

3. Phatische Praktiken des konnektiven Zynismus: Transgression und Wiederholung

Transgression und Wiederholung begegnen uns als phatische Praktiken im kulturellen und politischen Zynismus als rassistischer und misogyner Internet-humor und neurechte oder rechtspopulistische Kommunikationsstrategie. Beide verstärken sich wechselseitig: Neurechte oder mit rechten Inhalten kokettierende Influencer*innen (vgl. das Fallbeispiel Adlersson in Kapitel 4) monetarisieren ihre zynische Haltung nicht nur zu unternehmerischen Zwecken, sondern leisten durch ihre enorme konnektive Reichweite in den sozialen Medien auch indirekt Schützenhilfe für die Neue Rechte und rechtspopulistische Politiker*innen. Rechtspopulistische Parteien setzen den konnektiven Zynismus ihrerseits diskursstrategisch als metapolitisches Instrument im Wahlkampf und zur Mobilisierung ihrer Basis ein (vgl. das Fallbeispiel zu Japan als neurechte Chiffre in Kapitel 4). Während die zynische Haltung für die Einen „nur“ Spaß bedeutet, machen Andere mit ihr Politik und Geld auf den sozialen Medien. Internettrolle, Vertreter*innen der Alt-Right bzw. Neuen Rechten und toxische, zumeist männliche und weiße Gamer*innen verbünden sich in der digitalen „Manosphere“ aus Spaß oder aus Angst vor dem männlichen Bedeutungsverlust gegen feministische Positionen, wie der aus einer journalistischen Kritik an der sexistisch-toxischen Videospiel-Kultur hervorgegangene Gamergate-Vorfall auf erschreckende Weise gezeigt hat (Nagle 2018; Rothermel 2020; Strick 2021). Unabhängig von den jeweiligen monetären oder politischen Interessen und Absichten zeitigt der konnektive Zynismus einen heute nicht mehr zu übersehenden Effekt: Er trägt aktiv zur Normalisierung von Rassismus, Misogynie und Islamophobie oder Antisemitismus im Alltag und im politischen Diskurs bei.

An den beiden im Folgenden beschriebenen phatischen Praktiken des *meme*-basierten Internethumors und der *metapolitischen* Strategie der Neuen Rechten lässt sich der bisher nur begrifflich beschriebene technologisch-ideologische Konnex von Spiel, Zynismus, Datenbank und Konnektivität deutlich nachvollziehen. Internet-Memes sind eine aus Datenbanken generierte, kulturelle Ausdrucksform, oft bestehend aus einer spielerischen Kombination aus Bild und Text. Sie verbreiten sich viral auf den sozialen Plattformen und sind aus der Onlinekommunikation generell nicht mehr wegzudenken. Metapolitik ist hingegen elementarer Bestandteil einer als „Kulturrevolution von rechts“ beschriebenen neurechten Diskursstrategie, die unter Ausnutzung der konnektiven Affordanz

der sozialen Medien bewusst und strategisch mit dem Mittel der verbalen Grenzüberschreitung „spielt“. Dadurch sollen extreme Positionen eine möglichst große Verbreitung in der Alltagssprache und im politischen Diskurs finden. Auf beide Phänomene wird unter Anwendung der in den ersten Kapiteln eingeführten Begriffe in den folgenden beiden Abschnitten ausführlich eingegangen.

3.1 Memes als Phänomen der Internetkultur

Der englische Begriff *Meme*, den der Evolutionsbiologe Richard Dawkins (2010) bereits in den 1970er Jahren geprägt hat, ist eine kombinatorische Wortneuschöpfung aus den beiden Wörtern „Mem“ (altgriechisch für Imitation bzw. Nachahmung) und „Gen“ (im Sinne einer gleichbleibenden und weitergegebenen Information). In seiner ursprünglichen Bedeutung verweist Dawkins Begriff auf ganz unterschiedliche kulturelle Konzepte oder Bewusstseinsinhalte (Melodien, Gedanken, Schlagworte, Kleidermoden oder die Kunst, Töpfe zu machen oder Bögen zu bauen), die durch Imitation und Wiederholung über Generationen hinweg tradiert werden. Die Kommunikationswissenschaftlerin Limor Shifman, die den Begriff in das digitale Zeitalter überführt hat, definiert Internet-Memes ausgehend von der Terminologie von Dawkins wie folgt:

Statt das Mem als eine einzelne kulturelle Einheit zu beschreiben, die sich erfolgreich fortsetzt, plädiere ich dafür, ein Internetmem zu definieren als (a) *eine Gruppe digitaler Einheiten, die gemeinsame Eigenschaften im Inhalt, in der Form und/oder der Haltung aufweisen*; (b) *die in bewusster Auseinandersetzung mit anderen Medien erzeugt* und (c) *von vielen Nutzern über das Internet verbreitet, imitiert und/oder transformiert wurden*. (Shifman 2014: 14)

Gemeinhin werden Internet-Memes als multimodale Text-Bild-Kombinationen verstanden (siehe das Beispiel des aus Japan stammenden Kumamon-Memes weiter unten). Bei den zugrundeliegenden bildlichen Darstellungen handelt es sich zumeist um Versatzstücke der globalen Populärkultur, die mit variablen Textzeilen zu immer neuen Memes mit einer modifizierten Semantik kombiniert werden. Bei den Bildern kann es sich um jede Form der bildlichen Darstellung handeln, z.B. Stockfotos aus Bilddatenbanken, Szenen aus Spielfilmklassikern oder auch Abbildungen aus japanischen Mangas oder Animefilmen. Es gibt aber auch durch die Communitys bestimmter Plattformen selbst geschaffene Darstellun-

gen, wie z.B. die in der neurechten Szene äußerst populäre Figur Pepe the Frog (Nagle 2018) oder die bereits seit Anfang der 2000er Jahre auf dem japanischen Internetforum 2channel gebräuchlichen rassistischen ASCII-Darstellungen von Koreaner*innen (vgl. Kitada 2005; McLelland 2008). In den USA steht der auf den sozialen Medien (insbesondere reddit oder 4chan) während des Wahlkampfes zwischen Trump und Clinton im Internet ausgefochtene sogenannte Great Meme War (2015–16) sinnbildlich für den strategischen Einsatz von Memes durch die Alt-Right (Dafaure 2020; Strick 2021). Ähnliche, aber weitaus weniger erfolgreiche Versuche, den Wahlausgang zugunsten der AfD zu beeinflussen, gab es in Anlehnung an den Great Meme War während des Wahlkampfes für die Bundestagswahl im Jahr 2017 erstmals auch in Deutschland (vgl. Schmehl 2017). Grundsätzlich lässt sich sagen, dass die Neue Rechte und Rechtspopulist*innen sich „auf virtuose Weise der medialen Logik memetischer Prozesse für ihre politischen Zwecke“ bedienen und „damit letztlich nichts weiter als eine größere Medienkompetenz als ihre politischen Gegner*innen“ beweisen (Wentz 2019: 136). Auch der im vierten Kapitel analysierten japanbezogenen Chiffre „Mishima“ ist eine solche populärkulturelle „Memefizierung“ widerfahren: Das Konterfei des Schriftstellers findet sich inzwischen in unterschiedlichen Foren in Form von Memes oder auf Merchandiseprodukten einschlägiger neurechter Verlage.

Transgression und Wiederholung

Das spielerische Moment der Wiederholung und Varianz zeigt sich in der Meme-Kultur an der Kombination von Ähnlichkeit zwischen einzelnen Memes und der schier unendlichen Möglichkeit, immer neue Varianten zu erschaffen. Insbesondere die starre Kombinatorik sogenannter Image Macros, also Memes die aus einer Kombination von sich wiederholenden bildlichen Darstellungen und variierenden Texten bestehen, verdeutlicht dieses Prinzip. Es zeigt sich, dass die große Popularität und rasante Verbreitung von Memes auf dem Zusammenspiel der drei Momente Spiel (im Sinne eines transgressiven Wettkampfes und der mime-tischen Wiederholung), Datenbank (als Speicher und Quelle für immer neue Memes) und dem zynischen Rassismus und Sexismus bestimmter Internetcommunitys basiert. Mit anderen Worten heißt das, dass die eingangs beschriebene Affordanz der „Modularität“ digitaler Medieninhalte einerseits das generative und partizipatorische Spiel mit immer neuen humoristischen Parodien und Variationen begünstigt. Zum anderen sorgt die „Archivierbarkeit“ und „Akzes-sibilität“ der Datenbank dafür, dass Memes digital gespeichert sind und damit

für die Erstellung immer neuer Variationen zur Verfügung stehen.¹ Nicht nur die sozialen Medienplattformen selbst fungieren als durchsuchbare Speicher und damit als Fundus für immer neue Memes, inzwischen existieren auch Onlinedatenbanken wie knowyourmeme.com, memegenerator.net oder makeameme.org, mit denen bestehende Memes sowohl recherchiert als auch mit wenig Aufwand schnell erstellt werden können.

Die Anzahl an in den vergangenen zwanzig Jahren viral gegangenen Image Macros ist kaum schätzbar. Anstatt in diesem Buch offen rassistische oder misogyne (und teilweise justiziable) Memes wiederzugeben und zu diskutieren und ihnen dadurch zu einer noch größeren öffentlichen Aufmerksamkeit zu verhelfen (was ja gerade das Ziel der Metapolitik ist), soll in diesem Kapitel die Funktionsweise von Memes im Zusammenhang mit der Affordanz und Ambiguität des konnektiven Zynismus am Beispiel des relativ harmlosen Kumamon-Memes theoretisch erörtert werden. Schließlich verfolgt dieses Buch in erster Linie das Ziel, die konnektive Bedeutung von Internet-Memes in der Onlinekultur und in der neurechten und rechtspopulistischen metapolitischen Strategie ausgehend von ihrer spezifischen Funktionsweise darzulegen.²

Kumamon-Memes

Im Grunde eignet sich fast jeder Bildinhalt zur Erstellung von Memes. Die virtuelle Datenbank von Bildern ist gewaltig, denn die Meme-Kultur ist aufgrund der Konnektivität des Internets und der sozialen Medien vollständig global. Nur so lässt es sich beispielsweise erklären, dass das international unbekannte Maskottchen der südjapanischen Stadt Kumamoto „Kumamon“ seit 2012 in unterschiedlichen Varianten im Internet als Meme kursiert (vgl. Phillips/Milner 2017: 110–111). Der Bildteil eines Kumamon-Memes besteht häufig aus einem Screenshot, der einer Sendung des lokalen Fernsehsenders entnommen wurde, in dem Kumamon bei unterschiedlichen Tätigkeiten gezeigt wird. Eines der ersten und populärsten Kumamon-Memes besteht aus zwei Standbildern, die Kumamon

1 Zu Memes lassen sich aber auch parodistische Sprachspiele rechnen, z.B. Variationen von despektierlichen Begriffen oder rassistischen und frauenfeindlichen Beschimpfungen, oft ganz gezielt eingesetzt, um nicht gegen die Community-Standards der sozialen Netzwerke zu verstoßen.

2 In den vergangenen Jahren sind mehrere exzellente Studien über neurechte Memes erschienen (vgl. Nagle 2018; Phillips/Milner 2017; Strick 2021).

vor einem großen Feuer zeigen (vgl. das linke Kumamon-Meme in Abbildung 1). Eine diesen Abbildungen hinzugefügte Textzeile suggeriert, dass es sich bei dem niedlichen Maskottchen in Wirklichkeit um einen pyromanischen Satansverehrer handelt. Warum ist das lustig? Weil die Popularität der Kumamon-Memes vor allem daher rührt, dass Memes gerade dann lustig sind, wenn sie gegensätzliche und widersprüchliche Bedeutungsinhalte vermischen. Am Beispiel Kumamons zeigt sich ganz deutlich, was Sigmund Freud (1999: 34–42) den „Doppelsinn“ des Witzes genannt hat. Dieser widersprüchliche Doppelsinn findet sich im Falle des Kumamon-Memes in der Kombination aus dem Bild eines äußerlich harmlos und niedlich wirkenden Maskottchens (große Augen, kuscheliges Bärenfell und rote Wangen) und dem ihm im Text zugeschriebenen diabolischen wirklichen Wesen.



[Abb. 1] Kumamon-Memes (alle Rechte vorbehalten; Quelle: <https://knowyourmeme.com/memes/kumamon> (Zugriff am 19.9.2022)).

Wie bereits beschrieben, gehören Hyperbolisierung, Zuspitzung und Umkehrung zu den wichtigsten Stilmitteln des humoristischen Spiels mit kulturellen Sinngehalten. Am Kumamon-Meme zeigt sich, dass die widersprüchliche Sinnumkehrung ein häufig in Memes eingesetztes und offensichtlich auch als besonders lustig empfundenes stilistisches Mittel darstellt. Laut Phillips und Milner (2017: 120) ist das auf den durch die Bedeutungsumkehr entstehenden „Abstand zwischen *Text* [...] und *Kontext*“ zurückzuführen, den der Internethumor „fetischisiert“ habe.

Es ist kein Zufall, dass die Bedeutungsumkehr auch ein zentrales Element der metapolitischen Strategie der Neuen Rechten ist. Denn die Stärke der doppelsinnigen Ironie liegt in ihrer „Nähe zu dem dominanten Diskurs“ (Hutcheon 2000: 29) – sie verbindet Bekanntes mit Neuem. Memes eignen sich besonders gut dazu, bereits existierende und bekannte Bilder zu dekontextualisieren und durch den Doppelsinn des Witzes zu rekontextualisieren und dadurch zu ambiguisieren. Memes lassen sich so effektiv strategisch einsetzen, weil sie „Kurzschlüsse“ erzeugen können, die schneller „wirken und vergehen [...] als ihre informierte Widerlegung oder der Faktencheck“, denn Memes gehören „einem völlig anderen Affektregister an [...]: Sie zünden und affizieren, statt zu informieren und aufzuklären“ (Strick 2021: 114). Der grenzüberschreitende Charakter von Memes muss allerdings nicht zwangsläufig politische und strategische Gründe haben, denn die auf der Aufmerksamkeitsökonomie beruhende Konnektivität der sozialen Medien bedingt es an sich schon, dass Parodien und Varianten sich oft nur dann weiterverbreiten, wenn sie noch „krasser“ sind als ihre Vorgänger (vgl. das rechte Kumamon-Meme in Abbildung 1). Das ist auch der Grund, warum der transgressive und doppelsinnige Charakter von Memes so kompatibel mit der metapolitischen Diskursstrategie der Neuen Rechten und des Rechtspopulismus ist, die ebenfalls auf bewussten Grenzüberschreitungen und Ambiguierungen beruht (vgl. den folgenden Abschnitt zum Begriff der Metapolitik).

Die Kombinatorik von Wiederholung und transgressiver Varianz von politischen Hass-Memes stellt ein profundes juristisches Problem dar. Das zeigt das Beispiel der Grünenpolitikerin Renate Künast, die in den vergangenen Jahren immer wieder zum Ziel von meme-basierten Hasskampagnen geworden ist.³ Im

3 In einer Debatte im Berliner Abgeordnetenhaus über die Straffreiheit von sexuellen Handlungen an Kindern notiert das Protokoll den Zwischenruf Künasts: „Komma, wenn keine Gewalt im Spiel ist!“. Absicht des Zwischenrufs war die Ergänzung einer unvollständig wiedergegebenen Forderung der nordrhein-westfälischen Grünen. Als die

April 2021 ging sie juristisch gegen Facebook und andere soziale Medien vor, um zu erreichen, dass diese verpflichtet werden, neben den explizit gemeldeten Posts und Memes auch alle „sinngleichen“ zu löschen, weil die Meldung aller einzelnen Varianten eines Memes für Einzelpersonen eine im Grunde niemals zu bewerkstellende „Lebensaufgabe“ darstelle.⁴ Immer öfter steht die betroffene Person bei diesen manchmal vielleicht „nur“ ironisch gemeinten, nicht selten aber auch gezielt inszenierten Hetzkampagnen einer ganzen Armee von Trollen und softwaregesteuerten Bots gegenüber, die entsprechende Memes massenhaft generieren und durch das automatisierte oder orchestrierte Liken in ihrer Reichweite verstärken. Diese einfache und rein quantitative Strategie gegen einzelne Politiker*innen ist hochwirksam, denn jedes „Retweeten und Teilen, jeder Repost vollzieht einen Akt der Wiederholung. [...] Bezogen auf Hasskommunikation heißt das: Ressentiments lassen sich durch wiederholte Subjektivierung vervielfältigen. Verbreitung in der Fläche und Verfestigung im Einzelnen gehen Hand in Hand“ (Hornuff 2020: 31). Es kann gar nicht stark genug betont werden, dass es bei diesen meme-basierten Hetzkampagnen niemals um das einzelne angegriffene Subjekt geht, das sich bis dato nur individuell mittels der Durchsetzung seiner Persönlichkeitsrechte notdürftig zur Wehr setzen kann. Vielmehr richten sie sich immer auch gegen die politischen, kulturellen oder wissenschaftlichen Institutionen oder Organisationen, denen die angegriffenen Personen angehören. Es geht letztlich darum, die Politik, den Journalismus und die Wissenschaft *als solche* zu destabilisieren. Selbst das nur als Spaß gemeinte Teilen eines Memes, das Angehörige dieser Institutionen diskreditiert, bedeutet, bei diesem zynischen „Spiel“ wissentlich oder unwissentlich mitzumachen.

Im Februar 2022 entschied das Bundesverfassungsgericht schließlich, dass die Persönlichkeitsrechte von Politiker*innen besonders zu schützen seien

historische Haltung zur Pädophilie in Teilen ihrer Partei dreißig Jahre später erneut thematisiert wurde, gab ein rechter Influencer Künasts Einwurf in einem Facebookpost verfälscht so wieder: „Komma, wenn keine Gewalt im Spiel ist, ist der Sex mit Kindern doch ganz o. k. Ist mal gut jetzt.“ Künast verklagte den Nutzer, der sich wiederum mit einem weiteren Post über die Dünnhäutigkeit der Politikerin beschwerte, woraufhin sich auf den sozialen Medien eine Flut von sexistischen und menschenverachtenden Beleidigungen über die Politikerin ergoss. Künast wollte von Facebook die Herausgabe der Identitäten von 22 Nutzer*innen bei Facebook erzwingen, scheiterte aber mit dieser Forderung vor dem Berliner Landgericht, das fast alle Aussagen als Meinungsäußerung bewertete. Erst in höherer Instanz wurden viele dieser Posts als Beleidigung eingestuft. <https://www.faz.net/aktuell/politik/inland/gruenen-politikerin-verklagt-facebook-verbreitung-von-hate-speech-17314174.html> (Zugriff am 19.9.2022).

4

und diese sich Beleidigungen im Internet nicht gefallen lassen müssen. In einer Pressemitteilung des Gerichts heißt es als Begründung, dass

[...] ein wirksamer Schutz der Persönlichkeitsrechte von Amtsträgerinnen und Amtsträgern sowie Politikerinnen und Politikern über die Bedeutung für die jeweils Betroffenen hinaus im öffentlichen Interesse [liegt], was das Gewicht dieser Rechte in der Abwägung verstärken kann. Denn eine Bereitschaft zur Mitwirkung in Staat und Gesellschaft kann nur erwartet werden, wenn für diejenigen, die sich engagieren und öffentlich einbringen, ein hinreichender Schutz ihrer Persönlichkeitsrechte gewährleistet ist.⁵

Phatische Memes

Aus Sicht der Communitys, die Memes generieren und teilen, erfüllt die Kombination aus vertrauter Wiederholung und überraschender Neuartigkeit auch eine phatische kommunikative Funktion (Phillips/Milner 2017: 32–33). So wie auch andere phatische Kommunikationsmuster wie das Grüßen aus wiederkehrenden und schablonenhaften Elementen bestehen (einer Redewendung oder einer spezifischen Gestik), werden diese je nach Situation (sozialer Kontext, individuelles Gegenüber) unterschiedlich kombiniert und variiert. Bei Memes handelt es sich also nicht bloß um eine humoristische Textsorte, sondern auch um phatisch geteilte „Folklore“, durch die konnektive Zugehörigkeit zu einem Kollektiv oder einer Community phatisch erzeugt und aufrechterhalten wird. Ohne die konnektive Affordanz der digitalen Medien wäre die große Popularität von Memes gar nicht denkbar, denn diese „basiert auf Usernetzwerken, über die sie sich [...] im Ökosystem der sozialen Medien verbreiten“ (Leavitt 2014: 145). Memes sind deshalb nicht nur Medieninhalte, sondern auch eine soziale „Praktik“, die durch ihren emotiven und appellativen Charakter dem „Schaffen sozialer Identifikation“ dienen (Osterroth 2020: 123). So wie aus soziologischer Sicht das Erzählen eines Witzes wichtiger ist als sein Inhalt, dient das Teilen von Internet-Memes nicht nur der „Verbreitung von Informationen“, sondern immer auch dem „sozialen Bonding“ (Zappavigna 2015: 101; eigene Übersetzung), und zwar indem eine In- und

5 <https://www.bundesverfassungsgericht.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2022/bvg22-008.html> (Zugriff am 19.9.2022).

eine Outgroup konstruiert wird. Im Falle von rechten Memes, die beispielsweise den „Großen Austausch“ oder „Volkstod“ thematisieren, fällt die konnektive Funktionsweise von Memes und die durch sie übermittelte „Information“ zusammen. Sie bewirken den sozialen Effekt phatisch mittels „geteilter Affekte“ und semantisch mittels des Motivs der Selbstviktimisierung, denn diese Memes inszenieren rassistische „Ideologien in einem Bild ‚stammesübergreifender‘ Solidarität“, als „ein Gleich-Fühlen jener, die von kolonisierenden Immigranten bedroht werden“ (Strick 2021: 111).

Auch wenn Kumamon-Memes manchmal vielleicht ein wenig düster wirken mögen, kann ihnen wohl keine direkte schädliche Wirkung auf Andere unterstellt werden. Problematisch werden humoristische Memes dann, wenn sie mit rassistischen, frauenverachtenden oder religiösen Vorurteilen spielen und diese reproduzieren. Die durch Memes phatisch erzeugte Ingroup definiert sich dann in erster Linie über das diffamierende Auslachen von Minderheiten. Das Lachen ist dann kein kollektives, gemeinschaftliches Lachen, sondern ein „antagonistisches“ (Phillips/Milner 2017: 113). Selbst wenn rassistische oder sexistische Memes nicht explizit in politischer und persuasiver Absicht erstellt und verbreitet werden, markiert das antagonistische Lachen über die in diesen Memes dargestellten Anderen dennoch ein soziales oder kulturelles Außen als Gegenüber oder gar Gegner (Weidacher 2019: 190). Selbst die nicht explizit in politischer Absicht erstellten und verbreiteten grenzüberschreitenden Memes spielen daher letztlich immer auch der Neuen Rechten und dem Rechtspopulismus in die Hände, deren zynisch-konnektive Diskursstrategie gerade auf dieser Markierung und Ausgrenzung eines antagonistischen Gegners beruht („die Ausländer“, „der Feminismus“). Memes sind dann nicht mehr nur ein vergemeinschaftender phatisch-kommunikativer Akt, mit dem die Ingroup zum Lachen gebracht werden soll (Zappavigna 2015: 101), sie dienen dann auch der Ausgrenzung Anderer sowie der „Bestätigung“ der uniformen ideologischen Haltung der eigenen Ingroup (Weidacher 2019: 190).

Memes müssen nicht zwingend aus Text/Bild-Kombinationen bestehen, wie im Falle des Kumamon-Memes. Auch Hashtags können als Memes funktionieren, wie das Beispiel der orchestrierten Empörung über die Rollenbesetzung der jüngsten *Star Wars*-Filme verdeutlicht. Anders als in den ersten sechs *Star Wars*-Filmen, in denen bis auf die Schauspielerinnen Carrie Fisher (Prinzessin Leia) und Natalie Portman (Königin Padmé Amidala) alle humanoiden Hauptrollen nicht nur männlich, sondern auch weiß besetzt waren, weckte die Besetzung einer Hauptrolle im siebten *Star Wars*-Film mit einer Person of Color, nämlich dem britisch-nigerianischen Schauspieler John Boyega, den Groll der

Fans und sorgte für einen per Hashtag konnektiv vernetzten weltweiten Aufruf zum Boykott des Films (ein ähnlicher, fast schon vorhersehbarer Shitstorm entlud sich anlässlich der Besetzung von Hauptrollen mit PoC-Schauspieler*innen in einer Prequel-Serie zur *Der Herr der Ringe*-Trilogie mit dem Titel *Der Herr der Ringe: Die Ringe der Macht* aus dem Jahr 2022). Neben einer Flut an rassistischen Hasstriaden gegen die Schauspieler*innen wurde dem Disney-Konzern identitätspolitische Propaganda und sogar die Unterstützung der „Auslöschung der weißen Rasse“ vorgeworfen (Greene 2019: 51–54; vgl. auch Schmidt 2020). Nicht selten findet sich in Hasskommentaren der Hashtag #BoycottStarWarsVII direkt neben dem Hashtag #whitegenocide. Daran ist zu erkennen, wie die Neue Rechte in den USA versucht, die Missgunst einer männlich und weiß dominierten Fan-Basis mit dem rassistischen Mythos des Untergangs der weißen Rasse konnektiv und affektiv zu verknüpfen. Diese metapolitische Strategie ist nicht zufällig entstanden, denn die Blaupause für diese schlagkräftige Allianz zwischen einer männlich und weiß dominierten, frauenverachtenden und rassistischen *Star Wars*-Fankultur und der Metapolitik vornehmlich männlicher weißer Rassist*innen findet sich in Andrew Anglins Strategiehandbuch der Neuen Rechten *A Normie's Guide to the Alt-Right*, wo es heißt, dass die Neue Rechte „ihre Message in existierende kulturelle Memes und Humor verpacken“ solle, um eine möglichst große Reichweite und Anschlussfähigkeit zu erreichen (so zitiert in: Greene 2019: 54). Die Populärkultur ist aufgrund ihrer großen und vor allem auch globalen Reichweite für diese Strategie besonders gut geeignet, wie wir auch am Beispiel der metapolitischen Strategie der deutschen Neuen Rechten sehen werden (vgl. das Fallbeispiel zum Japanbild der Neuen Rechten in Kapitel 4).

3.2 Neurechte und rechtspopulistische Metapolitik

Der Begriff Metapolitik wurde geprägt durch Alain de Benoist, Begründer der französischen „Nouvelle Droite“. Er verweist auf eine neurechte Diskursstrategie, die Benoist selbst als „Kulturrevolution von rechts“ bezeichnet hat. Dabei beruft er sich auf einen Denker, der auch zentral für das Denken der postmarxistischen Neuen Linken war, nämlich auf Antonio Gramsci und dessen Konzept der „kulturellen Hegemonie“. Mit Metapolitik ist die strategische Produktion und Verbreitung von zustimmungsfähigen Ideen in der „vorpolitischen“ Sphäre der Kultur und nicht in der Politik selbst gemeint (Leggewie 1987). Metapolitik meint folglich eine politische Praxis, die „ohne reale Machtperspek-

tive“ jene Begriffe im Bereich der Sprache und Kultur positioniert, in denen die jeweilige „Ideologie möglichst konsistent“ enthalten ist (Stahl 2019: 75, 81).

Der metapolitischen Strategie der Neuen Rechten liegt die Annahme zugrunde, dass die geschickte Platzierung rechtspopulistischer und neurechter Konzepte in der Alltagssprache oder im politischen Diskurs ihrer Normalisierung Vorschub leisten könne. Aus Sicht der Metapolitik ist es somit bereits ein Erfolg, wenn verbale Grenzüberschreitungen öffentlich in den Massenmedien oder den Parlamentsdebatten diskutiert und dadurch reproduziert werden. Denn das Ziel ist die möglichst häufige Wiederholung der immer gleichen oder sinngleichen provozierenden Slogans, Argumente und Begriffe in unterschiedlichen Medien-öffentlichkeiten, egal durch wen und in welchem Kontext. Dabei handelt es sich um die simpelste und zugleich wirkungsvollste neurechte und rechtspopulistische Diskursstrategie (Wodak 2016: 147–148). Mit metapolitischer Normalisierung ist also der Versuch gemeint, über die Beeinflussung und Transformation der Alltagssprache längerfristig neurechte Standpunkte im politischen Diskurs zu etablieren und so eine stete Verschiebung der Grenze des öffentlich Sagbaren zu erreichen. Zur Beschreibung dieser Strategie verwendet die Neue Rechte den pseudowissenschaftlichen Begriff des „Overton-Fensters“, das nach rechts verschoben werden soll.

Neben der quantitativen Strategie einer möglichst häufigen Wiederholung von Themen und Begriffen besteht eine weitere Strategie der Metapolitik darin, semantische Verschiebungen auf der Begriffs- oder Wortebene zu erwirken. Auf Wortebene lassen sich drei qualitative Stoßrichtungen dieser metapolitischen Normalisierungsstrategie unterscheiden: a) das Verfemen eigentlich positiv konnotierter oder neutraler Begriffe durch Bedeutungsumkehr bzw. Polysemierung, (z.B. der pejorative Gebrauch der Wörter „Gutmensch“ oder „Fachkraft“), b) das (Re-)Framen bestimmter Themen durch das Etablieren von pejorativen Neologismen (z.B. „Großer Austausch“) und neu geschaffenen Kofferwörtern („Plandemie“) und c) das Aufwerten (bzw. „Mainstreamen“) von obsoleten wertkonservativen Begriffen wie „Volk“ (Niehr 2017; Stahl 2019: 104–105). Die Aussagen der Neuen Rechten und des Rechtspopulismus unterscheiden sich insofern von den Äußerungen „tumber Nazis“ (Schutzbach 2018: 8), als sie umgedeutete oder neologistische und nicht justiziable Begriffe verwenden, mit denen sich dennoch rechtsextreme Inhalte und Bedeutungen transportieren lassen. Der Publizist Thomas Assheuer beschreibt diese Strategie, sich als nicht offensichtlich rechtsextrem zu geben, als „taktische Selbstverleugnung“ (so zit. in Weiß 2017: 55).

Hinter der sprachlichen Ambiguisierung verbirgt sich eine weitere neurechte und rechtspopulistische Diskursstrategie, die sich als „trialogische Kommunikation“ bezeichnen lässt. Diese ist eng mit der Konnektivität der sozialen Medien verknüpft. Zur Erinnerung: Das Ziel der metapolitischen Diskursstrategie ist es, in so vielen Medienöffentlichkeiten wie möglich präsent zu sein – in der Öffentlichkeit der Parlamente und Massenmedien genauso wie in der Semi-Öffentlichkeit der sozialen Medien. Rechtspopulistische und neurechte Akteur*innen kommunizieren daher in der Regel in zwei Richtungen gleichzeitig, also bewusst „trialogisch“ (Stahl 2019: 135). Einerseits soll mit dem Mittel der absichtlichen sprachlichen Grenzüberschreitung Aufmerksamkeit in den sozialen Medien und Empörung in den Massenmedien erzeugt werden (Stegemann/Musyal 2020: 212). Andererseits soll gerade in öffentlichen Debatten nicht nur das anwesende Gegenüber angesprochen werden (das macht rechtspopulistische Politiker*innen zu sehr schwer integrierbaren Talkshowgästen), sondern durch die bloße Nennung bekannter metapolitischer Chiffren und Codes (z.B. der „Große Austausch“ bzw. „Bevölkerungsaustausch“) wird vielmehr phatisch auch mit der eigenen Basis in der Semi-Öffentlichkeit der sozialen Medien kommuniziert, die in ihren ideologischen Einstellungen bestätigt werden will. Diese konnektiv-phatische Strategie wird in der Kommunikationswissenschaft auch als *dog whistling* („Hundepfeifen-Taktik“) bezeichnet, weil der semantische Inhalt dieser Codes und Chiffren für Nichteingeweihte im Grunde nicht zu „hören“ bzw. zu verstehen ist (vgl. auch das Fallbeispiel zum Japanbild als „kryptofaschistischer Chiffre“ in Kapitel 4).

In der Rhetorik der AfD finden sich zahlreiche Belege für diese trialogisch-metapolitische Diskursstrategie. So bezeichnete der Thüringer AfD-Landesvorsitzende Björn Höcke im Januar 2017 das Berliner Holocaust-Mahnmal in einer Rede als „Denkmal der Schande“. Die anschließende mediale und politische Empörung war vorprogrammiert, und die Schritte, die dann folgten, haben Handbuchcharakter. Zunächst relativierte Höcke die Aussage in einer Pressemitteilung. Er behauptete, dass er selbstverständlich den durch die Nationalsozialist*innen verübten Völkermord an den Juden als „Schande“ verstanden wissen wolle, und nicht das Mahnmal selbst. Bei diesem Statement ging es selbstverständlich nicht um eine Entschuldigung; die daran anschließende Auseinandersetzung mit seiner Aussage in der Politik und den Medien sollte vor allem die Aufmerksamkeitsmaschine am Laufen halten. Höckes Formulierung war indes von Anfang an bewusst ambig formuliert, wie der Literaturwissenschaftler Heinrich Detering analysiert:

Die Art, in der Höcke sich die bei Augstein oder Walser gefundene Wendung vom „Mahnmal der Schande“ aneignet, in der Zweideutigkeit von *genitivus objectivus* (das Denkmal erinnert an die Schande) und *genitivus explicativus* (das Denkmal ist schändlich), gibt ein besonders instruktives Beispiel für die Kunst der subtilen Ambivalenz, die ihm hier [...] jederzeit den Rückzug ins Unanstößige offenhalten soll. (Detering 2019: 27)

Durch die ambige Form seiner Aussage kann Höcke nicht nur davon ausgehen, dass seine Formulierung in der Medienöffentlichkeit den erwünschten Skandal hervorruft. Seine im Internet konnektiv weiterverbreitete zynische Rede hat mit samt ihrem geschichtsrevisionistischen Grundtenor zudem auch die eigene Basis erreicht. Außerdem konnte er sich – und damit schließt sich der Kreis der metapolitischen Diskursstrategie – aufgrund der Ambiguität seiner Aussage nachträglich darauf berufen, dass er ja nur falsch verstanden bzw. seine Aussage aus dem Kontext gerissen worden sei. Das wiederum erlaubt es ihm, sich vor seiner eigenen Basis zum Opfer eines voreingenommenen medialen und politischen Systems zu stilisieren. Höcke gelingt es auf diese Weise, sich durch seine Aussage und ihr vermeintliches Missverständnis selbst „als anti-totalitär und dissidentisch“ zu inszenieren: Seine Rede „wird zu einem Akt notwendiger und berauschender Selbstermächtigung“ (Strick 2021: 131).

**„Ein Zyniker ist ein Mensch,
der von allem den Preis
und von nichts den Wert kennt.“**

Oscar Wilde, *Lady Windermeres Fächer*