der deutschen Hauptstadt verließen und dort zu Hipstern würden. *Kraftklub* benennen in der ersten Strophe des Liedes *Ich will nicht nach Berlin* folgende Aspekte:

„Ich komme aus Böblingen bei Stuttgart - uncool! Jetzt wohn' ich in Berlin, seit 18 Monaten und muss sagen ich bin echt angekommen! - Aha! Meine Kleidung unterstreicht meinen Charakter. Meine Brille ist nicht Vintage, verdammt die ist Retro! Undercut und Jutebeutel, ich trinke Club Mate oder gibts den café latte auch mit Sojamilch? - I like!“³⁴¹

In der zweiten Strophe wird dann die berufliche Situation des Hipsters angesprochen, der sich in der Kreativbranche zu orientieren versucht und ein maximal flexibles Arbeitsumfeld sucht, sich aber auch da nicht so richtig festlegen mag.

Das Internetlexikon Wikipedia beschreibt den Stil des Hipsters als das Resultat einer ironisch gemeinten Verbindung von als altmodisch geltender Kleidung und ausgefallener Accessoires und Frisuren, die allesamt aus anderen Subkulturen entlehnt sind.³⁴² Und auch für den Jugendforscher Philipp Ikrath ist die Verbindung von neuen und alten Dingen für die Hipsterkultur elementar:

„Auch in dieser Hinsicht ist der Hipster ein typischer Vertreter unserer Gegenwart, da er das Paradox von beschleunigter technologischer Entwicklung auf der einen und dem Schwelgen in Reminiszenzen auf der anderen Seite lebensstilistisch auflöst. Der Hipster ist weder Modernist in dem Sinne, dass er sich [nur] für das Neue interessiert, noch ist er Nostalgiker, für den ausschließlich das Alte von Wert ist.“³⁴³

Doch für die Hipster sei nicht alles Neue und alles Alte gleichwertig miteinander in Verbindung zu bringen. Es sind vielmehr bestimmte Marken und Gegenstände, die angeeignet werden. Der Hipster trägt im deutschsprachigen und mitteleuropäischen Kontext große, eckige Brillen oder welche mit kleinen, runden Gläsern, Holzfällerhemd oder T-Shirts mit ironischen Prints, enge Jeans und lässige Schals, Vollbart oder einen Schnauzbart, wie er in den 1970er Jahren modisch war. All dies trägt er ironisch (das ist wichtig!), aber „ohne Sarkasmus, ohne Bitterkeit und ohne kritischen Impetus.“³⁴⁴ Andere Dinge, die dem Hipster im Entstehungszeitraum dieser Arbeit zugeschrieben werden, sind Szenegeränke wie *Club-Mate* oder *Thomas Henry-Limonade*, elektronische Geräte der Marke *Apple* und Fotos im Stil von Sofortbildkameras. Der Hipster gibt sich intellektuell und macht beruflich etwas in der Medienbranche und in diesem Kontext sind auch professionell anmutende Fotos erlaubt. Er lebt im Hamburger Schanzenviertel, in Berlin-Mitte oder Kreuzberg und er ist besonders konsum- und erlebnisorientiert.³⁴⁵

³⁴¹ Der Songtext wurde der Musikplattform Genius entnommen. URL: <https://genius.com/Kraftklub-ich-will-nicht-nach-berlin-lyrics>. Letzter Aufruf: 18.04.2020.

³⁴² Wikipedia: Hipster (21. Jahrhundert). URL: [https://de.wikipedia.org/wiki/Hipster_\(21._Jahrhundert\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Hipster_(21._Jahrhundert)). Letzter Aufruf: 18.04.2021.

³⁴³ Ikrath 2015, S.98.

³⁴⁴ Greif 2012, S.29.

³⁴⁵ Wie schon erwähnt, handelt es sich beim Hipster um eine diffamierende Fremdbezeichnung, darum muss an dieser Stelle erwähnt werden, wie die genannten Elemente wahrgenommen und rezipiert werden: Negativ betrachtet sind die genannten Schnurrbärte ‚unmöglich‘, die Jeans ‚albern‘, er wird also nicht als modisch oder schick wahrgenommen. Der Hipster besitze eine „unangenehm selbstgerechte, unheilbar nostalgische Sehnsucht nach der Welt seiner wohlbehüteten Kindheit; der einzige Intellektuelle, den er kenne, sei Slavoj Žižek, dessen politische Philosophie jedoch völlig inhaltsleer sei, was allerdings keine Rolle spiele, weil der Hipster gar nicht wisse, was ‚politische Philosophie‘ überhaupt ist.“ Rabe, Jens-Christian: Gegenwärtigkeit als Phantasma. Über den Hass auf den Hipster, In: Greif et al. 2012, S. 188-204. Hier. S.189-190. Die Vorwürfe an den Hipster lauten unter anderem weiter: Er sei schuld an der Gentrifizierung, er mache unter anderem den Fußball zu einer reinen Erlebniskultur und er zerstöre den europäischen Gedanken, denn er sei zu unpolitisch. Vgl. Ikrath 2015, S.67-105.

II. IBster

Jugendforscher Ikrath unternahm als einer der Wenigen den Versuch, mittels einer Medienanalyse den Hipster im deutschsprachigen Raum gesellschaftlich zu verorten und eine analytische Tiefe in das Phänomen zu bringen: Er fragt, ausgehend von dieser hier skizzierten negativen Konnotation, ob der Hipster als subkulturelles Phänomen überhaupt existiert oder lediglich eine von den Medien erschaffene Figur ist, die als Strohpuppe für eine Vielzahl vielschichtiger Probleme herhalten muss, die zu komplex sind, um sie dem breiten Publikum der Massenmedien abseits der wissenschaftlichen und politischen Auseinandersetzungen nahe zu bringen. Eine andere These ist, dass der Hipster auch deshalb als verhasste Sündenbockfigur dargestellt wird, weil „[s]eine ironische Distanz und seine Indifferenz [...] als gemeinschaftszeretzend [gelten]. Sie würden das Vertrauen in die Politik untergraben und verachten die demokratischen Werte“.³⁴⁶ Diese Vorwürfe kämen von den gleichen Feuilletons der Tageszeitungen, die sonst die fehlende Rebellion der heutigen Jugend beklagten: „Widerstand ja, vielleicht, aber wenn, dann bitte mit der gebotenen Ernsthaftigkeit.“³⁴⁷ Weiter heißt es, dass die Ironie in Deutschland schon immer einen schweren Stand gehabt habe, und auch für wissenschaftliche Disziplinen, die „immer alles genau bestimmen, festhalten und klassifizieren müssen“ stelle der fehlende „Jargon der Eigentlichkeit“ ein Problem dar.³⁴⁸

Einen ähnlichen Blick auf die mediale Allgegenwärtigkeit des Hipster nehmen die Autor:innen des deutschen Vorworts zu dem oben genannten amerikanischen Hipster-Sammelband ein: „Man muss nicht besonders aufmerksam Zeitung lesen, um ihm [dem Hipster] nahezu überall zu begegnen [...]“.³⁴⁹ Es erscheine in diesen Zeitungen dabei stets so, als ob man den Hipster gar nicht lange erklären müsse; alle wüssten, was ein Hipster sei. Ein Blick in die Popkultur und Feuilletons der großen Zeitungen scheint dies zu bestätigen: Es sind immer dieselben Aspekte mit minimalen Variationen (*Brille*, *Club-Mate*, ...), die den Hipster beschreiben. Weiter heißt es beim Journalisten Greif: „Das Wort [Hipster] scheint so etwas wie ein semantischer Joker zu sein, den man ausspielen kann, wenn es irgendwie um junge, modebewusste Menschen in Großstädten geht.“³⁵⁰

Es lässt sich als Zwischenfazit festhalten, dass der Hipster in dieser Reinform nicht als reale Person existiert, sondern eine vom Medien- und Alltagsdiskurs konstruierte Figur darstellt, die sich auf einige junge, modisch gekleidete Erwachsene der urbanen Mittelschicht projiziert. Dennoch kommt dem Hipster auf einer alltäglichen Ebene Handlungsmacht zu: Der Volkskundler Konrad Köstlin wies in einem anderen Zusammenhang darauf hin, dass das, was über einen Gegenstand gesagt werde, Teil der Konstruktion dieses Gegenstandes sei und

„damit Teil seiner Wahrnehmung, seiner Wirklichkeit. Diese Wirklichkeit ist nicht wirklich, aber gerade als solche außerordentlich wirksam, wird als wahr, wird als natürlich verstanden, obwohl sie kultürllich hergestellt ist.“³⁵¹

So findet Ikrath in der Konstruktion der Figur des Hipsters schließlich auch einen an die Wissens- und Mediengesellschaft perfekt angepassten Idealtypus vor. Er sei in der Lage, sich potenziell alles anzueignen, gleichzeitig suche er stets nach neuen Reizen. Daraus ließen sich Leitbilder für die Generation der „Millenials“³⁵² ableiten, die dann im Realen umgesetzt würden, wenn auch nicht in der

³⁴⁶ Ikrath 2015, S.131.

³⁴⁷ Ebd.

³⁴⁸ Ebd., S.132. Ikrath bezieht sich mit dem „Jargon der Eigentlichkeit“ auf das gleichnamige Werk Theodor Adornos (1964).

³⁴⁹ Greif, Mark; Ross, Kathleen; Tortorici, Dayna; Geiselberger, Heinrich: Vorwort zur deutschen Ausgabe. In: Ders. (Hg.) 2012, S.7-10. Hier S. 9.

³⁵⁰ Ebd.

³⁵¹ Köstlin, Konrad: Der ethnisierte Wald. In: Lehmann, Albrecht; Schriewer, Klaus (Hg): Der Wald – Ein deutscher Mythos? Perspektiven eines Kulturthemas. Berlin 2000, S.53-65. Hier S.53.

³⁵² Die in den späten 1980ern und frühen 1990er Jahren geborene Generation.

II. IBster

zugesprochenen Reinform. Der Hipster sei in der schnelllebigen Mediengesellschaft mit immer neuen Produkten, Modetrends, Musikgenres, einem schierem Überangebot an materiellen wie immateriellen Gütern und der Gleichzeitigkeit all dessen bestmöglich ausgestattet, um stets „vorn“ zu sein: „Hipster zu sein ist eine Form, den Dingen zu begegnen, die mit viel Wachsamkeit und wenig Besinnung zu tun hat.“³⁵³ So definiert es schließlich der Redakteur Jens-Christian Rabe, für den der Hipster durchaus in gewisser Weise real existiert und als Sozialfigur angesehen werden kann.

Ikrath charakterisiert den von den Medien inszenierten Ideal-Hipster weiter als eine ambivalente Figur, die versucht, als möglichst unangepasstes Individuum aufzutreten: Doch genau diese Inszenierung als möglich einzigartig kann als (reales) Massenphänomen unter jungen Erwachsenen der großstädtischen Mittelschicht angesehen werden, was dann wiederum die reale Ebene adressiert. Rabe bestätigt beide Aspekte und leitet von ihnen die Begründung ab, warum der (konstruierte) Hipster sich zu einer elitären Gruppe und damit auch zu einer Hass-Figur entwickelte, die nicht zur Idealisierung taugt: „Stärker als der [reale, historische] Hipster haben sich die Zeiten verändert“. Der Autor spricht hier indirekt die in seinen Augen im Gegensatz zu den meisten anderen Autor:innen nur geringen Unterschiede zwischen dem Hipster der 1950/1960er Jahre und der gegenwärtigen Form an. Die Zeit habe dafür gesorgt, dass das Hipstertum „von einer außergewöhnlichen zu einer notwendigen Lebensform geworden ist.“³⁵⁴

Zusammenfassend lässt sich sagen: Der Hipster, ob nun als historischer Vertreter einer Subkultur, gegenwärtig verortet als medial konstruierter Sündenbock oder angenommener, realer Idealtypus eignet sich Dinge, Symbole und Lebensformen an. Diese trug er in Amerika der 1950er und 1960er Jahre mit einer rebellischen und auflehrenden Attitüde. Heute werden Hipster mit ironischer Sinnentleerung in Verbindung gebracht. Die modischen Versatzstücke, die oben aufgeführt wurden, sind konsequente, sich temporär verändernde Ausdrucksmittel eines angenommenen Idealtypus der gegenwärtigen ästhetisierten Mediengesellschaft.

Es folgt nun eine Abgleichung dieser Aspekte mit der IBster-Figur der Identitären und eine Einordnung der Wirkung dieser rechtsextremen Variante des Hipsters. Ich schaue dabei auf drei Schlüsselaspekte, die mit dem Hipster in Verbindung gebracht werden und durch deren Nutzung, beziehungsweise explizite Referenz die rechtsextremen Akteure eine Nähe zur Vorbildfigur herstellen und gleichzeitig vom „Nazi-Image“ abrücken. An erster Stelle zeige ich, wie die rechte Szene vor der Entstehung der Identitären Bewegung Szenecodes etabliert hat (4.1.1.). Es folgt die Bedeutung der Fotografie für den IBster, der nicht nur als inszenierter ‚Reporter‘ quasi-Beweise für seine ideologischen Ansichten festhält, sondern auch „etwas mit Medien“ macht (4.1.2.). An dritter Stelle steht die Frage nach den Ästhetiken der Intellektualität der Identitären, mit deren Inszenierung die Akteur:innen sich unter anderem vom anti-intellektuellen Kurs der Nationalsozialisten distanzieren (4.1.3.).

4.1.1. Die Aktualisierung des rechtsextremen Code-Phänomens

Die österreichische Identitäre Alina Wychera postete das Foto einer Süßigkeitenverpackung auf Twitter, die die Aufschrift „Wunder-Land White-Edition“ trägt, vor einem Hintergrund aus blauen Eiskristallen. Dazu schreibt sie nur kurz „#WhiteSupremacy“.³⁵⁵ Es ist sowohl Alina Wychera als auch ihrem Netzwerk bewusst, dass der deutschlandweit bekannte Süßigkeiten-Hersteller mit seinem Produkt keine rassistischen Fantasien über ein „ethnisch weißes Wunderland“ verbreiten möchte, sondern vielmehr die Werbetrommel mit einem Winter-Design anzukurbeln versucht. Durch das eindeutig mit der rechtsextremen Szene konnotierte Hashtag verschiebt sich die Bedeutung nun jedoch. Die Aktivistin bedient dabei einen Themenbereich (Rechtsextremismus), von dem sie sich sonst distanziert, auf so

³⁵³ Rabe 2012, S.202.

³⁵⁴ Ebd.

³⁵⁵ IB | Winter Wonderland, 13.11.2017 [Abbildung 4.1.1.a].

II. IBster

plumpe Art, dass der Tweet als offensichtlich ironisch gelesen wird und wohl als ‚lustiger Wortwitz‘ gemeint ist.

In diesem Fall verfiel der Witz jedoch nicht: Wychera, die zum Zeitpunkt des Tweets kaum noch in der überregionalen Medienöffentlichkeit als Identitäre auftrat, erhält nur wenige Likes für ihren Tweet und es findet keine Anschlusskommunikation statt. Doch das, was Wychera hier versucht hat – die Umdeutung eines nicht-politischen Zeichens zu einem rechtsextremen Symbol – hat in der rechtsextremen Szene Tradition: In Deutschland verbieten die Paragraphen §86 und §86a des Strafgesetzbuches das öffentliche Zeigen von nationalsozialistischen Symbolen wie das Hakenkreuz, den SS-Totenkopf oder das Zeigen des Hitlergrüßes. In der Neonazi-Szene waren (und sind) darum stets eine Reihe von Nummern- und Buchstabenspielen beliebt, die wie die 18 als Chiffre für Adolf Hitler oder die 88 für „Heil Hitler“ eingesetzt wurden. Oder es wurden andere Chiffren gefunden, um Verbotenes durch die Hintertür ausdrücken: Die 14 oder auch der Ausdruck „14 Words“ bezieht sich auf ein vierzehn Wörter langes „Bekanntnis“ der US-amerikanischen Neonaziszene, das als solches in Deutschland nicht verbreitet werden darf. Die Liste der verbotenen Codes wird vom Staatsschutz laufend um neue etablierte Phänomene ergänzt und so fallen auch diese Zahlencodes mittlerweile unter das Verbot. Dies äußert sich zum Beispiel dadurch, dass entsprechende Autokennzeichen in einigen Regionen nicht mehr vergeben werden. Auch die sozial-gesellschaftliche Umgebung beschränkt, abgesehen von ihrer juristischen Ahndung, die zu offensichtliche Zurschaustellung rechtsextremer Ideologie. Insofern musste die rechtsextreme Szene immer schon kreativ sein und bleiben, um szenetypische Zeichen, die wie auch in anderen Subkulturen ein wichtiges Element der Zugehörigkeit darstellen, zum Beispiel auf der Kleidung oder als Tattoos tragen zu können.

Die Aneignung von Dingen aus einem nicht-politischen Kontext scheint dafür besonders gut zu funktionieren. So waren lange Zeit T-Shirts von *Lonsdale* in der Szene beliebt: Trägt man eine halboffene Jacke über einem Shirt, auf dem typischerweise der Markenname in Großbuchstaben über der Brust geschrieben steht, dann ist NSDA zu lesen. Das ‚fehlende‘ P kann in Gedanken leicht ergänzt werden. Obwohl die britische Kleidungs-marke keine Bezüge zur rechtsextremen Szene aufwies, wurden Träger:innen der Kleidung und schließlich auch die Marke selbst verdächtig beäugt. Auch anderen Marken ist es so oder ähnlich ergangen: *Dr. Martens*-Schuhe in militärischer Ästhetik erfreuten sich großer Beliebtheit in der Skinhead- und Neonaziszene und wurden zeitweise mit dieser assoziiert, ebenso *Fred Perry*-Poloshirts mit Lorbeerkranz und rot-weiß-schwarzem Kragen. *New Balance* Sneaker zierte ein großes „N“, das für „Nazi“ stehen könnte: Beide Artikel, die Poloshirts und die Turnschuhe, sind auch bei den Identitären beliebt. Alle genannten Firmen setzen sich, zum Teil seit vielen Jahren, antirassistisch ein und haben doch mit einem nachhaltigen Imageschaden zu kämpfen.³⁵⁶

Die Sozialanthropologin Cynthia Miller-Idriss hat das Spiel mit subtilen Referenzen der rechten Szene im Zusammenhang mit modern-jugendlicher Ästhetik in den 2000er Jahren am Beispiel der einschlägig rechtsextremen Kleidungs-marke *Thor Steinar* analysiert. In dieser Kommerzialisierungsstrategie von rechter Ideologie klingen bereits viele Aspekte an, die die Identitären in erweiterter Form nutzen, und die Miller-Idriss allgemein als „Code-Phänomen“ fasst, ähnlich wie es in der Mafia oder in Gefängnis-Banden etabliert sei.³⁵⁷ Miller-Idriss‘ Analyse im Vergleich mit der Inszenierung der Identitären Bewegung macht die Dynamiken des Code-Phänomens deutlich. So begann *Thor Steinar* zunächst mit sehr offensichtlichen Bezügen in ihrem Programm: eine Jeans hieß „Rudolf“ als Anlehnung an Rudolf Hess, ein Shirt trug die Aufschrift „Desert Fox: Afrikakorps“ und spielte so auf den Spitznamen von

³⁵⁶ Vgl. O.A.: Rebirth: Wie Lonsdale die Nazis los wurde. In: Lonsdale.de, 25.01.2019. URL: <https://www.lonsdale.de/about-lonsdale/lonsdale-history/rebirth-wie-lonsdale-die-nazis-los-wurde>. Letzter Aufruf: 18.04.2021.

³⁵⁷ Jedoch ist die Gesetzeslage hier nicht an allen Stellen eindeutig. So fällt das deutsche Wort „Hakenkreuz“, nicht aber anderssprachige Übersetzungen wie „Swastika/Svastika“ unter das Verbot. Andersherum sind viele Zahlencodes, Kleidungs-marken oder Übersetzungen stark mit der rechten Szene konnotiert, sodass ihr offenes Zeigen/Tragen auf Schulhöfen oder von Arbeitsgebern reglementiert wird. Vgl. Miller-Idriss 2017, S.52-53.

II. IBster

Erwin Rommel an. Später wurden die Wortspielereien und Aneignungen vielschichtiger und gleichzeitig subtiler, was dem Stil und Niveau der Identitären in der Tat nahekommt: Das T-Shirt „Expedition Antarctica 1910: The White Continent“ verweist einerseits direkt auf die historische Antarktis Expedition in Schnee und Eis, andererseits wird auch auf einen „rassisch weißen Kontinent“ angespielt.

Die genannten Beispiele – Alina Wycheras „Wunderland“-Tweet, die *Lonsdale*-Aneignung und das Antarktis-Shirt – haben eins gemeinsam: Rechtsextreme Akteur:innen versuchen mit einem ironischen Unterton nicht-faschistische Dinge, Marken und Ereignisse zu rechtsextremen Zeichen oder Codes zu machen.

So sieht man auf einem „Fuß-Selfie“³⁵⁸ Martin Sellner mit *New-Balance*-Turnschuhen und einem Orangensaft von *Innocent*. Er posiert dabei im typischen, aber doch auch übertriebenen Influencer-Stil: Es sind nur die Schuhe und die Saftflasche vor einer beliebigen Parkkulissee zu sehen.³⁵⁹ Während der identitären Aktion „Mission Defend Europe“ im Mittelmeer twitterte Sellner: „was aber echt hart ist: - keine Fritz kola – kein arizona tea – kein henry bitter lemon – kein mountain Dew“³⁶⁰; die genannten Marken lassen sich alle der Hipster-Szene zuordnen.

Das Foto und der Tweet zeugen noch nicht von Versuchen einer Aneignung von Produkten. Vielmehr rückt Sellner sich und seine Inszenierung in die Nähe des Hipstertums und definiert sich als IBster. Dabei bedient er das Klischee, dass der Hipster sich lediglich über den Konsum bestimmter Produkte definiert und ironisiert seinen Auftritt durch die schiere Übertreibung, was paradoxerweise gleichzeitig Distanz zum unpolitischen Hipster herstellt.

In einem anderen Beispiel machte Martin Sellner einen wiederkehrenden Witz aus seiner Vorliebe für *Thomas Henry* Limonade. Er inszenierte sich immer wieder mit Limonaden-Flaschen, wie ein typischer Influencer auf Instagram und YouTube, und behauptete, der Hersteller würde ihn und seinen Aktivismus sponsern. Einige andere Identitäre sprangen auf den Zug auf und posteten ebenfalls mit Vorliebe Flaschen des Herstellers. Der Fall sorgte für einen Höhepunkt an Belustigung unter den Gegner:innen der Identitären, als Martin Sellner mit einer Unterlassungsklage der Getränkefirma konfrontiert wurde.³⁶¹

Das, was hier im Vergleich zu den Aneignungsprozessen und der Code-Etablierung, wie sie von Miller-Idriss in den früheren 2000er Jahren analysiert wurden, nun anders ist, ist der Herkunftsbereich der Zeichen, wie auch das Ziel der Aneignungen: Zuvor wurden Zeichen mit faschistischem Bezug an juristischen Hürden vorbei gemogelt und der rechtsextreme Hintergrund oder Aneignungsversuch war für alle Beobachter:innen offensichtlich. Miller-Idriss zeigt das eindrücklich in ihrer Studie, in der sie mit deutschen Jugendlichen arbeitet. Diese erkennen die gezeigten *Thor Steinar*-Shirts fast ausnahmslos als zur rechten Szene gehörig, auch dann, wenn sie den Aufdruck nicht verorten können oder ‚falsch‘ entschlüsseln.³⁶² Im Jahr 2020 präsentieren sich die IBster auf eine Art und Weise, die mit rechtsextremen Konnotationen kaum zusammenpassen und als solche von einem uninformierten Publikum auch nicht erkannt werden. Auch *Thor Steinar* orientiert seine Produktpalette nun stärker am Hipster-Stil.

Diese neuen, subtilen Aneignungen führen meist zu einem von zwei Szenarien: Erstens passiert gar nichts, wie es am „Wunderland“-Witz von Wychera besonders deutlich wurde. Aber auch in Sellners Beispielen wird der spielerische Versuch der Etablierung eines rechten Szene-Getränks von Seiten der

³⁵⁸ Zu diesem Genre des Selfies, bei dem die eigenen Füße fotografiert werden, vgl. Miller et al. 2016, S.164.

³⁵⁹ IB | Footie im Park, 31.05.2016 [Abbildung 4.1.1.b].

³⁶⁰ IB | keine Hipstergetränke auf der C-Star, 24.08.2017.

³⁶¹ Pichler; Georg: Als „Sponsor“ bezeichnet: Getränkefirma geht gegen Identitären-Chef Martin Sellner vor. In: Der Standard, 29.3.2018. URL: <https://www.derstandard.de/story/2000077007581/als-sponsor-bezeichnet-getraenkefirma-geht-gegen-identitaeren-chef-vor>. Letzter Aufruf: 18.04.2021.

³⁶² Vgl. Miller-Idriss 2017, S.139.

II. IBster

Getränkefirma schnellstmöglich verhindert. Die zweite Möglichkeit stellt eine tatsächlich kurzzeitige oder auch langfristige Erschaffung eines rechtsextremen Zeichens dar, wie es am nächsten Beispiel gezeigt werden kann.

Die Etablierung des ironischen „Weißen Gruß“ nahm in amerikanischen Onlineforen seinen Anfang als „White Power Hoax“. Auch in den USA liefern sich die Rechtsextremen der Alt-Right und die liberal eingestellte Presse ein Katz-und-Maus-Spiel um Szenecodes und ihre Entschlüsselung. Im Jahr 2016 brachte die Alt-Right die Falsch-Meldung in Umlauf, dass es sich bei der OK-Geste um ein heimliches White-Power-Erkennungszeichen der Rechten handele: Die drei abgespreizten Finger seien das W für White, das P für Power forme sich aus dem Kreis von Daumen und Zeigefinger und der Verlängerung zum Handgelenk. Die Medien nahmen diese als Scherz gemeinte Information über das vermeintlich neue rechtsextreme Zeichen ernst und berichteten über das ‚neue Hass-Symbol‘. Doch erst aufgrund des Erfolgs dieses Schwindels nutzte die Szene das OK-Zeichen – dann tatsächlich als ironischen, so genannten „Weißen Gruß“.³⁶³

Die genannten Formen der Aneignung und Umdeutungen, können als „traveling images“ beschrieben werden:

„Traveling images are, generally speaking, images that are produced at a particular moment in a specific political, national, or cultural context, but that then acquire a circulatory afterlife as iconic symbols“.³⁶⁴

Traveling images würden zu visuellen Repräsentationen von zirkulierender Bedeutung und Instabilität von Ikonografien, indem sie kulturelle Grenzen überwinden und Teil eines anderen Bereichs werden, so definiert es der Kunst-, Kultur- und Religionsforscher David Morgan.³⁶⁵

Ich habe in der Darlegung des Hipsters gezeigt, dass dieser sich potenziell alles aneignen kann, es aber favorisierte Themenbereiche gibt, in denen der Hipster sich umschaute. Dies gilt auch für den IBster, der sich vornehmlich von der weißen amerikanischen Internet- und Popkultur inspirieren lässt: Tatsächlich ist die Identitäre Bewegung kaum federführend in der Schaffung von neuer rechter Symbolik. Vielmehr bringen sie etablierte Themen der amerikanischen Alt-Right in den deutschsprachigen Raum hinein, wie zum Beispiel den beschriebenen „White Power Hoax“ oder das bereits breit erforschte Beispiel der Aneignung von „Pepe, the Frog“.³⁶⁶

Doch es sind nicht nur alltägliche Dinge und Marken mit scheinbar trivialem Hintergrund, den die identitäre Szene als Vorbild für neue Aneignungen nutzt. Sie verwenden auch Figuren, Gestiken und Dinge aus Filmen, Büchern und Computerspielen, sie wissen historische Ereignisse und Mythen zu nutzen und schließlich greifen sie auf alte, kulturgeschichtlich bedeutende Tropen zurück und aktualisieren diese innerhalb aktueller Debatten. Dies soll an zwei Beispielen verdeutlicht werden.

Auf einem Sticker mit dem Slogan „100% identitär – 0% Rassismus“ wurde zur visuellen Ergänzung der Kopf einer Figur aus dem Film „Avatar - Aufbruch nach Pandora“ nachgebildet.³⁶⁷ In diesem sehr erfolgreichen Hollywoodfilm verteidigt eine außerirdische Spezies ihren (monoethnischen) Lebensraum vor der Invasion der Menschen. Ein Plot, der in diversen Filmen vor allem im Science-Fiction und

³⁶³ Vgl. auch Abbildungen 4.1.1.c und 4.1.1.d. Zu sehen sind identitäre Akteure, die mit dem „Weißen Gruß“ Grüße an ihre Follower:innen mitteilen.

³⁶⁴ Miller-Idriss 2017, S.136.

³⁶⁵ Vgl. Morgan, David: The Sacred Gaze. Religious Visual Culture in Theory and Practice. Berkley 2007, S.187.

³⁶⁶ Pepe ist ein Comicfrosch und das bekannteste Zeichen der Alt-Right. Er wurde als unpolitische Zeichnung ins Leben gerufen, wurde zu einem allgemeinen Meme, das in einigen Nischen wirklich bekannt und beliebt war. Schließlich wurde das Pepe Meme von der Alt-Right annektiert, sodass es die ADL als antisemitisches und rassistisches Hasssymbol einstufen musste. Vgl. Woods/Hahner 2019.

³⁶⁷ Vgl. Lanzke Alice: Die „Identitären“. Ein ernstzunehmendes neues Phänomen oder nur Nebellichter? In: Belltower News. Netz für digitale Zivilgesellschaft, 8.11.2012. URL: <https://www.belltower.news/die-identitaeren-ein-ernstzunehmendes-neues-phaenomen-oder-nur-nebellichter-35454/>. Letzter Aufruf: 28.04.2021 [Abbildung 4.1.1.e].

II. IBster

Fantasy-Genre Verwendung findet und bei vielen Menschen unabhängig der politischen Einstellung sehr beliebt zu sein scheint; zumindest ist das die Schlussfolgerung der Identitären. Dieses Thema sprechen Leonard Fregin und Martin Sellner in einem gemeinsamen YouTube-Stream an. Sellner möchte von dem damals noch eher unbekanntem Aktivisten unter anderem wissen, ob er einen Lieblingsfilm habe, damit die Zuschauer Leonard besser kennen lernen könnten. Dieser antwortet nach kurzem Überlegen etwas unzusammenhängend:

„Bin nicht so der größte Filmeschauer. Herr der Ringe. Warcraft... dass dort immer ganz oft Identität und [...] Völker und kulturelle Identität ne Rolle spielt. Dass [...] man das dort konsumiert, auch [...] annimmt. Grade bei Warcraft: Da war das ganz massiv mit den Orks und den Menschen. *Ja, für mein Volk!* – aber wehe, wenn man das auf unsere Welt und Umstände so [überträgt].³⁶⁸

Für die Identitären ist es widersprüchliche Heuchelei, wenn ihre politischen Gegner:innen die Verteidigung und Absicherung von monoethnischen Kulturräumen in Filmen, Computerspielen und anderen fiktionalen Werken befürworten, aber in Anwendung auf die ‚eigene Welt‘ ablehnen. Hier werden fiktionale und wenig komplexe Invasionsszenarien mit stereotypischen guten und unschuldigen Einheimischen, die sich gegen vereinfacht dargestellte böse Eindringlinge zur Wehr setzen müssen, auf unzulässige Weise in Beziehung gesetzt zum Migrationsdiskurs. In diesem identitären Narrativ nehmen Migrant:innen und Geflüchtete die Rolle der Invasoren ein, während sie selbst sich als das bedrohte Volk inszenieren, das sich nicht aus rassistischen Gründen gegen Migration stelle, sondern nur verteidigend agiere. Durch den visuellen oder sprachlichen Bezug zu beliebten Figuren und Themen der Populärkultur wird die zunächst als unattraktive, weil als schwach und unmännlich angesehene Opferrolle positiv gerahmt und als legitimer Sprechort lokalisiert.

Der Rückgriff von rechtsextremen Akteur:innen auf amerikanisierte Populärkultur hätte vor einigen Jahren sicherlich noch für große Verwunderung gesorgt, doch fällt er heute kaum mehr auf. Die Aneignung, Verwendung und Umdeutung von Symbolen, Zeichen, Dingen, Themen und Phänomenen ist nicht nur in der rechten Szene lange etablierte Praxis, sondern insbesondere in Internetkulturen für politische Aktivist:innen und sich als unpolitisch verstehende Personen gleichermaßen so allgegenwärtig³⁶⁹, dass das Auftreten von popkulturellen Referenzen in rechten Social-Media-Accounts nicht als politische Strategie wahrgenommen, sondern als „neutrale“ Internetpraxis verstanden wird. Auch alte faschistische Intellektuelle werden wieder ausgegraben und spielerisch in die Selbstinszenierungen eingeflochten: Wenn Martin Sellner und seine Ehefrau Brittany im Jahr 2019 schreiben, dass ihre „Hochzeit inmitten von Ruinen“ [...] auch ein Akt des Widerstands gegen eine Welt des Hedonismus, der Untreue und der Dekadenz³⁷⁰ war, dann ist das nicht nur eine überheblich und pathetisch ausgedrückte Kritik an eine als dekadent wahrgenommene und dem Verfall überlassene Gesellschaft und adressiert nicht nur den Ort der Feier, eine düster-romantische Burgruine, sondern verweist auch auf das Werk von Julius Evola „Menschen inmitten von Ruinen“. Was an dieser Stelle deutlich wird: Sämtliche Zeichen, die die Identitären in ihren Inszenierungen verwenden, sind mehrdeutig, voll von wechselseitigen, komplexen Referenzen und diese sind im Zusammenspiel ambivalent und uneindeutig. Einen Mechanismus, der eigentlich typisch ist für Memes und hier auch bewusst intendiert wird, nämlich die subtile Adressierung diverser Bedeutungsebenen in einem

³⁶⁸ IB | Identitäre Filme, 30.04.2017.

³⁶⁹ Im Kontext von politisch motivierten Bezügen zur Popkultur sei beispielhaft verwiesen auf die Anonymous-Bewegung und die Verwendung der Guy Fawkes Maske, vgl. Gerbaudo 2015a. Für unpolitische Aneignungen von Popkultur im Internet, vgl. auch Philipps/Milner 2017.

³⁷⁰ IB | Hochzeit, 27.08.2019.

II. IBster

oberflächlich als simple zu erkennenden visualisierten Witz³⁷¹, nutzen die Identitären in Zitaten, Fotografien, Kleidung, etc. Und wie auch bei Memes sind den Betrachter:innen der identitären Inszenierungen die multiplen Anspielungen nicht in Gänze bewusst oder werden alle erkannt – und das ist gewollt.

Für die Identitären ist es jedoch wichtig, dass ihre jeweilige Hauptaussage auch ohne spezifisches Szenewissen verstanden wird: So verstehen auch Leser:innen, die nicht mit den neurechten Intellektuellen vertraut sind, wie Martin und Brittany Sellner ihre Hochzeit gesellschaftspolitisch einordnen. Die eingestreuten Referenzen erfüllen hier vor allem die Funktion, anzuzeigen, wo die Schreibenden sich selbst politisch verorten. Werden diese Bezüge erkannt, entsteht dadurch eine subtile Bindung im Sinne eines Insider-Wissens; es ergeben sich keine fatalen Konsequenzen, wenn die Referenzen nicht erkannt werden. An diesem Punkt unterscheiden sich die Praktiken der Identitären Bewegung von Alt-Right-Memes, deren erklärtes Ziel es ist, zu provozieren, zu verwirren und „Chaos zu stiften“.³⁷²

4.1.2. Die Bedeutung der Fotografie als „Waffe“

Die dem Hipster zugeschriebene Ästhetik orientiert sich in erster Linie am Stil von Sofortbildkameras, die mit Attributen spielen wie Spontaneität, Unmittelbarkeit, Privatheit, Echtheit und Natürlichkeit. Wie auch schon bei Andy Warhols Polaroid-Fotografien ist es das Spontane, das besonders in Szene gerückt wird. Als typischer Hipsterblog wurde zum Beispiel die Internetseite „thecobrasnake“ bekannt, auf der der Fotograf Mark Hunter bereits seit mehr als einem Jahrzehnt Fotos von „Hipster Partys“ zeigt, die stilistisch an den Fotografen und Künstler erinnern.³⁷³ Auch die aus Cindy Shermans Werken bekannte Selbstinszenierung, in denen sie das Alltägliche als besonders darstellt („untitled film“), beeinflusste die Fotografien der Hipsterszene mindestens indirekt. So stellen Selfies, also mit der Frontkamera des Smartphones aufgenommene Bilder des eigenen Gesichts, ein eigenes Fotogenre auf Instagram und anderen Plattformen der sozialen Medien dar und wurden von kulturwissenschaftlicher Seite insbesondere im Kontext von Identität(sbildung) und Emanzipation beleuchtet. Das Hipster-Selfie unterscheidet sich insofern von Selfies anderer Jugendkulturen als das die Hipster sich ironisch, das heißt offensichtlich albern oder übertrieben posierend zeigen, während in anderen Subkulturen, zum Beispiel im „Gangsta-Rap“³⁷⁴, Status-Symbole und Coolness ernsthaft präsentiert werden, und in Bereichen der Mode- und Make-Up-Interessierten wird das Selfie zum Beweis für makellose Haut und perfekt aufgetragene Schminke. Abweichungen und Unterkategorien des Selfies sind zum Beispiel Spiegelselies, in denen das eigene Spiegelbild fotografiert wird. Diese Form wird meist genutzt, um nicht nur das Gesicht, sondern den ganzen Körper zu präsentieren. Fuß-Selies, in denen aus einer auf dem Rücken liegenden oder aus einer sitzenden Position die eigenen Füße fotografiert werden, sollen oftmals Entspannung und Urlaubsgefühle ausdrücken.³⁷⁵ Der Kommunikations- und Medienwissenschaftler Tobias Koch untersuchte das Selfie, seine Funktion als Werkzeug und die mit

³⁷¹ Vgl. Woods/Hahner 2019, S.215.

³⁷² Vgl. ebd.

³⁷³ Danya Tortorici, die den Versuch unternahm, den weiblichen Hipster zu ‚finden‘, stellt nun die These auf, dass „Hipsterinnen“ über die *Präsentation* der äußeren Erscheinung gefasst werden können und weniger durch ihre Erscheinung als solche. Die Hipsterinnen-Präsentation orientiere sich an der Fotografie Andy Warhols und einer Ästhetik der Unmittelbarkeit. Während dem Hipster-Mann die Rolle des Fotografen zukommt: „darum wurde der weibliche Hipster auch genau hier definiert, durch die Linse der Kamera hindurch.“. Tortorici, Danya: Man erkennt sie, wenn man sie sieht. In Greif et al. 2012, S.99-111. Hier S.101.

³⁷⁴ Vgl. Reger, Martin: Männlichkeits- und Weiblichkeitskonstruktionen deutschsprachiger Rapper/-innen: eine Untersuchung des Gangsta-Raps. Potsdam 2015.

³⁷⁵ Vgl. Miller et al. 2016, S.164.

II. IBster

ihm verbundenen Praxen der Eindruckssteuerung im Internet.³⁷⁶ Er benennt die Betonung von eigener Offenheit und den Blick in ein vermeintlich „Inneres“ als eine von mehreren Schlüsselkategorien, die ein Selfie erfolgreich machen: Ein Selfie zeigt Aspekte aus einem privat gerahmten Alltag und führt den Kontext und die sich zeigende Person semantisch zusammen. Die sich inszenierende Person wird so für den Betrachtenden zugänglicher und bezogen auf die figürliche/charakterliche Präsentation zu einem runderen Charakter. Dies zeigte auch Politikwissenschaftler Florian Süssenguth auf, der die Strategien der Selbstvermarktung über die sozialen Medien von Politiker:innen im Deutschen Bundestag untersuchte.³⁷⁷

Auf einem Spiegelselvie inszeniert Sellner sich als „Kriegsreporter“.³⁷⁸ Das sich reflektierende Karomuster, das wie ein Filter über der rechten Seite seiner Lederjacke liegt, sieht beabsichtigt aus und gibt dem Bild eine improvisierte, amateurhafte Ästhetik, die zum Polaroid-Foto der Hipster passt. In der Beschreibung zum Instagram-Post erklärt Sellner, was er hier darstellen möchte: Er ist „Unterwegs im Infokrieg“ als vermeintlicher identitärer Reporter im Rollkragenpulli und bewaffnet mit seiner Canon-Kamera, die auf diesem Bild besonders in Szene gesetzt wurde und Sellner zum Reporter macht. Er spielt hier mit den Assoziationen und Konnotationen, die dem Reporterberuf anhaften, wie zum Beispiel der Dokumentation von ‚objektiven Wahrheiten‘, indem fotografiert, gefilmt und berichtet wird, was ‚man mit eigenen Augen sieht‘. Das vom Identitären veröffentlichte Material könnte durch ein solches Foto, das den angeblichen Entstehungsmoment eines Bildes darstellt, authentifiziert werden – jedoch gibt es im direkten Kontext keine Bilder, mit denen Sellner über etwas berichtet. Vielmehr ist es die bloße Darstellung eines ‚Reporters im Infokrieg‘, die durch die offensichtlich gewollte, unscharfe Auflösung Spontaneität und Unmittelbarkeit erfährt. Die semantische Übertreibung der Kriegs-Metapher im Zusammenhang mit der dazu nur metaphorisch passenden Kamera – zwei Zeichen, die eine thematische Diskrepanz erkennen lassen – sind an dieser Stelle das Hauptthema des Bildes. Ausgedrückt werden soll einerseits, dass die Identitären keine militaristischen Aktionen planen, sondern lediglich fotografieren. Andererseits erfahren die Betrachtenden des Bildes nicht, was Sellner fotografiert: er macht lediglich „irgendwas mit Medien“, was die Nähe zum unpolitischen Hipster hier betonen soll.

Auch während der „Defend Europe Mission“ auf dem Mittelmeer waren Kameras die „einzigen Waffen“, wie es die nächste Abbildung illustriert.³⁷⁹ Auch hier wird wieder eine Kriegsmetapher im Kontext der Fotografie verwendet, was die Bedeutung der harmlosen, beobachtenden und dokumentierenden Perspektive wichtiger, machtvoller und gefährlicher wirken lässt. Das außerdem verwendete Hashtag #deusvult ist ein Ausdruck, der wie andere Begriffe auch, mit diversen Konnotationen versehen ist: Wörtlich übersetzt bedeutet er „Gott will es!“ und geht zurück auf das Jahr 1035 und der Begründung des ersten Kreuzzuges. Er wurde zudem im Kontext des Videospiele „Assassin’s Creed“ populär. Aktuell ist es auch ein Codewort der rechtsextremen Szene. In Sellners Instagram-Post unterstützt es das Themenfeld des Krieges und rahmt die „Defend Europe Mission“ als einen vermeintlichen christlichen Kreuzzug gegen den Islam.

Das dritte Beispiel, ein Instagram-Post des ungarischen Identitären Abel Bodi,³⁸⁰ soll die Bedeutung der Fotografie für den IBster verdeutlichen. Es handelt sich um ein im Vergleich zu Sellners auf Abbildung

³⁷⁶ Vgl. Koch, Tobias: *Selfies – Ein starkes Werkzeug für das persönliche Impression Management. Visuelle Inszenierung in sozialen Netzwerken*. Hamburg 2015. Für eine Auflistung unterschiedlicher Selfie-Typen, vgl. Schroeder, Jonathan E.; Iqani Mehita: #selfie: digital self-portraits as commodity form and consumption practice. In: *Consumption Markets & Culture* 19/5, 2016, S.405-415. Hier S. 407.

³⁷⁷ Vgl. Süssenguth, Florian: *The king’s digital bodies. Körper in der politischen Onlinekommunikation*. In: Hahn, Kornelia; Stempfhuber, Martin (Hg.): *Präsenzen 2.0. Körperinszenierung in Medienkulturen*. Wiesbaden 2015, S.155-184.

³⁷⁸ IB | *Kriegsreporter*, 31.05.2016 [Abbildung 4.1.2.a].

³⁷⁹ IB | *Einziges Waffen*, 21.08.2017 [Abbildung 4.1.2.b].

³⁸⁰ IB | *Hipstering intensifies*, 02.06.2018 [Abbildung 4.1.2.c].

II. IBster

4.0.b zu sehenden #ibster-Starter-Kit ähnliches Bild, das Bodi auf seinem Instagramkanal im Sommer 2018 veröffentlichte. Das Foto der IBster-Ausrüstung erscheint zusammen mit dem erläuternden Text: „ibstering intensifies. @phalanxeuroa matches @identitas_generacio #ibster #defendeurope #identitarus #mega“. Zwei Dinge stechen in dem Bild vor allen anderen heraus: Erstens die sehr große Kamera, bei der die Marke *Nikon* extra deutlich sichtbar gemacht wurde. Zweitens das „Make Europe Great Again“ Shirt, das aus dem identitären Phalanx-Shop stammt. Es handelt sich um eine direkte Adaption von Donald Trumps „Make America Great Again“-Slogan und drückt einerseits Sympathie für den in Europa weitestgehend umstrittenen Regierungsstil des republikanischen US-Präsidenten aus, andererseits fordern die Identitären eine ähnlich ausgrenzende Politik für Europa. In einer aufgeräumten Optik ist auf dem Bild auch ein kleines, zusammengeklapptes Fotostativ rechts neben der Kamera abgebildet, das die Professionalität, die mit der Spiegelreflexkamera suggeriert wird, unterstützt. Der Flyer rechts neben dem Shirt mit dem Aufdruck: „Budapest a miénk!“ (deutsch: „Budapest gehört uns“), dem Budapester Stadtwappen und den ungarischen Farben unterstreicht den lokalpatriotischen Bezugsrahmen. Schaut man genau hin, so erkennt man als Wasserzeichen über dem Flyer ein graues Lambda: das Logo der Identitären. Auf hier nicht sichtbaren, analog gestalteten Plakaten, sind zudem die Homepage, der Instagram-Account, der Online-Shop und die Facebook-Seite der ungarischen Gruppe erwähnt: sie dienen als Werbeplakate. Die entsprechenden Account-Infos und URLs finden sich auf dem von Bodi gezeigten Flyer vermutlich auf der hier nicht sichtbaren Rückseite.

Die in der Mitte des Bildes liegende Sonnenbrille mit zugehörigem Brillenetui ist, wie das Logo auf dem Etui vermuten lässt, von der eher teuren, dennoch sehr verbreiteten und als modisch geltenden Brillenmarke *Ray Ban*, die nicht der rechten Szene und auch nicht zwingend der Hipsterszene zugesprochen wird. Bodis Bild verbildlicht, anders als Sellners Starterkit, zwar keine vollständige Gegenkultur, dennoch wird die ästhetische und thematische Ähnlichkeit zwischen beiden Bildern deutlich: Die Dinge in Sellners Collage zeigen digital zusammengesetzte Einzelbilder, die keinen persönlichen Bezug erlauben. Auch das Materielle entzieht sich, weil sie kontextlos abgebildet wurden und auf einer symbolischen Ebene wirken. In Bodis Zusammenstellung hingegen sind die Dinge „wirklich da“, sie liegen sorgsam drapiert auf einem physischen Tisch und wurden vermutlich mit der Handykamera fotografiert. Dadurch werden sie zu persönlichen Gegenständen. Mit dem gesetzten Kommentar „ibstering intensifies“, der vermutlich ausdrücken soll, dass Bodi seine Darstellung als IBster auf eine nächste Stufe bringt, weist er noch einmal explizit auf die Kernelemente des IBster hin: ‚Patriotische‘, islamfeindliche Gesinnung und professionelle Fotografie als Waffe der Inszenierung. Schließlich wird die Fotografie durch die explizite Zurschaustellung der technischen Ausrüstung, verstärkt durch den metaphorischen Waffen- und Kriegsbezug, zu einer als stereotypisch männlich konnotierten Tätigkeit. Diese Zuschreibung von Männern und Technik wird unterstützt und aktualisiert, in dem es in der Tat nur männliche Identitäre sind, die ihre Kameras auf diese Weise präsentieren, was insofern nicht selbstverständlich ist, da ja auch die Bilder und Videos der identitären Frauen produziert werden müssen.

4.1.3. Ästhetiken der (pseudo-)Intellektualität

Einführend in dieses Kapitel wurde dargelegt, welche Elemente den Hipster, verstanden als eine (mediengemachte) Sozialfigur, ausmachen und definieren. Ich habe erläutert, wie die Mitglieder der Identitären Bewegung eine rechtsextreme Variante des Hipsters herstellten. Dies argumentiert sich über die ambivalente und ironische Offenheit des Hipsters, die mit erprobten Praktiken der Neonazi-Szene nicht nur kompatibel scheint, sondern sogar eine Weiterentwicklung ermöglichte. Schließlich wurde einem der Kernaspekte des Hipsters in seiner rechtsextremen Spielart nachgegangen und gezeigt, wie die Fotografie einerseits genutzt wird, um semantische Anschlussfähigkeit zur unpolitischen Vorbildfigur herzustellen, und andererseits für die eigenen politischen Zwecke Bedeutung erlangt: Der

II. IBster

Reporter wird zu einer Rolle innerhalb der IBsterfigur. Ich schaue nun auf eine weitere Kategorie, beziehungsweise Rolle, die für Hipster gleichermaßen charakterisierend ist, wie sie vom IBster ebenfalls für die eigenen Ziele angeeignet werden kann: Die Rolle des (Pseudo-)Intellektuellen.

Der Intellektuelle besitzt als solcher bereits eine gewisse Wirkung als Sozialfigur³⁸¹, die jedoch an dieser Stelle weniger interessant erscheint. Wichtiger für diese Arbeit ist die Herstellung einer Aura des Intellekts, die sich an einer Figur orientiert die Stephan Moebius als „Medienintellektuellen“ erkannte. Dieser stelle eine spezifische Adaption des Intellektuellen mit Gültigkeit für das 21. Jahrhundert dar.³⁸² Der Medienintellektuelle weist in Moebius Nachzeichnung zudem einige Parallelen zum Hipster auf: Er müsse sich im Fernsehen und auf Fotos zur Illustration von Büchern und Magazinen präsentabel geben und die Techniken des Impression Management beherrschen.

Der Germanist Urs Meyer spricht von „Medienautoren“, die ich einerseits als die dominanteste Unterkategorie des Medienintellektuellen ansehe, andererseits ist es die Rolle, an der die Identitären sich zu orientieren scheinen. Meyer beschreibt den Medienautoren so:

„Zum Zweck der medialen Selbstvermarktung eignen sich diese Autoren^[383] einen persönlichen Habitus an. Der Autor als Unternehmer gestaltet seine ‚personal Identity‘ durch die Ausnutzung materieller Schriftsteller-Utensilien (von der Hornbrille über die väterliche Pfeife eines Günther Grass bis hin zu der verdunkelten Sonnenbrille des jungen Peter Handke oder Jörg Fauser, aber auch durch die Erfüllung einer repräsentativen Schriftsteller- und Intellektuellen-Haltung.“³⁸⁴

Die Parallelen zur strategischen Figurenbildung der Identitären werden hier deutlich erkennbar.

Es stellt sich nun die Frage, wie der IBster diese (medien-)intellektuelle Rolle ausgestaltet. Dies ist auch deshalb ein interessanter Aspekt, da sich der intellektuell gebende IBster offensichtlich vom Antiintellektualismus des Nationalsozialismus der Weimarer Republik distanziert und auch deshalb einen oft betonten Aspekt in Presseberichten über die Identitären darstellt: Allein schon durch die Anrufung von intellektuell erscheinenden Bezügen vollzieht der rechtsextreme IBster also einen Bruch mit zuvor gültigen (Männlichkeits-)Rollen der Szene.³⁸⁵

³⁸¹ Zu der Frage, was den Intellektuellen ausmacht und wie er zu definieren ist, gibt es in der Literatur keine einstimmige Meinung, doch lassen sich einige Elemente zusammenbringen, die gemeinhin mit einem Intellektuellen in Verbindung gebracht werden. Roland Barthes „Mythen des Alltags“ enthalten eine Beschreibung des Intellektuellen aus der Sicht des Poujadismus, einer populistischen Protestbewegung in Frankreich der 1950er Jahren, die auf den Politiker Pierre Poujade zurückgeht. Auch Pierre Bourdieu hat sich mit dem Intellektuellen (und seiner Machtkomponente in der Gesellschaft) beschäftigt. Fasst man diese Beschreibungen zusammen, so scheint der Intellektuelle als Sozialfigur ausschließlich männlich zu sein. Er ist belesen und rhetorisch gewandt. Nicht zwingend muss er eine nachlässige äußere Erscheinung haben, aber eine schillernde, modische Gestalt ist er sicher nicht: Sein scharfer Geist wird betont durch einen Körper, dem offensichtliche Makel anhaften. Der Intellektuelle lebt in Großstädten, er arbeitet nie „handfest“, ist aber in seiner Freizeit stets kreativ. Schließlich schwebt er scheinbar über den Dingen. Der Antiintellektuelle hingegen verkörpert das Gegenteil: Er lebt auf dem Dorf, kann zupacken und wird mit „beiden Beinen fest am Boden“ assoziiert. Vgl. Barthes, Roland: Mythen des Alltags. Berlin 2010, S.238-247; vgl. Dölling, Irene (Hg.): Pierre Bourdieu: Die Intellektuellen und die Macht. Hamburg 1991.

³⁸² Vgl. Moebius, Stephan: Der Medienintellektuelle. In Moebius/Schoer 2010, S.277-290.

³⁸³ Meyer nannte zuvor für das 20. Jahrhundert Stefan George, Else Lasker-Schüler, Thomas Mann, Siegfried Lenz und Hans Magnus Enzensberger als Beispiel für Medienautor:innen. Für eine zeitgenössischere Betrachtung ergänzte er Peter Handke und Elfriede Jelinek. Vgl. Meyer, Urs: Medien der Selbstdarstellung von Autorenschaft. In: Gisi, Lucas Marco; Meyer, Urs; Sorg, Reto (Hg.): Medien der Autorschaft. Formen literarischer (Selbst-)Inszenierung von Brief und Tagebuch bis Fotografie und Interview. München 2013, S.9-15. Hier S.10.

³⁸⁴ Ebd.

³⁸⁵ An dieser Stelle soll jedoch nicht suggeriert werden, dass es in Deutschland vor dem Erscheinen der Identitären keine intellektuelle Rechte gegeben hätte. Insbesondere Götz Kubitschek ist hier als eine Schlüsselperson zu nennen, der mit seinem Antaios Verlag, dem „Institut für Staatspolitik“ und anderen Bestrebungen stets an systematischen Austausch interessiert ist. Er gilt zudem auch als strategischer Kopf und politischer Ziehvater hinter der Identitären Bewegung in Deutschland und Österreich.

II. IBster

Für die folgenden Ausführungen bin ich zielgerichtet der Inszenierung von Büchern in identitären YouTube-Videos, Tweets und Instagram-Bildern nachgegangen und habe dieses Material schließlich ergänzt um andere, personalisierte Inszenierungen mit Schriftsteller-Accessoires. Gefragt wurde: Wie und in welchen Kontexten werden Bücher und andere entsprechende Utensilien gezeigt? Welche Wirkungen entfalten die Inszenierungsformen? Welche Bücher und Utensilien werden (nicht) präsentiert? Wie wird über Autor:innen gesprochen? Wie wird ‚intellektuelles Wissen‘ und Kenntnisse über so genannte „Hochkultur“ und Sprachen wie Altgriechisch und Latein weiterhin zur Schau gestellt? Betrachtet man die Inszenierungen der männlichen Identitären, die auf YouTube vertreten sind oder waren (und an dieser Stelle gilt das auch für die weiblichen Akteurinnen), fällt eine Kulisse besonders ins Auge: das Bücherregal. Abel Bodi installiert einen solchen Hintergrund im März 2018 für seine Videos und verkündet diese Änderung auf Instagram mit einem Foto vor eben jener Kulisse und den Worten „New background for ze videos“ zusammen mit einem Bizeps-Emoji, der hier durch die metaphorische Verbindung von Muskelkraft und dem Klugheit und Expertentum ausdrückenden Hintergrund eine geistige Stärke vermitteln soll.³⁸⁶ Ein Nutzer kommentiert bestätigend „Smart background“ mit einem bebrillten Emoji. Ein weiterer schreibt dazu: „books are always best for ze background“, zusammen mit einem klatschenden Emoji und einem Eulen-Emoji, welches für Intelligenz und Belesenheit stehen kann: Bodis Post wird positiv wahrgenommen und es wird applaudiert. Es ist davon auszugehen, dass beiden Kommentatoren bewusst ist, dass Bodi nicht der einzige YouTuber ist, der einen solchen Hintergrund wählt und dass ein Bücherregal auch im Fernsehen als gängiger Hintergrund für Expert:innen und eben als solche vordefinierte Intellektuelle eingesetzt wird. Zur Zeit der Fertigstellung dieser Arbeit haben zudem diverse Covid-19 bedingte Onlinekonferenzen und -meetings gezeigt, dass sich der Bücherregal-Hintergrund auch hier großer Beliebtheit erfreute. Erste Studien zeigten außerdem, dass Bewerber:innen in online abgehaltenen Vorstellungsgesprächen mit einem Bücherregal im Hintergrund als kompetenter wahrgenommen werden als Personen vor einer neutralen Wand.³⁸⁷ Auch deshalb gibt es Poster und andere Dekorationen im Handel zu erwerben, die die Form von Buchrücken nachahmen, um unter anderem jenen Eindruck schnell herstellen zu können, falls nur wenige oder aus verschiedenen Gründen die ‚falschen‘ Bücher im Haushalt vorhanden sein sollten.³⁸⁸ Das Wissen über diese Bedeutungsebene wird am Übernehmen der vermutlich bewusst gesetzten orthografischen Abweichung erkennbar, die die „kluge“ Konnotation des Hintergrundes ironisiert. Somit sind die Kommentare als positiv wertschätzende Anerkennungen zu verstehen, die zudem ausdrücken, dass die intendierte Wirkung und die bewusst gesetzte Ironie Bodis verstanden wurden.³⁸⁹

Die Bücherregale sind jedoch nicht nur Kulisse, die allgemeine Belesenheit symbolisieren soll, sondern sie werden, wie die oben erwähnte Kamera, zum Requisite einer vermeintlichen Hinterbühne im Sinne Goffmans: Betrachter:innen der Videos fragen sich zum Beispiel, welche Titel im Regal stehen. So auch

³⁸⁶ IB | Smart Background, 05.03.2018 [Abbildung 4.1.3.a].

³⁸⁷ Vgl. Wieschollek, Claudia: Bewerbings-KI rankt Kandidaten mit Bücherregalen im Hintergrund besser. In: t3n.digital pioneers, 18.02.2021. URL: <https://t3n.de/news/bewerbungs-ki-vorurteile-bias-buecherregal-1356363/>. Letzter Aufruf: 19.04.2021.

³⁸⁸ Amazon verkauft entsprechende Dekorationen zum Beispiel unter dem Stichwort „Simulationsbuch, Shooting Requirten“.

³⁸⁹ Abbildung 4.1.3.b zeigt eine Collage aus mehreren Bildern, die verdeutlichen soll, wie sehr das Bücherregal-Thema als Kulisse auch bei rechtsextremen YouTubern zu finden ist. Das erste Bild stammt vom Kanal „The Golden One“, einem schwedischen White Supremacist, der sich dafür ausspricht, dass europäische Männer und Frauen sich physisch und geistig fit halten sollten, und der auch in der Identitären Bewegung bekannt ist. Das zweite Bild zeigt Patrick Lenart, Mitbegründer der identitären Gruppe in Österreich. Er veröffentlicht nur unregelmäßig Videos und ist zudem auch nicht immer vor einem Bücherregal. An dritter Stelle ist der identitäre Alex „Malenki“ Kleine zu sehen, wie er einige seiner Bücher dem Publikum präsentiert. Bild vier zeigt Martin Sellner zwischen Lambda-Flagge und Regal; diese Komposition wählt er oft für seine Videos, sie stellt aber nicht das alleinige Setting dar. Das fünfte Bild stammt aus einem Satirevideo des „Bohemian Browser Balletts“, in dem Sellner parodiert wird. Die Macher:innen dieses Videos wählten genau dieses Setting und definierten es somit als charakteristisch.

II. IBster

Journalist Daniel Erk, als er von Sellner eingeladen wurde, um sich den Ort anzusehen, an dem seine Videos entstehen:

„Er nahm uns in eine klandestine Wohnung der ‚Identitären‘ und schließlich auch noch in seine eigene Wohnung mit. Journalistisch gesehen war das weit jenseits dessen, was ich mir erträumt hatte. Im Schlafzimmer des Kopfs der ‚Identitären Bewegung‘ [...], das war natürlich sensationell. Spätestens aber, als wir in Sellners minutiös aufgeräumten Zimmer in Wien standen und auf seine ganz offensichtlich inszenierte Bücherwand blickten, wurde ich skeptisch. In Sellners Regal standen mit dem Cover zum Betrachter: ‚The End of History and the Last Man‘ von Francis Fukuyama, Visual Storytelling: Visuelles Erzählen in PR und Marketing, ‚Das Kapital‘ von Marx, ‚Righteous Indignation: Excuse Me While I Save the World!‘ von Andrew Breitbart (ja, der), Und ‚Arc de Triomphe‘, ein Roman von Erich Maria Remarque über deutsche Flüchtlinge in Paris. Bis genau dahin war ich noch meinem Reporterstolz erlegen gewesen und hatte ernsthaft gedacht, ich hätte Sellner mit meiner bedächtigen Mischung aus Interesse und Schmeichelei dazu gebracht, sich weiter zu öffnen als je zuvor. Vor dem Bücherregal aber wurde klar: Das hier ist eine Show und zwar von vorne bis hinten.“³⁹⁰

In Erks Aussagen wird besonders deutlich, dass die vermeintliche goffmansche Hinterbühne hier ganz offensichtlich ein Bestandteil der Vorderbühne ist, die genauso sorgfältig inszeniert wurde, wie Sellners Haarschnitt, seine T-Shirt-Wahl und andere äußerliche Merkmale.

Neben dem Bücherregal als Kulisse stehen weiterhin die Bücher selbst und die Beschäftigung mit ihnen im Fokus der Inszenierung. In diesem Zusammenhang werden Bücher seltener einzeln und ausführlich präsentiert, sondern häufiger exponiert auf- und ausgestellt. Abbildung 4.1.3.c zeigt eine Collage mit Inszenierungen von konkreten Büchern, die gepostet wurden von Martin Sellner (Bild 1 und 2), Leonard Fregin (Bild 3) und Patrick Lenart (Bild 4) auf dem jeweils eigenen Instagram-Account. Das erste gezeigte Buch heißt „Auf See“ von Guy de Maupassant und ist thematisch dem Setting der Seefahrt zuzuordnen: Sellner befindet sich gerade auf der C-Star im Mittelmeer auf der so genannten „Defend Europe Mission“. Dies bestätigt auch der erklärende Text zum Bild; Sellner schreibt: „Hochkultur auf See. Heideggerlesekreise, Evola-Exegesen und leichte Lektüre.“ Anders als Julius Evola und Martin Heidegger, die beide in der rechten Szene sehr beliebt sind, ist die „leichte Lektüre“ von Guy de Maupassant weniger deutlich politisch zu verorten. Das zweite inszenierte Buch ist von Oswald Spengler und stellt einen eindeutigeren Bezug zu der unter Rechtsextremen beliebten Literatur dar. Leonard Fregin, der sich stets als großer Fan von Kaiser Wilhelm II. darstellt, schreibt zu seinem vermeintlich nachlässig inszenierten Bücherstapel: „Entweder Nachttisch zu klein oder zuviele Bücher“ und möchte offensichtlich mit dem Stapel aus populärwissenschaftlichen Zeitschriften und historischen Büchern zeigen, wie belesen und geschichtlich interessiert er ist. Auf dem vierten Bild ist Patrick Lenart zu sehen, der auf einer Decke im Park liegt und vorgibt, ein Buch zu lesen. Dabei schaut Lenart auf die erste Deckblatt-Seite, die den Titel anzeigt: „Der holistische Mensch“ von Johannes Huber. Die Bildkomposition zeigt an, dass mindestens eine weitere Person in dieser Szene anwesend ist, die den Lesenden im Park fotografiert. Lenart hingegen präsentiert hier nur sich selbst mit dem Buch.

Ein Versuch, aus all diesen genannten und gezeigten Büchern und Schriftstellern Schlussfolgerungen über die literarischen Vorlieben der Identitären abzuleiten, ist ebenso einfach wie unmöglich: Einfach zu klassifizieren und kategorisieren sind die üblichen Verdächtigen der ‚Neuen Rechten‘: Martin Heidegger, Julius Evola, Oswald Spengler und Ernst Jünger. In die zweite Kategorie fallen Bücher mit historischen oder politischen Themen, deren Autoren (die identitären Männer präsentieren keine von Frauen geschriebenen Bücher. Martin Sellner machte nicht einmal besondere Werbung für das Buch

³⁹⁰ Erk 2017.

II. IBster

seiner Ehefrau in den sozialen Medien) jedoch nicht zwangsläufig dem rechten Spektrum zugeordnet werden können. In eine dritte Kategorie fallen Bücher von politischen Gegnern oder linken Vordenkern, die anzeigen sollen, dass die Identitären sich allumfassend Wissen aneigneten, sich mit diversen Positionen auseinandergesetzt hätten und schließlich eine reflektierte Meinung vertreten würden.

Alle vier Bilder der Bücher-Collage erscheinen privat: Sellner ist auf politischer Mission, aber er zeigt seinen Fans auf Instagram, was er „nebenbei“ liest. Fregin gewährt mit seinem Nachttisch-Foto einen Einblick in das intime Schlafzimmer, Lenart ist im Park und geht Freizeitbeschäftigungen nach. Es sind weiterhin keine besonders auffälligen Inszenierungen, denn sie sind in ähnlicher Form quer durch die identitären Accounts und quer durch das unpolitische Instagram zu finden. Die Form der ersten drei Bilder findet sich eher bei Männern, während die Inszenierungsform lesend im Park eigentlich öfter auf den Accounts der Frauen zu finden ist. Diese Form der Inszenierung rahmt die Bilder und die Belesenheit der Identitären als authentisch, anschlussfähig und vor allem harmlos. Die privaten Inszenierungen werden genutzt, um die offensichtlich rechten Bücher in ihrer Wirkung abzumildern.

Alle sich in den sozialen Medien präsentierenden identitären Männer (und Frauen) inszenieren sich mal mehr mal weniger als belesen. Weitere Aspekte des intellektuellen Auftretens werden durch das Einfließen von Zitaten markiert, die selbstverständlich frei und scheinbar spontan vorgetragen werden und man verweist auf die lateinische oder griechische Sprache: Da Annika Stahn, die Gründerin des identitären Projekts „radikal feminin“, in der Bio ihres Instagram Accounts „In ictu oculi – finis gloriae mundi“³⁹¹ schreibt, geht Sellner während eines Interviews davon aus, dass sie dem Lateinischen mächtig ist. Annika Stahn verneint dies jedoch, scheint in der Interviewsituation peinlich berührt und entschuldigt sich damit, dass Lateinkenntnisse für Studierende der Kunstgeschichte in Tübingen nicht mehr verpflichtend seien. Sellner stellt sie daraufhin bloß, indem er zunächst Cicero zitiert („O tempora o mores“; was für Zeiten, was für Sitten), den Ausdruck „sic transit gloria mundi“ (so vergeht der Ruhm der Welt) ergänzt und schließlich Stahn darauf hinweist, welche Bedeutung ihr Projekt „radikal feminin“ in seiner linguistischen Interpretation habe, was die Aktivistin zuvor jedoch anders erklärt hatte.³⁹²

Sellner bewegt sich sonst inhaltlich lediglich im Bereich des Name-Droppings. So twitterte er im November 2014: „yeah heut mach ich durch mit Heideggers Heraklit-Vorlesung! #heidegger #ibster #nosleep“. Erkenntnisse aus dieser Vorlesung teilt er seinem Publikum nicht mit. Es bleibt bei der Ankündigung der schlaflosen Nacht.³⁹³

Patrick Lenart beschäftigt sich hingegen mehr als andere Identitäre mit theoretischen Arbeiten oder längerfristigen Betrachtungen und Einschätzungen. Anders als Sellner, der sich eher von tagespolitischen Themen leiten lässt und theoretische Konstrukte mehr oder weniger passend in seine Beiträge einbettet, fasst Lenart die Kernthesen der Theorien hinter der identitären Strategie und ihrer Ideologien nicht nur in übertriebener Darstellung zusammen, sondern widmet sich auch nüchtern anmutenden Formaten wie (pseudo-)wissenschaftlichen Hausarbeiten, in denen er im akademischen Stil (in Times New Roman, Schriftgröße 12, Blocksatz und Fußnoten) darlegt, dass die Identitäre Bewegung nicht rechtsextrem sei, weil er einigen Quellen, die diese Vorwürfe erheben, unsaubere Arbeitsweisen nachweisen könne.³⁹⁴ An anderer Stelle bricht Patrick Lenart dann jedoch mit dem seriösen Bild. Der damalige Co-Leiter der Identitären Bewegung Österreich sitzt in einem Video in einem dunklen Sessel, entspannt zurückgelehnt und das rechte Bein leicht über dem linken geschlagen.³⁹⁵ Er trägt eine dunkle, lange Hose und ein kariertes Hemd. Und richtet den Blick direkt in die Kamera, die Lenart etwas schräg von unten einfängt. Neben dem Sessel steht ein kleiner Beistelltisch in dunklem Holz. Darauf steht eine

³⁹¹ Annika Stahn bezieht sich hier vermutlich auf das Gemäldepaar von Juan de Valdés Leal, das Allegorien des Todes zeigt.

³⁹² IB | Radikalfeminin (Annika Stahn) bei Martin Sellner, 10.09.2017.

³⁹³ IB | Heraklit-Vorlesung, November 2014.

³⁹⁴ IB | Hausarbeit, 11.07.2018.

³⁹⁵ IB | TV-Intellektueller 15.01.2019 [Abbildung 4.1.3.d].

II. IBster

kleine Stehlampe und ein Glas Rotwein mit zugehöriger Flasche. Der Rest des Zimmers ist leicht abgedunkelt. Er präsentiert sich wie ein Fernsehintellektueller, der sich den nächsten 45 Minuten vor den Tagesthemen um 22 Uhr über die neusten Romane auslassen wird. Für Lenart gehört die Auseinandersetzung mit philosophischen und politikwissenschaftlichen Ansätzen neben einer kritischen Gesellschaftsanalyse im Zusammenhang mit der Hipsterästhetik zum IBster-Sein dazu. Lenart spricht über das Regierungsabkommen der österreichischen Regierung 2016 und kommentiert sehr detailliert in einem sachlichen, ruhigen Ton die Aspekte bezüglich Migration und Integration und sieht – als ein Fazit – die Identitären als besonders erfolgreich, denn sie hätten mit ihren Aktionen die Regierung in die ‚richtige‘ Richtung gebracht. Die Szenerie, die für das Video gewählt wurde, wirkt in diesem Zusammenhang übertrieben und ironisiert die Gedanken des Identitären.

Weiterhin spielen die Identitären in ihrem Erscheinungsbild mit einer Reihe von vorgeblich gängigen Accessoires eines Intellektuellen. Diese scheinen vorrangig aus einer großen Brille zusammen mit einem Rollkragenpullover in gedeckten Farben zu bestehen. In einem gemeinsamen Stream mit sechs weiteren männlichen Mitstreitern trägt Jonathan Rudolf, der wie Sellner Philosophie studiert, einen dunklen Rollkragenpullover, den Sellner sofort als ein typisches Merkmal erkennt und sich für sein eigenes Outfit entschuldigt: „Es tut mir übrigens leid, dass ich heute die Turtleneck-Gang nicht *represente*. Jonathan vertritt mich, Gott sei Dank. Das ist unser Rollkragen-Pullover-Stil.“ Zwei Minuten später zieht Sellner sich um.³⁹⁶

Weitere intellektuell aufgeladene Darstellungen zeigt Jonathan Rudolf auf Twitter. Der Philosophiestudent zeigt sich im Profil, mit Stift und Papier schreibend am Schreibtisch und wieder mit einem Rollkragenpullover in eleganter schwarz-weiß Optik.³⁹⁷ Das Foto des Studenten, der sich auf Twitter „einwaldgaenger“ nennt, erinnert nicht nur zufällig an ein ähnliches Bild Ernst Jüngers, welches jedoch, ähnlich wie die Bücherregal-Kulisse oben, die Standardpose in der Inszenierung eines Schriftstellers darstellt (obwohl Rudolf nicht schreibt, sondern in einem Buch liest und sich offenbar Dinge markiert).

Am Schreibtisch sitzend, das Licht fällt auf den Tisch und das Gesicht des Schreibenden, der seine Notizen mit Stift und Papier oder mittels einer Schreibmaschine festhält, nicht jedoch am Computer: Diese Ästhetik erinnert den Kunsthistoriker Wolfgang Ullrich an Stefan George³⁹⁸, den Urs Meyer zusammen mit anderen charismatischen Schriftsteller:innen einen „Medienautoren“ nennt, der sich bereits selbstreflexiv unterschiedliche Medien zunutze machte, um das Fremdbild in der Öffentlichkeit zu steuern.³⁹⁹

Die intellektuelle Ästhetik wird zudem kommerziell vermarktet. Über den *Phalanx Europa*-Shop können Kund:innen nun auch ein T-Shirt erwerben, auf dem ein junger Ernst Jünger in Uniform in einem reduzierten Popart-Stil abgebildet ist.⁴⁰⁰ Der Aufdruck des Shirts ist weiterhin gespickt mit vielen kleineren Details wie Jüngers Unterschrift und ein Lambda-Zeichen. Besonders auffällig auf dem Shirt in weißer Grundfarbe mit überwiegend schwarzem Druck ist die anteilige rote Einrahmung des Porträts, die links als eine Größenmessung, wie man sie von Polizeifotografien kennt, zu sehen ist und das Bild unten mit dem Wort ELITE abschließt, das zweite E steht aus ästhetischen Gründen verkehrt herum und verstärkt die Wirkung der Einrahmung zusätzlich. Links neben der Größenachse steht, wie zur Beschriftung dieser, „feuer und blut“, eine Erzählung Jüngers, die in engem Zusammenhang steht mit seinem Roman *In Stahlgewittern*. Unter dem ELITE-Schriftzug, relativ unscheinbar in kleiner, verschnörkelter Schrift, findet sich zusätzlich ein minimal abgewandeltes Zitat aus Jüngers *Das*

³⁹⁶ IB | Synthwave & Turtleneck, 08.02.2018.

³⁹⁷ IB | George-Ästhetik, 10.02.2019 [Abbildung 4.1.3.e].

³⁹⁸ Vgl. Ullrich, Wolfgang: Symmetriezwang und Differenzangst. Zur Protest-Ikonografie der Identitären Bewegung. In: Fotogeschichte 154, 2019, 41-46. Hier S.42.

³⁹⁹ Vgl. Meyer 2013, S.10.

⁴⁰⁰ IB | Ernst-Jünger-Fan-Shirt, 25.09.2020 [Abbildung 4.1.3.f].

II. IBster

Abenteuerliche Herz: „Unsere Hoffnung liegt im Aufstand, der sich der Herrschaft der Gemütlichkeit entgegenstellt.“

Dieses T-Shirt fungiert einerseits als Fan-Artikel der Szene und weniger als eindeutige politische Aussage, was an der collagierten Zusammenstellung unterschiedlicher Jünger-Elemente erkannt werden kann. Die Referenz auf die Figur und Person Ernst Jünger ist politisch zwar verdächtig, jedoch nicht eindeutig zu bestimmen, schließlich ist Jünger eine recht umstrittene Person. Andererseits stellt das T-Shirt mehr da als nur einen Fan-Artikel: Die Soziologin Cynthia Miller-Idriss zitiert Sellner in eigener englischer Übersetzung. Dieser sehe im Tragen von *Phalanx Europa*-Kleidung einen ästhetisch-politischen Akt, „an aesthetic-political act: against the multi-kulti [...] empire, against the action-less bourgeois and the vision-less pessimists. No to the flooding of Europe, no to dull consumption – yes to heroism.“⁴⁰¹ Die Fanartikel sollen durch ihren Verkauf also nicht nur die Identitären finanzieren, sondern vor allem auf einer ästhetisch-politischen Ebene wirken.⁴⁰² Das Tragen von Idolen auf der Kleidung macht den Träger in Sellners Interpretation zum Helden. Dies wird auch deutlich, wenn an anderer Stelle das Hashtag #Returnyourrevoltintostyle im Kontext mit rechtsextremer Mode verwendet wird. Mit dem Hashtag wird die Kleidung nicht nur rebellisch konnotiert, sondern es stellt auch einen direkten Bezug zum gleichnamigen Song der als rechtsextrem eingestuften Neofolk-Band *Von Thronstahl* her: In ihrem Liedtext wird die Verbindung zwischen Kleidung und Kampfhandlungen, insbesondere gewonnene Kämpfe, deutlich herausgestellt: „Dress you up like victory. Wear the mark of victory. Der Sonne Sieg ist unser Heil. Return your revolt into style“⁴⁰³.

4.2. Die Ironie des IBsters

Es ist im ersten Teil dieses Kapitels bereits angedeutet worden, dass der (H)IBster uneindeutig und humoristisch kommuniziert. Nun stellt sich die Frage, ob die ironische Haltung von den rechtsextremen Akteuren lediglich imitiert wird, um eine Nähe zur Vorbildfigur des Hipsters herzustellen, oder welche anderen Bedeutungen, Funktionen und Wirkungen der Ironie zukommen.

Philipp Ikrath widmet der Ironie ein eigenes Kapitel in seiner Studie zum Hipster (obwohl sich die Ironie bei ihm, wie auch in meiner Arbeit, quer durch alle Kapitel zieht) mit der vielsagenden Überschrift eines abgewandelten Descartes-Zitat, „ich distanzieren mich, also bin ich“, mit dem er bereits anzeigt, welchen elementaren Stellenwert die Ironie im Hipstertum seiner Interpretation nach innehat. Ikrath fasst Ironie jedoch – anders als ich es hier tue – als die Erkenntnis der Uneigentlichkeit⁴⁰⁴ und bezieht sich in seinen Ausführungen auf den Philosophen Richard Rorty, der verschiedene Weltanschauungen in Form von konstruierten Figuren, Metaphysiker versus Ironikerin, gegenüberstellt. Rortys Ironikerin sei dabei, so Ikrath, beinahe gleichzusetzen mit der Idealfigur des Hipsters. Rortys Ausgangspunkt sei ein „abschließendes Vokabular“, das den Wortschatz umfasst, mit dem Akteur:innen ihre Welt strukturieren und in ‚wahr‘ und ‚falsch‘ einteilen. Als abgeschlossen wird es darum bezeichnet, weil mit weiteren Worten nicht mehr logisch argumentiert werden könne, warum etwas als ‚richtig‘ und nicht das genaue Gegenteil entsprechend definiert werde. Die Ironikerin (und der Hipster) zweifelten dieses abschließende Vokabular laufend an und fassten es nicht als absolut, sondern als wandelbar. Auch das eigene, zu einem bestimmten Zeitpunkt verwendete, abgeschlossene Vokabular werde nicht als allgemeingültig verstanden, sondern toleriere auch andere Weltansichten nebeneinanderstehend: „Die

⁴⁰¹ Miller-Idriss 2017, S.4.

⁴⁰² Vgl. Ullrich, Wolfgang; Die Wiederkehr der Schönheit: Über einige unangenehme Begegnungen. In: Pop-Zeitschrift, 07.11.2017. URL: <https://pop-zeitschrift.de/2017/11/07/die-wiederkehr-der-schoenheit-ueber-einige-unangenehme-begegnungenvon-wolfgang-ullrich07-11-2017/>. Letzter Aufruf: 19.04.2021.

⁴⁰³ Liedtext von der Musikplattform Genius. URL: <https://genius.com/Von-thronstahl-re-turn-your-revolt-into-style-lyrics>. Letzter Aufruf: 19.04.2021.

⁴⁰⁴ Vgl. Ikrath 2015, S.136-138.

VII. Abbildungsverzeichnis

<p>4.0.a</p> <p>IB right-wing hipsters, 26.05.2016.</p>	 <p>Identitäre Bewegung - Deutschland hat RT Plays Video geteilt. 26. Mai</p> <p>Der russische Nachrichtensender Russia Today hat kürzlich ein witzig gemachtes Video über Aktivitäten unserer Bewegung gebracht! #RT #IBster #Sellner #Reconquista #IBD #IBÖ</p> <p>26.317 Aufrufe</p> <p>RT Play 24. Mai</p> <p>Hipster power: The anti-immigration Identitarian Movement, a group of self-described 'right-wing hipsters', is gaining strength in Austria.</p>
<p>4.0.b</p> <p>IB Starter-Kit, 12.11.2015.</p>	 <p>Martin Sellner @Martin_Sellner</p> <p>3. für alle die #ibster werden wollen. Das müsst hier haben/Hören/tragen/lesen um teil des movements zu werden.</p> <p>12:34 - 20. Nov. 2015 aus Wien, Österreich</p>

4.0.c

IB | Infotisch-Tour,
09.08.2016.



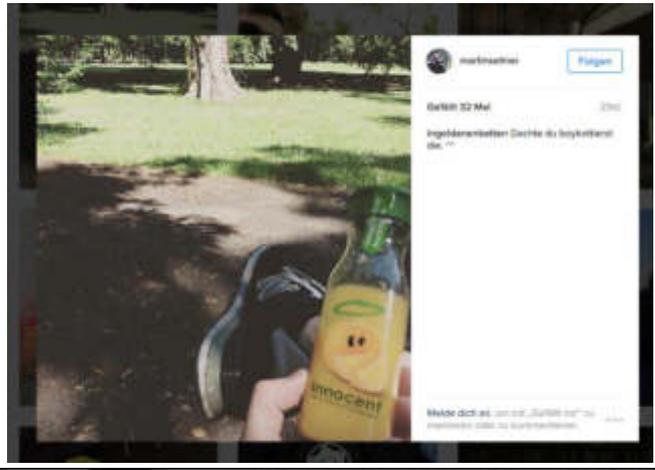
4.1.1.a

Winter
Wonderland,
13.11.2017.



4.1.1.b

IB | Footie im
Park,
31.05.2016.



4.1.1.c

IB | USA-
Wahl,
10.11.2016.



<p>4.1.1.d</p> <p>IB Weißer Gruß, 12.06.2018.</p>	 <p>  Gefällt 67 Mal leonard_fregin Weißer Gruß 🇫🇷. Irgendwo im #Schwabenland </p>
<p>4.1.1.e</p> <p>Lanzke 2012.</p>	
<p>4.1.2.a</p> <p>IB Kriegsreporter, 31.05.2016.</p>	 <p>  Gefällt 54 Mal martinseiner #canon #foster #identitär Untenwegs im irakrieg </p> <p> Meide dich an, um mit „Gefällt mir“ zu mockieren oder zu kommentieren. </p>
<p>4.1.2.b</p> <p>IB Einzige Waffen, 21.08.2017.</p>	 <p>  Gefällt der_gerb und 356 weitere Personen martinseiner Die einzigen "Waffen" an Bord der #CStar #defendeurope #deusvult </p>

4.1.2.c

IB | Hipstering intensifies,
02.06.2018.



4.1.3.a

IB | Smart Background,
05.03.2018.



4.1.3.b

Follin,
07.08.2017;
Lenart,
16.01.2019;
„Malenki
25.02.2018,
Bohemian
Browser
Ballett,
07.03.2019.

