

Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung

MARKETA SPIRITOVA  
MANUEL TRUMMER (HRSG.)

BAND 6

# POP THE NATION



Die Nation als Ressource und Argument in  
Kulturen populärer Unterhaltung und  
Vergnügung

WAXMANN

# Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung

herausgegeben von der  
Kommission Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung  
in der Deutschen Gesellschaft für Empirische  
Kulturwissenschaft (DGEKW)

Band 6

Marketa Spiritova, Manuel Trummer (Hrsg.)

# Pop the Nation

Die Nation als Ressource und Argument  
in Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung



Waxmann 2023

Münster • New York

### **Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

### **Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung, Band 6**

ISSN 2511-8897

Print-ISBN 978-3-8309-4614-4

E-Book-ISBN 978-3-8309-9614-9

<https://doi.org/10.31244/9783830996149>

Waxmann Verlag GmbH, 2023

Steinfurter Straße 555, 48159 Münster

[www.waxmann.com](http://www.waxmann.com)

[info@waxmann.com](mailto:info@waxmann.com)

Umschlaggestaltung: Mario Moths, Marl

Satz: MTS. Satz & Layout, Münster

Dieses Werk ist unter der Lizenz CC BY-NC-SA 4.0 veröffentlicht:

Namensnennung – Nicht-kommerziell –

Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)





# Inhalt

Das Nationale als Ressource und Argument in Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung Thematische Einführung .....	9
<i>Manuel Trummer &amp; Marketa Spiritova</i>	

## I Theoretische Rahmungen

Die Wiederentdeckung der „nationalen Identitäten“ im Kontext Wiedervereinigung und Einwanderung <i>Ethnos</i> und <i>Demos</i> als konfligierende Konzepte symbolischer Politik .....	27
<i>Irene Götz</i>	

Die antinationale Mikropolitik der Popkultur als Schreckbild und Verheißung Über Pop-Figurationen und gesplante Gesellschaften .....	43
<i>Moritz Ege</i>	

## II Performing the nation

<i>Amor patriae nostra lex</i>	
Das Nationale als Identitätsmarker und ästhetische Ressource am Beispiel der Rechtsrock-Szene in Polen .....	75
<i>Agnieszka Balcerzak</i>	

Populäre Musik als nationalistische Ressource? Vergleichende Schlaglichter auf AfD, FPÖ und die Schwedendemokraten (SD) .....	93
<i>Kai Ginkel, Anna Schwenck, Melanie Schiller, André Doehring &amp; Mario Dunkel</i>	

Pop the Heartland? Ein kulturanalytischer Versuch zu Andreas Gabalier .....	113
<i>Jens Wietschorke</i>	

„Inzwischen bin ich kosmopolitischer“ Bezugnahmen in der Living History zwischen persönlicher Biografie und Transnationalität .....	131
<i>Stefanie Samida &amp; Miriam Sénécheau</i>	

Die chinesische Nation als pop-kulturelles Konzept und Identitätsmarker  
 Internet-Praktiken der neuen Generation chinesischer Online-NationalistInnen ... 149  
*Chenyang Song*

### III Narrating the nation

„Nazis! I hate these guys.“  
 Indiana Jones, das „Dritte Reich“ und die westdeutsche Erinnerungskultur der  
 1980er Jahre ..... 171  
*Timo Saalmann*

Alpen, Schwarzwald, Fachwerkhäuser  
 Zum *othering* von Deutschland in US-SuperheldInnencomics ..... 189  
*Matthias Harbeck*

Zwischen Alman-Memes und nationalen Stärke-Inszenierungen  
 Deutschsein als Thema des Internet-„Humors“ ..... 215  
*Jelena Jazo & Niklas von Reischach*

Redefreiheit, Nation und die Konstruktion des Anderen  
 Eine Analyse der Online-Berichterstattung zur *Blitzchung*-Kontroverse in  
 US-amerikanischen Tageszeitungen ..... 233  
*Lisa Kienzl*

Monumentale Bilder von China  
 Repräsentationen nationaler Geschichte im  
 chinesischen Historienfilm (1998–2008) ..... 251  
*Monika Lehner*

### IV (Re-)Branding the nation

Brand the Nation!  
 Die Popkulturalisierung der Nation in der *Neuen Rechten* ..... 273  
*Felix Schilk*

Red is Bad  
 Ein Modelabel als Akteur einer nationalistischen *Public History* in Polen ..... 289  
*Jos Stübner*

„Words are long range artillery!“

Der ARFS und das US-amerikanische V-Disc Programm in Musikobjekten  
(1943–1949) ..... 307

*Laura Niebling*

Autorinnen und Autoren ..... 321



# Das Nationale als Ressource und Argument in Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung

Thematische Einführung

Manuel Trummer & Marketa Spiritova

„Deutschland! Deine Liebe ist Fluch und Segen“, riefen *Rammstein* im Mai 2019 von der Spitze der nationalen Singlecharts. Das zugehörige Video wurde auf Youtube bislang 230 Millionen Mal angeklickt. Im Fernsehen erreichen Serien wie *Deutschland 1983* (RTL) oder *Deutschland-Saga* (ZDF) hohe Marktanteile und der Moderator Jan Böhmermann positioniert sich als rappender „Verfassungspatriot“ gegen Rechts-extremismus. Bei Sportgroßveranstaltungen wie der Fußballweltmeisterschaft 2018 erliegen Millionen von Fans dem schwarz-rot-goldenen „Schlaaand!“-Fieber, dazu liefern internationale Popstars wie Will Smith und Jason Derulo die offiziellen Hymnen für die FIFA (respektive für Coca Cola). In einem weiteren Feld der populären Unterhaltungs- und Vergnügungskulturen führen erfolgreiche Videospielreihen wie *Battlefield* die Streitkräfte der „Euro Force“ gegen China ins Feld und verleihen so spielerisch aktuellen geopolitischen Konfliktlagen Resonanz. Auch die Erstürmung des Kapitols wird zum Ereignis, das in den populären Erzählkulturen der digitalen Sphäre nicht nur eine unmittelbare Memefication und virale Narrativierung erfährt, sondern in seiner Aufmerksamkeitslogik bereits selbst durch die visuellen Strategien der digitalen Kulturen geprägt ist. Eine Figur wie der „QAnon-Schamane“ Jake Angeli steht als lebendes Meme symptomatisch für die nahtlose gegenseitige Durchdringung national(istisch)er und unterhaltungskultureller Ikonografien, wie sie für die gegenwärtigen Populärkulturen charakteristisch scheint.

Der vorliegende Tagungsband widmet sich diesem komplexen Schnittfeld von populären Kulturen, Nationalem und Nationalistischem. Er versammelt die Beiträge der Tagung *Pop the Nation. Das Nationale als Ressource und Argument in Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung*, die im Februar 2020 als Veranstaltung der DGEKW-Forschungskommission *Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung* am Institut für Empirische Kulturwissenschaft und Europäische Ethnologie der Universität München und an der Bayerischen Akademie der Wissenschaften stattfand. Der Titel *Pop the Nation* war dabei im englischen Zweitsinn des Wortes „to pop something“ – etwas platzen lassen – auch als analytisches Desiderat der OrganisatorInnen zu verstehen. So bestand ein wesentliches Ziel der Tagung darin, den oft mythisch-vagen und affektiv konturierten Umgang mit Ikonografien und Erzählungen des ‚Nationalen‘ zu durchdringen, ihn in Fallstudien zu zerlegen und anhand konkre-

ter Beispiele zu fassen. Der Blick liegt damit auf der herausragenden Rolle der Unterhaltungs- und Vergnügungskulturen als alltäglicher Schnittstelle zwischen nationalen Makropolitiken und den (vor)politischen Alltagspraxen breiter Bevölkerungsteile. Dieser Zugang ist gerahmt von einer Reihe theoretischer Überlegungen zum Zusammenspiel von Populärkultur, Nation und Nationalismus, die wir zur Einführung in den Tagungsband kurz ausführen möchten.

## Wieder mal Nation – Konjunkturen und Irritationen

So überzeugend und in ihrer Fülle beeindruckend die Beispiele, die gegenwärtig eine Nationalisierung der Populärkulturen andeuten, zunächst sind – auch die Diagnosen einer Konjunktur des Nationalen in den populären Kulturen, wie sie aktuell einmal mehr den wissenschaftlichen<sup>1</sup> Diskurs ergriffen haben, scheinen selbst gewissen Konjunkturen zu unterliegen. Die kritische Auseinandersetzung mit Nation und Nationalismus im Feld der populären Unterhaltungs- und Vergnügungskulturen bildet in der Gegenwart in sich selbst einen narrativen Topos. Am Nationalen in der Populärkultur macht sich dabei häufig ein Unbehagen fest, das sich gerade in der deutschsprachigen Auseinandersetzung mit dem Thema in normativen Zuschreibungen niederschlägt. Pop und Nation – das passt nicht zusammen, so die Lesart. „Bezüge auf das Nationale im Pop erscheinen zumindest jenseits explizit nationalistischer Musik-Szenen eher uncool“, konstatierten zuletzt etwa die Musikwissenschaftler Ralf von Appen und Thorsten Hindrichs<sup>2</sup> und verweisen auf so ein emphatisch-antinationales Verständnis von Popmusik, wie es in Deutschland spätestens seit den frühen 1980er Jahren die universitäre Popforschung, aber vor allem die feuilletonistische Popkritik auszeichnet.<sup>3</sup>

Charakteristisch dafür ist ein Blick auf die populären Kulturen, der ihren transnationalen Charakter und ihre transgressive Dynamik im 20. und 21. Jahrhundert betont. Mit Arjun Appadurai verstanden als Teil der „flows“ der globalen *mediascape*<sup>4</sup> bilden die populären Kulturen ein deterritorialisierendes und entnationalisierendes Phänomen, das sein Publikum jenseits von Staatsgrenzen in Fanszenen zusammenbringt, es vor den Bildschirmen und Kinoleinwänden versammelt und zur weltweiten Kommunikation, Zirkulation und Hybridisierung von Ideen, Bildern, kulturellen Artefakten und Werthaltungen beiträgt. Vor dem Hintergrund dieser „transnationalen

1 Im deutschsprachigen Bereich zuletzt etwa in Form der Tagung *One Nation under a Groove* der Gesellschaft für Populärmusikforschung (1.–3. November 2019), des Workshops *The Sound of Germany. Wie politisch ist der deutsche Pop?* der Universität Koblenz (27.–29. März 2019) oder im Rahmen des von der VolkswagenStiftung geförderten Projektes *Popular Music and the Rise of Populism in Europe*.

2 Appen/Hindrichs 2020, 7–15, hier: 7.

3 Vgl. zum normativen Pop-Begriff insbesondere Diederichsen 2013, 185–195. Dazu auch den Beitrag von Moritz Ege in diesem Band.

4 Appadurai 1996, 178–199.

Geschichte“<sup>5</sup> der Pop- und Populärkulturen bilden affirmative Bezüge auf das Nationale so zunächst eine Irritation.<sup>6</sup>

Gerade in Zeiten beschleunigter soziokultureller Transformationen und fluide werdender räumlicher Orientierungen dient die Frage nach dem Nationalen im Pop so regelmäßig als Anlass, um sich über den zeitspezifischen Status der populären Kulturen als Gegenstand reaktionärer Vereinnahmung oder als Moment kreativer Emanzipation zu vergewissern.<sup>7</sup> Vor dem Hintergrund von Punk und Neuer Deutscher Welle formierte sich so in Deutschland zu Beginn der 1980er Jahre um Autoren wie Diedrich Diederichsen eine neue kritisch-reflektierte Auseinandersetzung mit dem Verhältnis von Pop und Nationalem, die in ihrem progressiv-normativen Verständnis von Pop bis heute prägend für die deutschsprachige Popkritik ist. Auch die frühen 2000er Jahre brachten eine Konjunktur für die kritische Reflektion von Pop und Nation mit sich. Kampagnen wie *Du bist Deutschland*, eine Radioquotenregelung für deutsche KünstlerInnen und nicht zuletzt das sogenannte „Sommermärchen“, die Fußball-WM 2006 mit ihren wirkmächtigen Bildern von in schwarz-rot-gold verkleideten Feiernden, bildeten für die eine Seite einen neuen unverkrampften Umgang mit dem Nationalen, einen „schwarz-rot-geilen Zeitgeist“, ab, für die andere einen Angriff auf die progressiven und emanzipatorischen Potentiale von Popmusik. Ein Beispiel aus diesen Jahren bildet die Initiative *I Can't Relax in Deutschland* (ICRID), ein loser Verbund verschiedener KünstlerInnen und Popintellektueller, unter anderem Martin Büsser und Roger Behrens, die um 2005 eine zunehmende „Nationalisierung der Popkultur“ kritisierten. Im vorliegenden Band setzt sich MORITZ EGE mit seinem Beitrag *Die antinationale Mikropolitik der Popkultur als Schreckbild und Verheißung. Über Pop-Figurationen und gespaltene Gesellschaften* mit derartigen Positionsbestimmungen des Pop gegenüber dem Nationalen auseinander. Auf der Grundlage einer Diskursanalyse der vornehmlich deutschsprachigen Popkritik stellt er die Frage, inwieweit antinationalistische, antinationale und antipopuläre Positionen in der Popkultur präfiguriert sind. Dabei hinterfragt der Text zugleich kritisch aktuell normative Zuschreibungen eines progressiven ‚wahren‘ Pop<sup>8</sup> aber auch weitere populäre Narrative einer gesellschaftlichen Spaltung entlang des Nationalen in den populären Kulturen.

Mit letzterem lenkt Ege den Blick auch auf die aktuellste „Wiederkehr des Nationalen“<sup>9</sup> in den populären Kulturen, die seit den mittleren 2010er Jahren zunehmend politische Polarisierungen und ein Erstarken nationalkonservativer Politiken und populistischer Strömungen in den Gesellschaften des globalen Nordens (aber auch darüber hinaus) zu reflektieren scheint. Als verdeckte Nebenfolge von Globalisierungsprozessen im Sinne Ulrich Becks gelesen,<sup>10</sup> bildet die Retrotopie von Nationen

5 Mrozek 2021.

6 Siehe hierzu auch die Arbeit von Kruse 2013.

7 Vgl. Seeßlen 2018.

8 Vgl. Balzer 2019.

9 Vgl. Götz 2011a; Götz 2011b, 129–155.

10 Beck 1996, 19–112.

mit klaren ethnischen und territorialen Grenzen für breiter werdende Bevölkerungsteile in vielen Staaten eine zunehmend attraktive Zukunftsoption, was sich etwa an den Wahlerfolgen rechtspopulistischer Parteien, aber auch der Formierung demokratiefeindlicher Protestbewegungen widerspiegelt. Der Transfer politischer Gestaltungsmacht seitens der Nationalstaaten an globale Machtblöcke wie die Europäische Union oder überstaatliche Organisationen und Institutionen, eine beschleunigte digitale Vernetzung in den globalen *financescapes* und *ideoscapes* (Appadurai) sowie eine zunehmend dynamische Migration bilden Herausforderungen für nationalstaatliche Ordnungsmodelle.<sup>11</sup> Auf die damit verbundenen Ängste reagierten einzelne Bevölkerungsgruppen in den Staaten Europas und Nordamerikas mit einer Regression „zurück ans Stammesfeuer“<sup>12</sup> nationaler Grenzen und Gemeinschaften, wie sie der britische Soziologe Zygmunt Bauman in seinem einflussreichen Großessay *Retrotopia* als kennzeichnend für die Gegenwart versteht. Dahinter verweist Bauman auf einen vorpolitischen, integrativen Nationalismus, der versucht, über Argumente des Nationalen und Begriffe wie ‚Volk‘, aber auch ‚Rasse‘ den Deterritorialisierungsprozessen der Gegenwart überschaubare Gemeinschaften und Loyalitäten entgegenzusetzen. Die Folge dieser auf Homogenität zielenden Politiken sind häufig Narrative der Exklusion,<sup>13</sup> die über die Medien der Unterhaltungs- und Vergnügungskulturen weiter resonieren.

Wie bereits in der Entstehungsphase der europäischen Nationalstaaten im 19. Jahrhundert kommt den Unterhaltungs- und Vergnügungskulturen, der populären Musik, den Literaturen, in der Formierung dieser neuen imaginierten Gemeinschaften eine überragende Bedeutung zu.<sup>14</sup> Besonders der Blick auf die Länder des östlichen und südöstlichen Europa illustriert eindrucksvoll, wie Medien der populären Kulturen teils strategisch, teils unreflektiert als Resonanzraum für neue Nationalismen fungieren. In Ländern wie Polen und Ungarn zählen populärkulturelle Angebote mittlerweile zu den festen Instrumenten einer nationalistischen Politik. Rechtsnationale, geschichtsrevisionistische, antisemitische, antiziganistische und homophobe Tendenzen sind hier Teil eines populärkulturellen Mainstreams geworden, der sich in besucherstarken Festivals ebenso artikuliert wie im Mode- und Computerspielesektor.<sup>15</sup> Phänomene wie der Massenerfolg der ungarischen Rechtsrock-Band *Kárpátia*<sup>16</sup> oder die Allianzen zwischen Black Metal und rechtsextremen Milizen<sup>17</sup>, illustrieren dabei die hohe Wirkmacht nationaler Bilder, Mythen und Erzählungen in Musik, TV, Kino und (Computer-)Spielen.<sup>18</sup>

11 Geulen 2021, 215–222, hier: 220; Gingrich/Banks 2006, 1–27, hier: 8.

12 Bauman 2017, 65.

13 Vgl. Holmes 2000.

14 Anderson 2005; Geulen 2021, 215–222, hier: 218–219; Hobsbawm 1991.

15 Vgl. Götz/Roth/Spiritova 2017.

16 Vgl. Ozsváth 2014.

17 Vgl. Trummer 2011a, 45–57; Trummer 2011b, 270–277; Nevic 2019.

18 Vgl. Spiritova 2020, 43–56.



In seiner Bindung an die globale *mediascape* der populären Kulturen gewinnt dieser neue Nationalismus selbst eine transnationale Qualität. Auf Rechtsrockkonzerten treffen sich NationalistInnen unterschiedlicher Herkunft und vergemeinschaften sich jenseits nationaler Grenzen hinweg über die geteilten Ideen ethnischer und kultureller Homogenität. Christian Geulen resümiert: „Die Nation, für die hier geworben und protestiert wird, ist eigentlich keine gegebene Partikularität mehr, sondern ein diffuses, aber umso flexibleres Programm der Stiftung von Gemeinschaftlichkeit durch Ausgrenzung und Anfeindung von allem, was irgendwie fremd erscheint.“<sup>19</sup>

## **Nation und Nationalismus als Gegenstand europäisch-ethnologischer Populärkulturforschung**

Unterhaltung und Vergnügung werden hier, in dieser retrotopischen Appropriation des Nationalen und des Nationalistischen zu einem Problem, das die Europäische Ethnologie/Empirische Kulturwissenschaft in ihren methodischen und epistemologischen Stärken unmittelbar herausfordern sollte. Eine besondere Qualität des Faches liegt darin, was Kaspar Maase (in Anlehnung an Marc Augé) in seiner Forderung „Wir müssen schielen“<sup>20</sup> meint. Dabei gilt es, aus akteurszentrierten und praxeologischen Perspektiven, gewissermaßen aus dem Alltag der Menschen kommend, die großen soziokulturellen Transformationslinien in den Blick zu nehmen. Mit dieser fachspezifischen Stärke, das ‚Große‘ im ‚Kleinen‘ durch theoriegeleitete Empirie und ethnografische Sensibilität gleichermaßen sichtbar zu machen und in konkreten Fallstudien zu erden,<sup>21</sup> verfügt die Europäische Ethnologie/Empirische Kulturwissenschaft über ein hohes Erkenntnispotential im interdisziplinären Kontext der Populärkultur- aber auch der Nationalismusforschung.<sup>22</sup> Dazu bietet auch die traditionelle Skepsis der fachspezifischen Epistemologie gegenüber normativen ethnischen, räumlichen und im Besonderen nationalen Vergemeinschaftungsformen sowie die Sensibilität für alternative Szenen und marginalisierte Bevölkerungsgruppen eine besondere kritische Reflektionsebene, um die Bedeutung von Nation und Nationalismus in den Unterhaltungskulturen auf Alltags- beziehungsweise Akteursebene analytisch zu durchdringen. Die kreative, ideologische und ästhetische Aushandlung von Nation und Nationalismus in den populären Kulturen bietet in der Gegenwart ein nahezu grenzenloses Forschungsfeld, das die europäisch-ethnologische/empirisch-kulturwissenschaftliche Forschung vor erhebliche Herausforderungen stellt. Wie die regelmäßigen Konjunkturen des Nationalen in den populären Kulturen und der Popkritik bereits andeuten, verfügt das Zusammenspiel von Unterhaltung, Vergnügung und Nation auch über eine historische Tiefe. Sie reicht in Anschluss an Hans-Otto Hügel mindestens in jene Phase ab der Mitte des 19. Jahrhunderts, als in den Gesellschaften Europas und Nord-

19 Geulen 2018.

20 Maase 2010, 11–19, hier: 12.

21 Vgl. Geertz 1996.

22 Vgl. Götz 2011b, 129–155.

amerikas die technischen und soziokulturellen Bedingungen dafür gegeben waren, dass sich ein leicht verfügbarer, weitgehend unzensurierter Medienmarkt für ein breites, weitgehend alphabetisiertes Publikum mit Freizeit und gewissen finanziellen Freiheiten etablieren konnte.<sup>23</sup>

Das Verhältnis von Unterhaltung und Nation stellt sich dabei als ambivalent dar und spiegelt in seinem Oszillieren zwischen „Ernst und Unernst“<sup>24</sup> jene ästhetische Zweideutigkeit wider, die Hans-Otto Hügel mit Bezug auf Günther Anders als charakteristisch für die Unterhaltungskulturen ausmacht. Früh verbinden sich dabei nationale Propaganda und Feindbilder mit Appellen an die Affekte, so etwa im Lied *Die Wacht am Rhein*, das 1840 von Max Schneckburger anlässlich der Rheinkrise als Statement nationaler Entrüstung gegen die französischen Pläne, die Landesgrenze an den Rhein vorzuverlegen, verfasst worden war. Das 1854 von Carl Wilhelm vertonte Lied erreichte in der Folge über Liedblätter und Gesangsvereine ein Millionenpublikum, sodass bereits um 1900 landesweit zahlreiche Parodien auf das pathoschwere Stück kursierten<sup>25</sup> – auch das: die freie, ironische Aneignung und unernte Umdeutung bilden ein Merkmal populärkultureller Kreativität im Umgang mit nationalem Ernst. Zuletzt hatte übrigens Heino 1977 das Lied noch ganz unironisch in seinem Bühnenprogramm.

Ein zweites Beispiel, das eine andere Form des Zusammenspiels von Nation und Unterhaltungskultur liefert, bietet die Amerikabegeisterung der Nachkriegszeit. Kaspar Maase hat herausgearbeitet, wie in den 1950er und 1960er Jahren Schlager und Rockmusik vor allem für die junge Generation einen Imaginationsraum geöffnet haben, in denen das Amerikanische gewissermaßen als nationale Qualität für Werte wie Freiheit, Aufbruch und den Widerstand gegen den Mief der deutschen Eltern- und Kriegsgeneration stand.<sup>26</sup> Ein positiv besetztes Nationales diente hier vielen Jugendlichen im Europa der Nachkriegszeit als wirkmächtige Utopie gegenüber einem als erdrückend empfundenen Konservatismus.

Ein drittes Beispiel für den ambivalenten Umgang von Populärkultur und Nationalem bietet auch die Rockmusik der späten 1960er Jahre, die sich erstmals dezidiert gegen nationale Politiken, etwa den Vietnamkrieg wandte, und dabei auch zahlreiche nationale Symbole kaperte und umdeutete. Zu den beeindruckendsten Beispielen zählt hier sicher Jimi Hendrix' akustische Dekonstruktion der amerikanischen Nationalhymne vor 400.000 ZuschauerInnen in Woodstock. Die kritische Auseinandersetzung mit dem Nationalen bleibt seither ein *basso ostinato* der populären Kulturen und deren subversiver Aneignung hegemonialer Vergemeinschaftungsangebote wie dem Nationalen.<sup>27</sup>

23 Vgl. Hügel 2003, 1–22.

24 Hügel 1993, 128–129. Siehe auch: Anders 1980, 142–143.

25 Vgl. Jordan 2007, 279–280.

26 Vgl. Maase 2011.

27 Was ab den 1970er Jahren besonders die Studien des *Centre for Contemporary Cultural Studies* in Birmingham offenlegten. Vgl. u. a. Clarke 1989, 175–191; Hebdige 1991; Willis 1978.

Auch aktuell zeichnet sich hinter den Diagnosen einer „Wiederkehr des Nationalen“ ein wesentlich heterogeneres Bild ab, was das Verhältnis von populären Unterhaltungskulturen und dem Nationalen betrifft. So steht einer wachsenden Instrumentalisierung der populären Medien durch populistische und nationale Kontexte auch eine wesentlich höhere Sichtbarkeit linken/linksliberalen Protests („Wir sind mehr!“, „#ichbinhier“, „Kein Bier für Nazis!“) gegenüber, der sich gleichsam in erster Linie über die Medien der populären Kulturen artikuliert.

Das Nationale ist also weder ein eindimensionales, noch ein neues Argument, wenn es um populäre Kulturen geht. Mehr noch: in seiner Geschichtlichkeit<sup>28</sup> ist es den Unterhaltungs- und Vergnügungskulturen als Code eingeschrieben, der bestimmte Genretraditionen hervorbringt und marktfähig macht. Im koreanischen K-Pop dient die nationale Verortung ebenso als Verkaufsargument, wie im ‚teutonisch‘ gerollten ‚Rrr‘ des Rammstein-Sängers Till Lindemann. Die franko-belgische Comictadtion bürgt qua Herkunft bei ihrem Publikum ebenso für Qualität und Unterhaltungswert, wie der norwegische Black Metal für seine HörerInnen.

Entgegen dieser Dichte der gegenseitigen Bezugnahmen bildet die Erforschung des Nationalen in den Unterhaltungs- und Vergnügungskulturen ein eher jüngerer Feld. Ursächlich scheint eine zweite normative Unterscheidung zu sein, die Fragen des Nationalen im Bereich einer institutionell kanonisierten Staats- und Erinnerungskultur verortet – einer Form von geschichtsfähiger ‚Hochkultur‘ nationaler Eliten, die zugleich als Experten und Autoritäten innerhalb dieser Kultur fungieren.<sup>29</sup> Ihr gegenüber steht eine abwertende Einschätzung der populären Unterhaltungskulturen und damit verbunden auch von deren medialer Repräsentationen nationaler Themen und Bilder. Besonders im Bereich der Erinnerungskultur eröffnen sich hier regelmäßig Debatten über den vermeintlich ‚richtigen‘ Umgang mit nationaler Geschichte und Symbolik.<sup>30</sup> Inwieweit sollten sich das ‚Ernstste‘ und das ‚Unernstste‘ durchdringen? Wo sind die Grenzen einer populärkulturellen Aufarbeitung, etwa von national traumatischen Ereignissen? Besteht die Gefahr einer Trivialisierung national bedeutender Ereignisse und Persönlichkeiten, wenn sie durch Kino, TV oder Videospiele marktfähig für die Unterhaltungsindustrie zugerichtet werden? Im deutschsprachigen Raum markieren Begriffe wie Wulf Kansteiners Diktum der „Knoppisierung von Geschichte“<sup>31</sup> oder die Rede von einer „McDonaldisierung des Gedenkens“<sup>32</sup> dieses Unbehagen über die Aufarbeitung nationaler Themen in den Medien der Unterhaltungs- und Vergnügungskulturen.<sup>33</sup>

28 Vgl. Mrozek/Geisthövel/Danyel 2014, 7–18.

29 Vgl. Hobsbawm 1991.

30 Eine Übersicht findet sich bei Spiritova 2013, 116–129.

31 Kansteiner 2003, 626–648.

32 Levy/Sznaider 2001, 152–161.

33 Zu Medien und Praktiken populärkulturellen Erinnerens siehe den letzten Band der DGEKW-Kommission *Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung*: Bareither/Tomkowiak 2020.

Wichtige Schritte zu einer weniger normativen Auseinandersetzung mit Nation und Nationalismus auf Alltagsebene fanden indes bereits ab den 1990er Jahren statt.<sup>34</sup> Eric Hobsbawm forderte 1991 eine Öffnung der Perspektive für einen alltäglichen Nationalismus ‚von unten‘: „[Nationalism] cannot be understood unless also analyzed from below, that is in terms of the assumptions, hopes, needs, longings and interests of ordinary people, which are not necessarily national and still less nationalist.“<sup>35</sup> Von einem „banalen Nationalismus“ schrieb in Anschluss daran auch der britische Sozialwissenschaftler Michael Billig in Hinblick auf jene massenmedial vermittelten Codes und Symbole des Nationalen, wie sie uns auf Alltagsebene täglich in TV, Kino, Musik und Videospielen begegnen.<sup>36</sup> So etablierte sich zunehmend ein Blick für alltägliche Aushandlungen des Nationalen ‚unterhalb‘ der staatlich formalisierten Gedenk- und Repräsentationspraxen, die nun auch stärker die Rolle der populären Medien in den Blick nahm. Unter Stichworten wie „Neo-Nationalismus“<sup>37</sup> oder „Informalisierung des Nationalen“ arbeiteten Forscher wie Jonas Frykman heraus, wie auf Alltagsebene Ereignisse wie Geburtstagsfeiern aber auch Sportevents oder Mittsommerfeste teils unreflektiert, teils ritualisiert nationale Symbolik einsetzen und so die Makroebene des Nationalen in der Mikroebene der privaten Lebenswelten vergegenwärtigen und veralltäglichen.<sup>38</sup> Die ansonsten im Alltag weitgehend abstrakten Beziehungen und Bindungen, die Mitglieder einer nationalen Gemeinschaft teilen, werden so über Medien und Artefakte der populären Unterhaltungskulturen ästhetisch erlebbar, emotionalisierbar und warenmäßig kommodifizierbar. Es handle sich um einen weitgehend performativen,<sup>39</sup> publikumsorientierten Umgang mit nationalen Symbolen, der das Nationale dabei zugleich refiguriert und über eine populistische „Politik der Gefühle“<sup>40</sup> in die alltäglichen Lebenswelten seines Publikums einpasst.<sup>41</sup> Der britische Humangeograf Tim Edensor resümiert diese zunehmende, oft wenig reflektierte Veralltäglichung und affektive Popularisierung des Nationalen auf Alltagsebene 2002 wie folgt: „Traditional cultural forms and practices of the nation are supplemented, and increasingly replaced in their affective power, by meanings, images and activities drawn by popular culture.“<sup>42</sup> Für die deutschsprachige europäisch-ethnologische Nationalismusforschung griff Irene Götz um die Jahrtausendwende die theoretische Rahmung eines alltagskulturell vermittelten Nationalismus ‚von unten‘ auf und lenkte den Blick dabei auf Gedenktage und Jubiläen, die als kulturelle Performanzen eine zentrale affektive Schnittstelle zwischen elitären Lesarten des Nationalen und seinen

34 Vgl. Billig 1995; Gellner 1991; Hobsbawm 1991.

35 Hobsbawm 1991, 10.

36 Billig 1995.

37 Banks 2006, 50–67.

38 Frykman 1995, 5–15.

39 Banks 2006, 50–67.

40 Haslinger 1987.

41 Vgl. Banks 2006, 50–67, hier: 52.

42 Edensor 2002, 12.

ambivalenten Aushandlungen auf Alltagsebene bildeten.<sup>43</sup> Wie im Zuge von „Wiedervereinigung“ und den jährlichen „Einheitsfeiern“, von „Einwanderungsdebatten“ und „Nation Branding“-Kampagnen verschwunden geglaubte Begriffe um die „deutsche Identität“ und damit verbundene Ausgrenzungen auch und vor allem unter Hinzunahme popkultureller Motive und nationaler Inszenierungsstrategien wieder Einzug in die öffentlichen Diskurse hielten, arbeitet IRENE GÖTZ auch in ihrem Beitrag *Die Wiederentdeckung der „nationalen Identitäten“ im Kontext Wiedervereinigung und Einwanderung. Ethnos und Demos als konfligierende Konzepte symbolischer Politik* für den vorliegenden Band heraus.

Vor dem Hintergrund des oben skizzierten Forschungsinteresses und der spezifischen methodischen Sensibilität der Europäischen Ethnologie/Empirischen Kulturwissenschaft richtet sich der Fokus im Folgenden somit auf die populären Unterhaltungs- und Vergnügungskulturen in ihrer Bedeutung als Schnittstelle zwischen staatlich-politischen Zuschreibungen des Nationalen und des neuen Nationalismus und deren Resonanz in den alltäglichen Lebenswelten einer breiten Bevölkerung. Die Medien der populären Unterhaltungs- und Vergnügungskulturen verstehen wir mit Aleida Assmann als „weit mehr als die Grundlage für weltweite menschliche Kommunikation. Sie vermitteln auch zwischen Mensch und Welt sowie zwischen Mensch und Geist, beziehungsweise Imagination. Aufgrund ihres konstruktiven Charakters sind sie produktive Instrumente der Welthervorbringung und -gestaltung.“<sup>44</sup> Dabei gehen wir davon aus, dass Kulturen der populären Unterhaltung und Vergnügung in ihrer sinnlich-körperlichen Wahrnehmbarkeit, strategisch-kommerziellen Bedingtheit und oft spektakulären Visualität über ungewöhnlich hohe emotionale Qualitäten verfügen, weswegen gerade hier ein besonders herausragendes politisches Mobilisierungspotential im Sinne einer Konjunktur des Nationalen auf Alltagsebene zu vermuten steht. Doch über welche Medien, welche kulturellen Performanzen und welche Affizierungsstrategien findet die Aushandlung des Nationalen in den Unterhaltungs- und Vergnügungskulturen im Einzelnen statt? In welcher Form tauchen nationale Symbole dabei jeweils auf und wie verändern sich traditionelle Zuschreibungen im Zuge dieser Transfigurationen?

In diesem Forschungsinteresse orientiert sich der Band an einem theoretischen Systematisierungsvorschlag, den die SoziologInnen Cynthia Miller-Idriss und Jon Fox in ihrem einflussreichen Aufsatz *Everyday nationhood* an das Thema angelegt haben. Miller-Idriss und Fox setzen auf einen praxeologischen Ansatz, der nicht allgemein nach Konjunkturen des Nationalen fragt, sondern versucht, Nationales und Nationalismus in konkreten Alltagssituationen zu fassen. Sie schlagen dabei vier Felder – oder Schnittstellen – vor, in denen sich Nation und Nationales vermittelt durch populäre Medien und Performanzen auf Alltagsebene durchdringen und manifestieren: a) „performing the nation“, b) „talking the nation“, c) „choosing the nation“ und

43 Vgl. Götz 2011a.

44 Assmann 2006, 89.

d) „consuming the nation“.<sup>45</sup> In der inhaltlichen Strukturierung der Beiträge greifen wir diesen Vorschlag in leicht veränderter und an die vorliegenden Fallstudien angepasster Form in insgesamt drei Kapiteln auf.

## Performing the nation. Performanz und Partizipation

Die Beiträge des ersten Kapitels umfassen Analysen, die sich mit der öffentlichen Inszenierung von Nation und Nationalismus im Kontext von Musikszenen, politischen und geschichtskulturellen Events und in Onlinecommunities auseinandersetzen. Sie eint ein gemeinsames Interesse an – gerade für neo-nationalistische Kontexte zentrale<sup>46</sup> – Praxen der publikumswirksamen Ästhetisierung, Emotionalisierung und Subjektivierung des Nationalen. So geht AGNIESZKA BALCERZAK in *„Amor patriae nostra lex“: Das Nationale als Identitätsmarker und ästhetische Ressource am Beispiel der Rechtsrock-Szene in Polen* Fragen nach der (rechts-)nationalen „Soundpolitisierung“ und den erinnerungskulturellen Semantiken audiovisueller Angebote unter anderem der polnischen Bands *Konkwista 88* und *Horytnica* nach. Dabei kann sie zeigen, wie sich im Zuge einer rechtsnationalen (Geschichts-)Politik ein „pop-nationalistisches“, „patriotisch-historisches“ und in Polen an den ‚Mainstream‘ anschlussfähiges Subgenre des Rechtsrocks etabliert hat. Wie sich rechtsnationale Parteien in Europa populäre Musikgenres zu eigen machen, zeigt das transnationale Projekt *Popular Music and the Rise of Populism in Europe*. In ihrem Beitrag *Populäre Musik als nationalistische Ressource? Vergleichende Schlaglichter auf AfD, FPÖ und die Schwedendemokraten (SD)* untersuchen KAI GINKEL, ANNA SCHWENCK, MELANIE SCHILLER, ANDRÉ DOEHRING und MARIO DUNKEL mit den Methoden der Musikologie und ethnografischen Feldanalyse die Prozesse der „Normalisierung“ rechtspopulistischer Parteipolitiken mithilfe populärer Musikpraxen. JENS WIETSCHORKE unternimmt mit Rückgriff auf Paul Taggart's Konzept des *Heartland* einen „kulturanalytischen Versuch zu *Andreas Gabis*“, indem er anhand der Analyse der (Selbst-)Inszenierungen des „VolksRock'n'Rollers“ auf Konzerten, Plattencovern und in Interviews danach fragt, inwieweit dort populistische Momente auszumachen sind, die zur „rechten Hegemonie“<sup>47</sup> im Pop beitragen. Bemerkenswert ist hier seine Auswertung von LeserInnenbriefen und Kommentaren auf Social Media-Kanälen, die sich direkt an ihn und seine in den Augen der Fans tendenziöse Kulturanalyse ihres Idols und gegen das „liberale akademische und journalistische Meinungsregime“ richten.

Praktiken der Living History und des Reenactments stehen im Zentrum des Beitrags *„Inzwischen bin ich kosmopolitischer“: Bezugnahmen in der Living History zwischen persönlicher Biografie und Transnationalität* von STEFANIE SAMIDA und MIRIAM SÉNÉCHEAU. Die Autorinnen kommen in ihren ethnografischen Erhebungen und Analysen von Living History-Fernsehformaten zu dem Ergebnis, dass das „Nationale“

45 Fox/Miller-Idriss 2008, 536–563, hier: 538–539.

46 Vgl. Gingrich/Banks 2006, 1–27; Geulen 2018.

47 Seeßlen 2018, 171.



für die darstellenden AkteurInnen nur eine von verschiedenen Identifikationsfiguren darstellt. Aufgrund lebensgeschichtlicher Hintergründe erweisen sich lokale und regionale, zusehends auch transnationale (etwa in deutsch-französischen Reenactments des Ersten Weltkriegs) Bezüge als dominanter. Nation und nationalistische Praktiken spielen hingegen in CHENYANG SONGS Beitrag *Die chinesische Nation als pop-kulturelles Konzept und Identitätsmarker: Internet-Praktiken der neuen Generation chinesischer Online-NationalistInnen* eine prominente Rolle. In seiner Internet-Ethnografie zeigt Song am Beispiel der nationalistischen Online-Bewegung *Little Pinks* auf, wie bestimmte technische Affordanzen in sozialen Medien in China zur Meinungsbildung beitragen und wie *Little Pinks* mit Internet-Memes, *Trolling*-Kampagnen und Denunziation die „chinesische Nation“ wie einen Popstar inszenieren und gegenüber anderen Nationen überhöhen.

### **Narrating the nation. Mediales Erzählen**

Der zweite thematische Block bündelt Beiträge, die sich mit der narrativen Diskursivierung des Nationalen auf Alltagsebene auseinandersetzen. Der Fokus liegt dabei auf populärmedialen Erzählungen mit hoher Publikumsreichweite und umfasst Comics, Internet-Memes, Presseerzeugnisse und Spielfilme. Den Anfang macht TIMO SAALMANN mit „Nazis! I hate these guys.“ *Indiana Jones, das „Dritte Reich“ und die westdeutsche Erinnerungskultur der 1980er Jahre*. Sein Beitrag fokussiert auf Konstruktionen nationaler Stereotype in US-amerikanischen Unterhaltungsmedien am Beispiel der *Indiana Jones*-Filme und fragt nach dem Einfluss der Filmnarrative auf die bundesrepublikanische Geschichts- und Erinnerungskultur. Dabei formuliert der Autor die These, die populärkulturelle Konstruktion des „bösen Nazis“ habe den jüngeren ZuschauerInnen eine Distanz zur Tätergeneration ermöglicht, was den Diskursen zur Vergangenheitsbewältigung der 1950er bis 1980er entspricht. Heterostereotype Deutschlandbilder sind auch Gegenstand des Beitrags *Alpen, Schwarzwald, Fachwerkhäuser. Zum othering von Deutschland in US-SuperheldInnencomics* von MATTHIAS HARBECK. In Comicheften der US-Verlage Marvel und DC aus den Jahren 1945 bis 2016 analysiert der Autor neben den Charakteren vor allem die Schauplätze und Landschaften, die maßgeblich zur (bild-)diskursiven Konstruktion des ‚Anderen‘ beitragen. Mit (negativen) Fremdzuschreibungen beschäftigt sich auch LISA KIENZL. Ihr Beitrag *Redefreiheit, Nation und die Konstruktion des Anderen: Eine Analyse der Online-Berichterstattung zur „Blitzchung“-Kontroverse in US-amerikanischen Tageszeitungen* behandelt den US-amerikanischen Mediendiskurs infolge der Ereignisse rund um die symbolische Solidaritätsbekundung des E-Sports-Spielers Ng Wai Chung anlässlich der Proteste in Hong Kong. Die Autorin identifiziert in den Debatten eine Gemengelage aus politischen (antichinesischen) Positionierungen und ökonomischen sowie gesellschaftlichen Interessen, gepaart mit einem Rekurs auf demokratische Werte wie Redefreiheit, über die sich die USA als Nation gegenüber China definieren.

Eine andere Perspektive wählen JELENA JAZO und NIKLAS VON REISCHACH in ihrer Untersuchung zu Darstellungen des „Deutschseins“ in der gegenwärtigen Inter-

netkultur. Am Beispiel von sogenannten „Alman“-Memes, deren RezipientInnen vor allem die „Almans“, also die Deutschen selbst sind, gehen sie dem Phänomen des *Internet-„Humors“* nach. Die besonders von Jugendlichen und jungen Erwachsenen konsumierten „Alman“-Memes oszillierten in ihren Inhalten und Botschaften zwischen Humor, Spott und (Selbst-)Ironie auf der einen und Nationalismus und Rassismus auf der anderen Seite. Da Letztere zumeist unter dem Deckmantel des Humors firmierten und ihr rassistisches Potential sich auf den ersten Blick nicht immer erkennen lasse, plädieren die AutorInnen zurecht für eine kritische „zeitgemäße Bild-didaktik“. Der thematische Block zum medialen Erzählen schließt mit dem Aufsatz von MONIKA LEHNER zu chinesischen, auch außerhalb Chinas erfolgreichen und zum Teil für den europäischen und US-amerikanischen Markt produzierten Monumentalfilmen der Jahre 1998 bis 2008. Anhand ausgewählter Historienfilme des *wūxiá*-Genres, das Schlachten und Schwertkämpfe an (pseudo-)historischen Schauplätzen actionreich wie poetisch in Szene setzt, fragt die Autorin nach der Thematisierung und medialen Ausgestaltung nationaler Ideen und historischer Narrative und ihrer Rezeption in und außerhalb Chinas.

### **(Re-)Branding the nation. Konsum und Produktion**

Der dritte thematische Schwerpunkt umfasst drei Fallstudien zur Produktion und zum Konsum von populärkulturellen Medien und Artefakten im Alltag.<sup>48</sup> Im Zentrum stehen Versuche, nationale Semantiken über Konsumprodukte, im Besonderen Mode und Musik zu veralltäglichen, um so „vopolitische Zugehörigkeitsgefühle“<sup>49</sup> zu politisieren. Den Auftakt dazu macht FELIX SCHILK mit einer diskursanalytischen Untersuchung von Texten in neurechten Zeitschriften wie der *Sezession*. Ausgehend von der Kulturpolitik des historischen Faschismus setzt er sich in seinem Beitrag *Brand the Nation! Die Popkulturalisierung der Nation in der Neuen Rechten* mit Kulturkonzepten und pop-nationalistischen Strategien in neurechten intellektuellen Diskursen auseinander. Dabei zeigt er anhand von aktuellen Beispielen wie politische Ressentiments und Affekte popkulturell und marktgängig aufbereitet werden mit dem Ziel die kulturelle Hegemonie zu beeinflussen. Mit Nationalismus als populärkultureller, ökonomischer Ressource beschäftigt sich auch JOS STÜBNER in seiner Untersuchung zum polnischen Modelabel *Red is Bad*, das mit „Retroanleihen und Hipsterästhetik“ rechtsnationale Geschichtsbilder in alltagkulturelle Kontexte vermittelt. Sein Beitrag zeigt einmal mehr die Bedeutsamkeit von nationalen historischen Narrativen in Ost(mittel)europa, die über Konsumangebote veralltäglicht werden und vor allem in Polen und Ungarn zur Normalisierung revisionistischer und zum Teil extrem rechter Haltungen beitragen. Um popkulturelle Angebote, die im Zweiten Weltkrieg und der unmittelbaren Nachkriegszeit zum *branding the nation* beitrugen, geht es in „*Words are long range artillery!*“ *Der ARFS und das US-amerikanische V-Disc Programm in*

48 Vgl. Fox/Miller-Idriss 2008, 536–563, hier: 538–539.

49 Geulen 2018.



*Musikobjekten (1943–1949)* von LAURA NIEBLING. In ihrer Untersuchung rekonstruiert sie am Beispiel des Formats der „Victory“-Discs die „sonische Kriegsführung“ der USA während des Zweiten Weltkriegs.

Alle Beiträge des vorliegenden Sammelbandes arbeiten die Bedeutungen heraus, die pop(ulär)kulturelle Angebote im Alltag besitzen: Es geht um Unterhaltung und Vergnügung, die ihr Publikum mit nationalen Semantiken und Botschaften in Form von Mode, Musik, Filmen, Comics und den Freizeitpraxen der digitalen Communities erreicht. Dabei zeigt sich, dass die Grenzen zwischen humorvollem, spielerischem Umgang mit dem Nationalen und der Produktion und dem vergnüglichen Konsum eines zum Teil gefährlichen Nationalismus fließend sind. Zum Zeitpunkt der Tagung *Pop the Nation. Die Nation als Ressource und Argument in Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung* ereignete sich der rassistisch motivierte Anschlag in Hanau. Neun Menschen wurden ermordet, als sie einer Freizeitbeschäftigung nachgingen, in Cafés saßen, sich unterhielten und vermutlich Spaß hatten. Weitere Menschen wurden bei dem Anschlag zum Teil schwer verletzt, der Attentäter tötete anschließend seine Mutter und sich selbst. Die vorwiegend jungen Menschen wurden ermordet, weil sie nicht den ethnonationalistischen und rassistischen Vorstellungen des Attentäters entsprachen.

Während diese Publikation zum Abschluss kommt, findet der Angriffskrieg Russlands gegen die Ukraine statt. Bereits jetzt gibt es unzählige Memes, Graffiti, Lieder, Texte, Objekte und (mediale) Praktiken, die das Unfassbare in Produkte der populären Kultur übersetzen und in die Alltage der Menschen vermitteln. So entmenschlicht die ukrainische Seite das russische Militär mit der Bezeichnung „Orks“ und rekurriert damit auf Tolkiens Fantasyepos *Herr der Ringe*. Es zirkulieren Porträts von Vladimir Putin, die ihn in Gestalt des bösen, machtbesessenen Lord Voldemort zeichnen, während Wolodymyr Selenskyj in der Gestalt von Harry Potter auftritt. Andere Bilder, die als Memes von Plattformen wie 9GAG oder Reddit aus auch die Facebook-, Twitter- und Instagram-Feeds von Millionen von NutzerInnen erreichen, zeigen den ukrainischen Präsidenten im Stile des Marvel-Comics-Superhelden *Captain America*. Es ist davon auszugehen, dass dieser Krieg, der ganz Europa und die Welt erschüttert, und der bereits nach zwei Wochen Tausende zivile Opfer gefordert hat, so weitergehende Nationalismen fördern wird: in der Ukraine, wo sich das Narrativ einer jungen, von Russland schon immer unterdrückten, doch mutigen und widerstandsfähigen Nation weiter verhärten wird, ein Narrativ, dass nationalistischen Ressentiments gegenüber Russland (noch mehr) Vorschub leisten wird. In Russland, das sich einem arroganten „Westen“ gegenübersehen sieht. Aber, das ist ebenso anzunehmen, auch in Polen, der Slowakei, in Moldau, Ungarn und Rumänien, und auch in Deutschland und weiteren Ländern, die derzeit (noch) bereit sind, Geflüchtete aus der Ukraine aufzunehmen. Schon jetzt finden diese neu aufkommenden Nationalismen Eingang in alltags- und populärkulturelle Kontexte. Insofern sehen wir den sechsten Band der Kommissionsreihe *Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung*, der das nicht immer vergnügliche Thema des „Nationalen“ als Schwerpunkt hat, auch als Appell, die problemati-

schen Schnittstellen von Nationalismus und Popkultur auch zukünftig im Blick zu behalten und intensiver zu erforschen.

Dass wir nun diesen Tagungsband vorlegen können, ist der großzügigen Unterstützung durch den *Schroubek Sonderfonds Östliches Europa* geschuldet. Wir bedanken uns sehr dafür, dass der Fonds Tagung und Publikation gefördert hat. Auch bei der Bayerischen Akademie der Wissenschaften, dem Regensburger Verein für Volkskunde sowie der Münchner Vereinigung für Volkskunde möchten wir uns für weitreichende logistische Unterstützung während der Tagung sowie die finanzielle Förderung bedanken.

## Literatur

- Anderson, Benedict: Die Erfindung der Nation: Zur Karriere eines folgenreichen Konzepts. 3. Aufl. Frankfurt am Main 2005.
- Anders, Günther: Die Antiquiertheit des Menschen, Bd. 1: Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution. München 1980.
- Appadurai, Arjun: The Production of Locality. In: Ders.: *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis/London 1996, S. 178–199.
- Appen, Ralf von/Hindrichs, Thorsten: Editorial. In: Dies. (Hg.): *One nation under a groove – „Nation“ als Kategorie populärer Musik*. Bielefeld 2020, S. 7–15. <https://doi.org/10.1515/9783839455814-001>
- Assmann, Aleida: Einführung in die Kulturwissenschaft. Grundbegriffe, Themen, Fragestellungen. Berlin 2006.
- Balzer, Jens: Pop und Populismus: über Verantwortung in der Musik. Hamburg 2019.
- Banks, Marcus: Performing „Neo-nationalism“: Some Methodological Notes. In: Gingrich, André/Banks, Marcus (Hg.): *Neo-nationalism in Europe and beyond: perspectives from social anthropology*. New York 2006, S. 50–67.
- Bareither Christoph/Tomkowiak, Ingrid (Hg.): *Mediated Pasts – Popular Pleasures. Medien und Praktiken populärkulturellen Erinnerns (= Kulturen populärer Vergnügung und Unterhaltung, Bd. 5)*. Würzburg 2020.
- Bauman, Zygmunt: *Retrotopia*. Berlin 2017.
- Beck, Ulrich: Das Zeitalter der Nebenfolgen und die Politisierung der Moderne. In: Beck, Ulrich/Giddens, Anthony/Hall, Scott: *Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse*. Frankfurt am Main 1996, S. 19–112.
- Billig, Michael: *Banal nationalism*. London/Thousand Oaks 1995.
- Clarke, John u. a.: Style. In: Hall, Stuart/Jefferson, Tony (Hg.): *Resistance Through Rituals. Youth Subcultures in Post-war Britain*. London (1989) [1975], S. 175–191.
- Diederichsen, Diedrich: Pop – deskriptiv, normativ, emphatisch (1996). In: Goer, Charis/Greif, Stefan/Jacke, Christoph (Hg.): *Texte zur Theorie des Pop*. Stuttgart 2013, S. 185–195.
- Edensor, Tim: *National Identity, Popular Culture and Everyday Life*. Oxford/New York 2002.
- Fox, Jon E./Miller-Idriss, Cynthia: Everyday nationhood. In: *Ethnicities* 8,4 (2008), S. 536–563. <https://doi.org/10.1177/1468796808088925>
- Frykman, Jonas: The Informalization of National Identity. In: *Ethnologia Europaea* 25,1 (1995), S. 5–15. <https://doi.org/10.16995/ee.828>

- Geertz, Clifford: Welt in Stücken. Kultur und Politik am Ende des 20. Jahrhunderts. Wien 1996.
- Gellner, Ernest: Nationalismus und Moderne. Berlin 1991.
- Geulen, Christian: Nationalstaat. In: Schmidt-Lauber, Brigitta/Liebig, Manuel: Begriffe der Gegenwart. Ein kulturwissenschaftliches Glossar. Göttingen 2021, S. 215–222. <https://doi.org/10.7767/9783205212744.215>
- Geulen, Christian: Zur „Wiederkehr“ des Nationalismus – Essay. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 48 (2018). URL: <http://www.bpb.de/apuz/280564/zur-wiederkehr-des-nationalismus> [30.9.2019].
- Gingrich, André/Banks, Marcus: Introduction. Neo-nationalism in Europe and Beyond. In: Dies. (Hg.): Neo-nationalism in Europe and beyond: perspectives from social anthropology. New York 2006, S. 1–27.
- Götz, Irene: Deutsche Identitäten. Die Wiederentdeckung des Nationalen nach 1989. München 2011a. <https://doi.org/10.7788/boehlau.9783412214135>
- Götz, Irene: Zur Konjunktur des Nationalen als polyvalenter Vergemeinschaftungsstrategie. Plädoyer für die Wiederentdeckung eines Forschungsfeldes in der Europäischen Ethnologie. In: Zeitschrift für Volkskunde 107/II (2011b), S. 129–155.
- Götz, Irene/Roth, Klaus/Spiritova, Marketa (Hg.): Neuer Nationalismus im östlichen Europa. Kulturwissenschaftliche Perspektiven (Ethnographische Perspektiven auf das östliche Europa, Bd. 3). Bielefeld 2017.
- Haslinger, Josef: Politik der Gefühle. Ein Essay über Österreich. Berlin 1987.
- Hebdige, Dick: Subculture: the meaning of style. London/New York 1991.
- Hobsbawm, Eric J.: Nations and Nationalism since 1780: Program, Myth, Reality. Cambridge 1991. <https://doi.org/10.1017/CCOL0521439612>
- Holmes, Douglas R.: Integral Europe: fast-capitalism, multiculturalism, neofascism. Princeton 2000.
- Hügel, Hans-Otto: Einführung. In: Ders. (Hg.): Handbuch Populäre Kultur: Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart 2003, S. 1–22.
- Hügel, Hans-Otto: Ästhetische Zweideutigkeit der Unterhaltung. Eine Skizze ihrer Theorie. In: montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation 2,1 (1993), S. 128–129. [https://doi.org/10.1007/978-3-476-05001-4\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-476-05001-4_1)
- Jordan, Stefan: Schneckenburger, Max. In: Neue Deutsche Biographie 23 (2007), S. 279–280.
- Kansteiner, Wulf: Die Radikalisierung des deutschen Gedächtnisses im Zeitalter seiner kommerziellen Reproduktion: Hitler und das „Dritte Reich“ in den Fernsehdokumentationen von Guido Knopp. In: Zeitschrift für Geschichtswissenschaft 51 (2003), S. 626–648.
- Kruse, Merle-Marie: Pop Macht Nation. Affirmationen und Irritationen nationaler Identität in Texten deutschsprachiger Popmusik. Münster 2013.
- Levy, Daniel/Sznajder, Natan: Erinnerung im globalen Zeitalter: Der Holocaust. Frankfurt am Main 2001.
- Maase, Kaspar: Was macht Populärkultur politisch und wie erschließt man das analytisch? In: Ders.: Was macht Populärkultur politisch? Wiesbaden 2010, S. 11–19.
- Maase, Kaspar: Das Recht der Gewöhnlichkeit: über populäre Kultur. Tübingen 2011.
- Mrozek, Bodo: Jugend – Pop – Kultur. Eine transnationale Geschichte. Bonn 2021.
- Mrozek, Bodo/Geisthövel, Alexa/Danyel, Jürgen: Pop als Zeitgeschichte. In: Dies. (Hg.): Popgeschichte. Band 2: Zeithistorische Fallstudien (1958–1988). Bielefeld 2014, S. 7–18. <https://doi.org/10.1515/transcript.9783839425299.7>

- Nevic, Christoph: Mal richtig abhitlern. Black-Metal-Festival von Neonazis (24.4.2019). URL: <https://taz.de/Black-Metal-Festival-von-Neonazis/!5586270/> [24.3.2022].
- Ozsváth, Stephan: Orban, Rechtsrock und der ungarische Nationalstolz (27.7.2014). URL: [www.deutschlandfunk.de/fremde-welten-teil-1-orban-rechtsrock-und-der-ungarische-102.html](http://www.deutschlandfunk.de/fremde-welten-teil-1-orban-rechtsrock-und-der-ungarische-102.html) [22.2.2022].
- Seeßlen, Georg: Is this the End? Pop zwischen Befreiung und Unterdrückung (= Critica Diabolis 251). Berlin 2018.
- Spiritova, Marketa: Rocking the Past! Inszenierung von „nationalen Traumata“ in der Populärmusik. In: Bareither, Christoph/Tomkowiak, Ingrid (Hg.): Mediated Pasts – Popular Pleasures. Medien und Praktiken populärkulturellen Erinnerns (Kulturen populärer Vergnügung und Unterhaltung, Bd. 5). Würzburg 2020, S. 43–56.
- Spiritova, Marketa: Gedenkfeiern zwischen Geschichtspolitik und Streetparty. Das „populäre Gedächtnis“ als Gegenstand europäisch-ethnologischer Populärkulturforschung. In: Bareither, Christoph/Maase, Kaspar/Nast, Mirjam (Hg.): Unterhaltung und Vergnügung. Beiträge der Europäischen Ethnologie zur Populärkulturforschung. Würzburg 2013, S. 116–129.
- Trummer, Manuel: Rechtsextremismus und Black Metal. Zwischen Fascho-Chic, völkischer Ideologie und politischer Aktion. In: Land Brandenburg. Ministerium des Inneren (Hg.): Kultur des Hasses – Extremisten und Musik (= Begleitband zur Fachtagung des brandenburgischen Verfassungsschutzes, Staatskanzlei Brandenburg, 16.6.2011). Potsdam 2011a, S. 45–57.
- Trummer, Manuel: Sympathy for the Devil? Transformationen und Erscheinungsformen der Traditionsfigur Teufel in der Rockmusik. Münster u. a. 2011b.
- Willis, Paul: Profane Culture. London 1978.

# **I**

## **Theoretische Rahmungen**



# Die Wierentdeckung der „nationalen Identitäten“ im Kontext Wiedervereinigung und Einwanderung

*Ethnos und Demos als konfligierende Konzepte symbolischer Politik*

Irene Götz

„Vielfalt für Deutschland!“ – Einen Tag nach dem Nationalfeiertag des Jahres 2018 forderten Migrantenverbände, dass der Tag der Deutschen Einheit durch einen „Tag der Vielfalt“ ergänzt werde.<sup>1</sup> Denn MigrantInnen seien bei den jährlichen Feierlichkeiten bislang übergangen worden. Deshalb forderten antirassistische Gruppen einen eigenen Feiertag, an dem die positiven Aspekte der Zuwanderung anerkannt und Deutschland als Einwanderungsland herausgestellt werde. Diese Forderung der *neuen deutschen organisationen* (ndo) verweist darauf, dass sich in Deutschland zwei Konzepte von *citizenship* und nationaler Identität – traditionale und posttraditionale Identität – gegenüberstehen.

Da ist, erstens, der *ethnos*-Bezug: „Volk“ wie auch *citizenship* und die nationale Identitätskonstruktion bauen hier auf Abstammung und kulturellen Gemeinsamkeiten auf. Am Nationalfeiertag, wo es vor allem um die „innere Einheit“ der Ost- und Westdeutschen gehe, schwingt dieses *traditionale* Konzept mit, es impliziere Homogenität anstatt Vielfalt und grenze damit Menschen mit Migrationshintergrund aus, wie diese Verbände kritisieren.



Abb. 1: Migrantenverbände fordern „Tag der deutschen Vielfalt“, Berlin 4.10.2018.

---

1 Faz.net: Migrantenverbände (3.10.2018).

Das zweite, das alternative *posttraditionale* Konzept, das hier von den BürgerInnen mit Migrationshintergrund sichtbar zu machen gefordert wird, ist an sich kulturblind. Staatsbürgerschaft und auch die Konstruktion einer nationalen Identität basieren demnach auf *demos* und bezeichnen die Teilhabe, die sich auf die Rechte und Pflichten als BürgerIn bezieht. Dieses Konzept ist offen für Beitritt durch den Erwerb der Staatsbürgerschaft (neben der Beibehaltung von eventuell weiteren Identitäten und Pässen), wohingegen die nativistische *ethnos*-Konzeption Staatsbürgerschaft zu einem exklusiven Gut macht und die Identifikation mit mehreren Staaten und Heimaten ausschließt.

Beide Konzepte – *ethnos* und *demos* – sind mindestens so alt wie die Nationalbewegung. In der 1848er Revolution (wie später auch in der 1989er Revolution) ging es im Zeichen der schwarzrotgoldenen Flagge um Freiheit *und* Einheit, um das freie Wahlvolk (*demos*) und um das „deutsche Volk“ (*ethnos*). Spätestens im Deutschen Reich, als die staatliche Einheit 1871 vergleichsweise spät und ohne Österreich als „kleindeutsche Lösung“ hergestellt worden war, mündete, verkürzt dargestellt, das ethnisch grundierte Konzept in einen ausgrenzenden und überheblichen Kulturnationalismus, der allerdings nach dem „völkischen Denken“ des Nationalsozialismus erst einmal tabu zu sein schien. Insbesondere in den linksliberalen Milieus herrschte bis in die 1980er Jahre und teilweise auch danach eine antinationale Haltung vor. Auch die offizielle Politik hielt sich mit nationaler Rhetorik und Symbolik zurück. Der „Verfassungspatriotismus“ und „postnationale Identitäten“ wurden propagiert.<sup>2</sup>

Die hier von dem oben genannten Netzwerk der „Neuen Deutschen“ (ndo) inszenierte Forderung einer Anerkennung dieses offenen Konzepts weist nun darauf hin, dass dieser „Verfassungspatriotismus“, und der *demos*-Gedanke sich trotz einer Staatsbürgerschaftsreform vor 20 Jahren, durch die Einbürgerung zumindest erleichtert wurde, keinesfalls im Alltagsverständnis durchgesetzt hat. Deutsch-Türken und andere „Bindestrich-Deutsche“, sind nach gängigen *common sense*-Logiken keine „echten Deutschen“, sondern „Pass-Deutsche“, die dauernd nach ihrer „wirklichen Herkunft“ gefragt werden.<sup>3</sup> Die aktuellen Rassismusdebatten verweisen auf diese diskriminierenden Folgen des tief verwurzelten *ethnos*-Gedankens. Die seit dem 19. Jahrhundert politisch umkämpften Konzepte der Volks- und Kulturnation sind jedenfalls langlebig. Insbesondere die *Neuen Rechten* können hier mit ihren einschlägigen Aufmärschen und rassistischen Parolen an verbreitete Denkstile anknüpfen. Auf der Straße sind gegenwärtig sie es, die sich als die eigentlichen „Staatsbürger“ und „Freiheitskämpfer“ inszenieren, wenn sie die Parole der Wendezeit „Wir sind das Volk!“ pervertieren und nicht nur „gegen die Politiker da oben“, sondern vor allem auch gegen Zuwanderer richten.<sup>4</sup> Weit weniger sichtbar in der Regel sind diese selbst, etwa Gruppen wie das Netzwerk der „Neuen Deutschen“ mit Migrationshintergrund

2 Siehe zur Geschichte dieser konkurrierenden Konzepte in Deutschland Dann 1996; Götz 2011, 89–127, Götz 2020.

3 Siehe Götz 2020.

4 Siehe z. B. Bildbelege endstation-rechts.de (6.3.2017).





Abb. 2: „Merkel-muss-weg“-Aufmarsch, Berlin 4.3.2017.

in ihrem Kampf um Teilhabe und Anerkennung ihres Beitrags in einer postmigrantischen Gesellschaft.

In diesem Beitrag geht es um konfligierende Vorstellungen von *citizenship* in den seit den 1990er Jahren zunehmenden Richtungskämpfen zwischen *ethnos*- und *demos*-basierten Staatsbürger- beziehungsweise Zugehörigkeitskonzepten; es geht um damit verbundene symbolpolitische Leitbilder des nationalen Selbstverständnisses, die auch mit popkulturellen Motiven inszeniert werden. Dieses Neben- und Gegeneinander von *ethnos* und *demos*, von Volksnation und Staatsbürgernation, in verschiedenen Milieus und Kontexten gilt sowohl bezüglich staatlicher *policy*-Konzepte als auch alltagswirksamer *common sense*-Vorstellungen, die durch *Pegida*, AfD, *Identitäre Bewegung*, rechte Verlage und Filterblasen etc. befeuert werden, so dass der Eindruck einer Diskurshegemonie zugunsten des völkischen Denkens entsteht.

Jedenfalls grundiert das Gegeneinander von *ethnos* und *demos* die Frage nach gegenwärtigen und zukünftigen individuellen wie kollektiven Identitätsentwürfen in einer sich ausdifferenzierenden postmigrantischen Gesellschaft, die mit zunehmenden rassistischen Gegenbewegungen zu kämpfen hat. Um zu verstehen, wie sich diese Debatten und auch entsprechende Symboliken, Rituale, Kampagnen und sonstige Inszenierungen pro beziehungsweise contra *demos* entwickelt haben, muss in den späten 1980er und frühen 1990er Jahren angesetzt werden.

Wiedervereinigung und Einwanderung fungierten als Rahmungen und Trigger der seinerzeit neuen Debatte um „deutsche Identitäten“. Damals kehrte diese in Politik, Medien und Alltag zurück, weil Einwanderung vor allem aus der zerfallenden Sowjetunion, aus dem zerbrechenden Jugoslawien und auch Flucht und Vertreibung

stark zugenommen hatten. So stellte sich die Frage nach dem bürgerschaftlichen Fundament und Zusammenhalt einer de facto-Einwanderungsgesellschaft, die in der Ära Helmut Kohls, in der auch die „Gastarbeiter“ keinen Integrationsanspruch hatten, lange Zeit bestritten wurde. Durch die deutsch-deutsche Einigung kam als weitere Facette der nationalen Frage das Narrativ von der „inneren Einheit“ zwischen Ost- und Westdeutschen auf. Diese verschränkte sich dann zunehmend mit der Debatte um eine postmigrantische Gesellschaft, in der Milieu, Stadt und Land und andere soziokulturelle Binnendifferenzierungen jedoch längst wichtiger zu sein scheinen als pauschale Ost-West-Verortungen, wenn es darum geht, wie es den Menschen gelingt, in einer von Globalisierung geprägten Gesellschaft einen Platz zu finden und (plurale) Zugehörigkeiten zu erhalten oder neu zu entwickeln.

Identitäten werden in posttraditionalen Gesellschaften reflexiv ausgehandelt, sie müssen in den Plural gesetzt werden, weil es bei den Menschen mehr als eine davon gibt. Auf die Ausgestaltung und Zuschreibung von Identitäten nehmen die neuen sozialen Medien und populistische Bewegungen, aber auch sozioökonomische Teilhabechancen, Einfluss. Sie bestimmen den Diskurs darüber, was und wer als BürgerIn teilhaben darf und Anerkennung findet. *Ethnos*- und *demos*-basierte Identitäten und *citizenship*-Konzepte stehen sich in verschiedenen Milieus gegenüber, deren VertreterInnen unterschiedlich gut mit reflexiven Auseinandersetzungen mit Traditionen, Ortsbindungen und auch ökonomischen Anpassungen an die globalisierte Wissensgesellschaft zurechtkommen.

Zusammengefasst geht es im Folgenden um die Richtungskämpfe zwischen *ethnos*- und *demos*-basierten Staatsbürgerkonzepten in der Politik und im Alltag der europäischen Einwanderungsgesellschaft, die in Deutschland wegen der NS-Geschichte und Wiedervereinigung ein Spezifikum aufweist.

## Wiedervereinigung und Einwanderung

Im Zuge der Wiedervereinigung – und nach der 1990 gewonnenen Fußballweltmeisterschaft – hielten außer dem Begriff „Volk“ auch andere lange tabubelastete Begriffe wie „Vaterland“, „Nation“, „Nationalstolz“, „Nationalbewusstsein“ oder auch „deutsch“ verstärkt Einzug in den öffentlichen Sprachgebrauch<sup>5</sup> (wie auch die Nationalflagge seither zu solchen Feiern auf den Straßen als Requisit mehr und mehr dazugehört). Identitätsdebatten hatten im neu gegründeten Nationalstaat mit veränderten Grenzen und einer um die Ostdeutschen und Zuwanderer erweiterten Bevölkerung Konjunktur. Nationale Identität, in den beiden Deutschlands der Nachkriegszeit bis auf die erste formative Staatsgründungsphase<sup>6</sup> ein Tabuthema, wurde unter neuen Prämissen ein Gegenstand von Reflexion und Repräsentation.

So wurde zum Beispiel die *Berliner Republik* als neue „Marke“ gebrandet (Abb. 3). Das neu vereinigte Deutschland in „Europas Mitte“ ist ein Topos, der mit der Wie-

5 Hermans 1996, 11–31.

6 Wolfrum 1997, 83–114.



Abb. 3: Kampagne von Wolff Olins, Berlin Januar 1999.

dervereinigung populär wurde: Deutschland mit seiner historischen Verantwortung in Europa als Motor der Europäisierung. EuropäerIn-Sein als Kernelement einer ‚geläuterten‘ nationalen Selbstpräsentation – mit der Wiedervereinigung wurde dieses Motiv einer eingehetzten nationalen Identität gegenüber den skeptischen Nachbarn betont, die Angst vor Deutschlands neuer Größe hatten. Hier im Bild findet sich ein Motiv einer vom ZDF in Auftrag gegebene *nation branding*-Kampagne aus dem Jahr 1999, die das ZDF bei der britischen Werbeagentur *Wolff Olins* in Auftrag gegeben hatte (Abb. 3): Die Kuppel des Reichstags ist nicht einfach nur schwarz-rot-gold, sondern erscheint popkulturell verfremdet und trägt auch das europäische Blau. Deutsch und zugleich europäisch als nationales Leitbild.

Im Zuge dieser Debatten und Inszenierungen des Selbstverständnisses des wiedervereinigten Deutschlands in der „Mitte Europas“ entdeckten PolitikerInnen verschiedener Couleurs, JournalistInnen und WissenschaftlerInnen verschiedene Fragen neu. Verhandelt wurden so zum Beispiel, ob eine nationale Identität der Deutschen notwendig und demnach zu entwickeln und zu pflegen sei – etwa, weil ein positiver, „gesunder“ Patriotismus als „Einheitskitt“ fungiere oder weil die selbstbewusste Rückbesinnung auf die „integrative Kraft“ einer „Leitkultur“ gerade auch den ImmigrantInnen erst die nötige Orientierung und den nötigen Integrationsanreiz biete.<sup>7</sup> Andere argumentieren, dass der Begriff der Identität und die Identitätsdebatten überflüssig oder sogar gefährlich seien, weil sie Ethnisierungen, Ausgrenzungen und Bekenntniszwängen Vorschub leisteten. Es wurde diskutiert, ob diese Identität zu schwach oder zu stark ausgebildet, beziehungsweise als Gegenstand der Debatte über- oder unterbewertet sei, und es wurde gefragt, ob sie eine verfassungspatriotische und/oder traditionalistisch-kulturalistische, eine gemeinsame oder noch immer geteilte sei oder sein solle.<sup>8</sup>

<sup>7</sup> Siehe entsprechende Diskursbelege bei Götz 2011, 145–150.

<sup>8</sup> Ebd.

Entsprechend meinte „Volk“ je nach Kontext und politischer Position entweder das republikanische *demos*, das sich auf den Straßen in einer „friedlichen Revolution“ von der DDR-Herrschaft befreite – „Wir sind das Volk!“ –; oder es ging im Sinne des *ethnos*-Konzeptes um das zu „einende Volk“ – „Wir sind ein Volk!“ –, beziehungsweise im Kontext Einwanderung um das „eigene Volk“, das vor Fremden geschützt werden müsse. Die Frage der Nations(neu)bildung des, wie es im Vereinigungsjubel zunächst hieß, *einen* Volkes, das jetzt „zusammenwachsen“ dürfe und müsse, beschäftigt(e) jedenfalls die deutsche und auch die ausländische Öffentlichkeit. Im Kontext des Diskursfeldes um die „innere Einheit“ war häufig wieder die überkommene Vorstellung von der Volks- und Kulturnation die Folie der Argumentation. Hier schien die *ethnos*-Vorstellung die Konzeption eines *demos* als Fundament der *Berliner Republik* zunehmend zu überlagern oder abzulösen. Dies ließ sich gerade dort beobachten, wo in der Wissenschaft wie in der öffentlichen Meinung von der „einen Nation“ mit „zwei Gesellschaften“<sup>9</sup> die Rede war, wo sich Enttäuschung breit machte, dass dieses „Volk der Deutschen“ eben doch kulturell, sozial und von seinem Selbstverständnis her nicht „eins“ sei und „das Bild von der Mauer in den Köpfen“ sowie wechselseitige Stereotypisierungen dem „feierlichen Kampfruf der Wendezeit“ – „Wir sind ein Volk“ – Platz machten. Dass dieser Ruf nun in die „Sphäre des sarkastischen Humors“ abrutschte – „Wir sind ein Volk!“, sagt der ‚Ossi‘ und darauf der ‚Wessi‘: ‚Wir auch.‘“<sup>10</sup> –, lässt sich nicht zuletzt als ein Indikator dafür verstehen, dass das *revival* der Homogenitätskonstruktion von der anzustrebenden „inneren Einheit“ Gegenbewegungen provozierte. So fanden sich im Alltag rasch neuartige Gruppenbildungen: Der „Ossi“ und der „Wessi“ waren als neue „Ethnien“ geboren, die sich wechselbezüglich durch Abgrenzung konturierten und inszenierten.

Wie die aktuellen Umfragen zeigen, sind weiterhin bei den Ostdeutschen diese Teil-Identitäten ausgeprägt. Die repräsentativen Erhebungen des *ARD-Deutschland-Trend*<sup>11</sup> haben am 1. Oktober 2020 41 Prozent identifiziert, die sich eher als Ostdeutsche fühlen – die Zahlen waren sogar gestiegen; 55 Prozent fühlten sich eher als Deutsche. In den westdeutschen Bundesländern waren dies 78 Prozent, und nur 16 Prozent gaben an, eher westdeutsch zu sein.

Ostdeutsch meint hier allerdings, den Klischees zum Trotz, nicht immer ostalgi-sche Haltungen und ein trotziges Beharren auf Errungenschaften und Werte (in) der DDR, wie zum Beispiel den damals angeblich besseren „Zusammenhalt“<sup>12</sup>, sondern diese Selbstpositionierung erhält bei sich öffentlich äussernden VertreterInnen der Wende- und Nachwendegeneration auch eine ‚zeitgeistige‘ zukunftsorientierte Gestalt: Angesichts der „Wir sind das Volk!“ skandierenden Rechtsextremen vor Asylunterkünften, angesichts eines im Vergleich zu den westlichen Bundesländern ausgeprägteren generellen Misstrauens in die bestehenden politischen Institutionen im

9 Siehe z. B. Kudera 1993, 133–159; siehe auch Schroeder 2006.

10 Zitiert nach Bausinger 2000, 128.

11 Siehe tagesschau.de (1.10.2020), Infografik Nr. 8.

12 Ebd., Infografik Nr. 7.



Verfassungsstaat in den neuen Bundesländern, haben sich 30 Jahre nach dem Mauerfall Initiativen wie „Wir sind der Osten“ gebildet, mit denen hippe Vorbilder für selbstbewusste ostdeutsche Identitäten medial inszeniert werden. Dieses ‚branding‘ des Ostens soll im Stile der *nation branding*-Kampagnen<sup>13</sup> „Mut“ machen und zeigen, was in Ostdeutschland mit Kreativität und Offenheit alles möglich ist; JournalistInnen, KünstlerInnen, SozialarbeiterInnen, Dagebliebene wie RückkehrerInnen – sie alle wollen die Ostdeutschen, die immer noch zu Unrecht als „einheitliche Masse“ dargestellt würden, aus der „traurigen Schmutzdecke“ herausholen und das vielen Westdeutschen noch unbekannte Land als „freundlich“, „großzügig“ und „erfindisch“ darstellen.<sup>14</sup>

Bereits zu Beginn der 1990er Jahre war die unerwartete Konjunktur der Frage nach ost- und westdeutschen oder ‚gesamtdeutschen‘ Identitäten und generell die Wiederentdeckung des Nationalen in solchen *branding*-Kampagnen, im Feuilleton, in Talkshows und Symposien von linksliberal eingestellten WissenschaftlerInnen und PolitikerInnen kritisch als problematische „Renationalisierung“ gewertet worden, die sich insbesondere anlässlich der zahlreichen Jubiläen und Gedenktage sowie der Wiederentdeckung des kulturellen Erbes in den neuen nationalen Geschichtsmuseen als eher rückwärtsgewandtes und nicht als zukunftsoffenes Konzept zeige.<sup>15</sup>

Leicht möglich war die Re-Formulierung nationaler Fragen nach 1989 schon allein deshalb, weil die Vorstellung, eine homogene Volks- und Kulturnation zu sein, im *common sense*-Wissen unterschwellig nach der NS-Zeit weitergelebt hatte. Schließlich war Deutschland ja auch nach dem Krieg durch die Vertreibungen der Nationalsozialisten, durch Völkermord und nazistische Assimilierungspolitik tatsächlich zunächst eine homogenisierte „weiße“ Gesellschaft geworden, in der BRD ein Staatsbürgerschaftsgesetz von 1917 bis zur Reform von 2000 Abstammung als Grundlage von *cit-*

13 Auch außerhalb von Einheitsfeiern und Fußballfesten lancieren Werbeagenturen solche Kampagnen im Auftrag von Politik und Wirtschaftsverbänden. Netzwerkartig mit den Medien zusammenwirkend verhelfen sie durch multimediale Großoffensiven der Idee eines „Patriotismus“ zur Durchsetzung, den sie für (wirtschafts-)politische Botschaften und die Vermarktung von wahlweise Ideen oder Produkten in den Dienst nehmen. Siehe dazu Speth 2009.

14 Siehe die zitierten Formulierungen im Kampagnen-Video [wirsindderosten.de](http://wirsindderosten.de).

15 Die Rückbezüglichkeit auf die nationale Geschichte durch die Gründung des Deutschen Historischen Museums war dabei seit der Ära Kohl bereits in den 1980er Jahren im Sinne einer Stärkung einer spezifisch deutschen Identität gedacht. Mit der Wiedervereinigung wurde den negativen Erinnerungsorten – Militarismus, Nationalsozialismus, Flucht und Vertreibung 1945 – ein neuer positiver Erinnerungskontext hinzugefügt: der Mauerfall und die „friedliche Revolution“, wie sie später in den Geschichtsbüchern im Sinne eines Befreiungskampfes des DDR-*demos* genannt wurde. Dieser neue vielfach gefeierte Grund für die Rückkehr des Nationalen kam jedoch in dieser Fülle vielen linksliberalen Intellektuellen, die wie Jürgen Habermas oder Ulrich Beck in den 1980ern eine postnationale Weltkonstellation heraufdämmern sahen, als gefährliche Überraschung nach den eher antinationalen Nachkriegsjahren. Siehe Jarausch 1995, 571–584, hier: 576–578.

izenship definierte. Auch sollte sich Helmut Kohls *Bonner Republik*, trotz oder wegen der extrem steigenden Zahlen an EinwandererInnen vor allem seit der 1980er Jahre, keinesfalls als Einwanderungsland verstehen. In der ehemaligen DDR gab es ebenfalls keine integrierende Einwanderungspolitik, die kleine Zahl der VertragsarbeiterInnen aus „befreundeten“ sozialistischen Ländern betreffend. Und nationale ‚gesamtdeutsche‘ Debatten waren in der internationalistisch orientierten DDR ebenfalls nach und nach tabu; es setzte sich dort die Vorstellung von zwei deutschen Nationen offiziell durch, wenngleich diese Vorstellung im Alltag keinesfalls angekommen war.<sup>16</sup>

Was die Anerkennung von Einwanderung mit ihren politischen Konsequenzen für die Staatsbürgerschafts- und Identitätsdebatten dieser Zeit anbelangt, so kam es im wiedervereinigten Deutschland erst im Jahr 2000 zu der als Meilenstein geltenden entsprechenden Reform durch die damalige rot-grüne Bundesregierung. Sie verabschiedete das umkämpfte neue Staatsbürgerschaftsgesetz, das die *ethnos*-Konzeption im Sinne des *ius sanguinis* aufweichte und ZuwandererInnen die Beantragung des Passes erleichterte. Kinder ausländischer Eltern sollten nach ihrer Geburt in Deutschland unter bestimmten Bedingungen erstmals den deutschen Pass erhalten.<sup>17</sup> Als die Reform nach längerem Streit zwischen Regierung und Opposition, begleitet von populistischen Unterschriftenkampagnen der CDU/CSU gegen den „Doppelpass“ mit rassistischen Untertönen, verabschiedet war, warb die Regierung für die nun erleichterte Einbürgerungspraxis.

Mit großen Bild-Kampagnen inszenierte Rot-Grün diese neue *demos*-basierte Konzeption von *citizenship* und nationaler Identität. Auf Plakaten, Prospekten, Postkarten und im Internet waren sie in ganz Deutschland gegenwärtig: die schwarzhaarigen „Deutsche[n] Türkinnen“ und dunkelhäutigen Kinder, bunt nebeneinander und eben auch, wie der Bildtext lehrt, „Typisch deutsch“.<sup>18</sup> Solche Leitbilder und Model-

16 Siehe hierzu ausführlich Götz 2011, 132–135, Jarausch 1995, hier bes. 573.

17 Die Debatte über die (doppelte) Staatsbürgerschaft in Deutschland, die seit der Reform vor 20 Jahren immer wieder aufflackert, ist ein markantes Fallbeispiel, das Licht auf das Wiederaufleben nationalistischer Gefühle und Ressentiments wirft, die durch populistische Aktivitäten ausgelöst werden. Als Meilenstein in diesem Prozess der Enttabuisierung nationaler Rhetorik und Symbolpolitik war es hier möglich, wie in einem Labor zu ethnografieren, wie Nationalität und Staatsbürgerschaft von den Gegnern der Reform in der konservativen Politik und auf der Straße wieder kulturalisiert wurden, um soziale Rechte auf die „Gemeinschaft der Volksdeutschen“ zu beschränken. Siehe ausführlich zu den politischen Richtungskämpfen und der Ethnografie dieser Debatte Götz 2011, 223–252 und zum Nachleben der Debatte auch Götz 2020.

18 Unter [www.einbuengerung.de](http://www.einbuengerung.de) startete die Regierung nach Verabschiedung der Einbürgerungsreform eine Informationskampagne – „Einbürgerung: Fair. Gerecht. Tolerant.“ –, die das neue Gesetz vermittelte, des weiteren Kontaktadressen, Hinweise auf Informationsveranstaltungen, Bundestagsreden der Ausländerbeauftragten der Bundesregierung und ihre einschlägigen Pressemitteilungen, insbesondere zu Maßnahmen zur besseren Integration „unserer ausländischen Mitbürger“. Die Ikonen der Kampagne waren z. B. ein türkischstämmiger Junge („Ich bin ein Berliner“), eine hier geborene „Deutsche



Abb. 4: „Deutsche Türkin“: Einbürgerungs-Kampagne der Bundesregierung. Berlin 2000.

le, die außerdem die im *common sense* verankerte nazistische Vorstellung von den blonden „Volksdeutschen“ aufbrechen sollten, erwiesen sich als wenig erfolgreiche Popularisierungsversuche eines nicht in den Köpfen vieler Menschen angekommenen Verständnisses einer postmigrantischen Staatsbürgernation.

Die eingangs vorgestellte alternative ‚Einheitsfeier‘ verweist jedenfalls darauf, dass sich Zugehörigkeit nicht so selbstverständlich durch die formale Staatsbürgerschaft ergibt, wie es sich Rot-Grün seinerzeit durch diese Reform erhofft hatte. Die Vorstellung nämlich, dass Deutschsein eine Frage der deutschen Eltern ist, und Deutschland kein Einwanderungsland, ist langlebig, sie wird – verstärkt seit die Asylbewerberheime in Mölln und Rostock-Lichtenhagen zu Beginn der 1990er Jahre brannten – immer weiter durch die Zunahme rechtspopulistischer Aktionen befeuert. Die AfD beutet inzwischen auf breiter Front insbesondere eine widerständige ostdeutsche Identität, die sich als Kampf gegen das „System“ formiert, zusammen mit ausländerfeindlichen Haltungen aus.

Andererseits zeigten sich auch stets nach der Staatsbürgerschaftsreform Gegenbewegungen in der Politik und auf der Straße und auch weitere formalrechtliche, geschichts- und bildungs- sowie symbolpolitische Ansätze hin zu einer Anerkennung der postmigrantischen Gesellschaft als Kern eines Selbstverständnisses (in) Deutschland(s). Dies ist freilich in anderen Milieus und offiziöseren Kontexten der Fall, etwa wenn ein Bundespräsident in einer viel beachteten Rede den Islam als Teil Deutsch-

---

Türkin“, ein binationales Paar, drei „ausländische“ Kinder, hier geboren und „[t]ypisch deutsch“. Die Kampagne ist leider unter o. g. Internetadresse nicht mehr verfügbar.

lands bezeichnete<sup>19</sup> oder Einwanderungsgeschichte allmählich einen festen Platz in Geschichtsbüchern, Ausstellungen und Museen erhält<sup>20</sup> oder wenn MigrantInnen als erfolgreiche UnternehmerInnen in *nation branding*-Kampagnen zu neuen VorzeigebürgerInnen geadelt werden, die den „Standort Deutschland“ mit ihren preiswürdigen „Ideen“ voranbringen.<sup>21</sup> Diese wirtschaftsliberale Haltung, die erwünschte EinwandererInnen und unerwünschte unterscheidet, argumentiert freilich utilitaristisch.

Paradigmatisch für dieses neue Leitbild deutscher Identität, das den „Verfassungspatriotismus“ oder die (ökonomische) Leistung für das Land und nicht mehr die „Leitkultur“ zur Grundlage von *citizenship* nimmt,<sup>22</sup> ist der symbolische Akt der 65. Verfassungsfeier im Bundestag im Jahr 2014, als der Schriftsteller Navid Kermani die Festrede im Bundestag hielt und darauf verwies, wie beachtlich sich Deutschland geöffnet habe: Er, als Kind von Einwanderern, noch dazu als Nicht-Angehöriger einer Mehrheitsreligion, dürfe hier die Festtagsrede halten, was nicht in vielen Ländern der Welt möglich sei.<sup>23</sup> Also doch ein zumindest symbolischer Sieg des *demos*-Konzeptes? Ja und nein. Auch Kermani verwies darauf, dass keinesfalls alles gut sei angesichts der Diskriminierungen von „guten“ und „unerwünschten“ Einwanderern und bezog sich unter anderem auf die Flüchtlinge vor den Toren Deutschlands und Europas.

Bei der Betrachtung des symbolpolitischen Kampfes zwischen *demos* und *ethnos* drängt sich das Bild des Glases auf: Ist es hierzulande nun halb leer oder halb voll? Vor 20 Jahren wäre (m)eine Antwort optimistischer ausgefallen. Angesichts der Zunahme von Rassismus und Antisemitismus, von *Pegida*, der *Identitären Bewegung* und dem Aufstieg der AfD ist es mittlerweile jedoch schwer weiter zu hoffen, dass sich die Anerkennung von Deutschland als *demos*-basierter postmigrantischer Gesellschaft mit entsprechenden pluralen Identitäten allmählich schon in den Köpfen durchsetzen werde.

---

19 Wulff, Christian: Vielfalt schätzen – Zusammenhalt fördern. Rede zum 20. Jahrestag der Deutschen Einheit am 3. Oktober 2010: „[...] Das Christentum gehört zweifelsfrei zu Deutschland. Das Judentum gehört zweifelsfrei zu Deutschland. Das ist unsere christlich-jüdische Geschichte. Aber der Islam gehört inzwischen auch zu Deutschland.“

20 Siehe Motte/Ohliger 2004.

21 Siehe z.B. die Kampagne *Land der Ideen*, die von Bundesregierung und der deutschen Industrie anlässlich der Fußballweltmeisterschaft 2006 startete und die jährlich Orte und Projekte prämiert, die das Land nach innen und außen attraktiv machen. Siehe [land-der-ideen.de](http://www.land-der-ideen.de); siehe auch <http://www.land-der-ideen.de/de/projektarchiv/100-koepfe/100-koepfe-von-morgen> (7.3.2012). Entsprechende Kreativfiguren sind im *Land der Ideen* die Vorbilder, die in immer neuen Projekten und Besten-Galerien vorgeführt werden. „100 Köpfe von morgen“, junge Leute aus dem Kreativbereich, dem Sport oder der Wirtschaft, die in jungen Jahren Spitzenleistungen aus eigener Kraft für ihr Land mit fast spielerischer und genialischer Kreativität hingelegt haben, werden hier porträtiert.

22 Siehe zur Debatte um Leitkultur versus „Verfassungspatriotismus“ Müller 2009 und zu den neueren Entwicklungen auch Götz 2020.

23 Siehe Kermani 2014.



## ***Anywheres* und *Somewheres* – Wertekonflikte und soziale Spaltungen**

Welche Rolle nationale Selbstverortungen sowie Fremdzuschreibungen oder auch Ost- und Westdeutsch-Sein in der Zukunft spielen, ist hier gerade vor der Rahmung der Debatte um die postmigrantische Gesellschaft und deren ‚Vielfalt‘ wie auch vor dem Hintergrund ihrer sozioökonomischen Spaltung eine wichtige Frage. Werden die Unterschiede zukünftig zunehmend entlang anderer Linien als „Ost“ und „West“ beziehungsweise „Bio-Deutsche“ und „BürgerIn mit Migrationshintergrund“ verhandelt? Hier scheinen die Überlegungen des britischen Publizisten David Goodhart bedenkenswert. Er unterscheidet in seinem viel beachteten Buch *The Road to Somewhere*<sup>24</sup> zwei *value groups*, die *Somewheres* und die *Anywheres* und erklärt damit das Erstarken des Populismus in Zeiten von Trump und Brexit. Die *Somewheres* seien eher in ländlichen Regionen und kleinstädtischen Milieus zu finden, sie seien stark an territoriale Identitäten gebunden, die nicht einfach transferierbar seien und sie teilten ihre sozialen Rechte und Pflichten lieber mit den eigenen Leuten als mit Neuankömmlingen und MigrantInnen. Laut Goodhart machten die *Somewheres* in Britannien etwa 25 Prozent der Bevölkerung aus, wobei sich diese Gruppe in den letzten 30 Jahren angesichts des Siegeszuges eines doppelten Liberalismus – Wirtschaftsliberalismus und politischer Werteliberalismus – abgehängt fühle. Die *Anywheres*, die diesen Liberalismus gemäß ihres eigenen „mindsets“ als gut ausgebildete WissensarbeiterInnen vorantrieben und als mobile Eliten überall leben könnten, hätten die Gesellschaft nach ihren liberalen Werten umgestaltet und dabei auf die *Somewheres* wenig Rücksicht genommen. Die *Anywheres* mit ihren *achieved identities*, ihrem Kosmopolitismus und ihren schwächeren Bindungen an lokale Traditionen würden auf die *Somewheres* herabsehen, die sich nicht ernst genommen fühlten und von der politischen Klasse abwendeten.

Das liest sich fast so, als würde hier über die „Wessis“ und ihre herablassende Haltung gegenüber den „Ossis“ geschrieben, was sicher eine zu pauschale Gleichsetzung ist. Doch geht ein solcher „value divide“, wie ihn Goodhart für Britannien konstatiert, auch durch Deutschland. In den strukturschwächeren Provinzen in Ost- wie auch Westdeutschland fühlen sich die weniger Mobilen von der Transformation der Gesellschaft nach 1989 überrollt, wie oft beschrieben worden ist.<sup>25</sup> Nun kann man diesen Gruppen nicht pauschal *ethnos*-basierte Identitäten zuschreiben und sie sind territorial auch nicht ausschließlich in einem alles andere als homogenen ostdeutschen Territorium anzutreffen. Sicher sind überdies, wie es der Zukunftsforscher Matthias Horx in einer Review von Goodharts Buch ausdrückte, weder die *Anywheres*, die mobilen GroßstädterInnen, Kreativen und „Latte-Macchiato-Trinker“ völlig frei von traditionellen Orientierungen und Bindungen, noch sind die *Somewheres*, die sich in

<sup>24</sup> Goodhart 2017.

<sup>25</sup> Siehe z. B. Ther 2019 und kritisch zum Narrativ des vom Neoliberalismus überrollten Ostens Pollack 2020, 179.

Hochhausghettos und abgehängten Dörfern finden, ausschließlich xenophobe Chauvinisten.<sup>26</sup>

Doch macht der oft kritisierte Ansatz Goodharts nachdenklich, weil er selbstreflexiv die eigenen scheinbar universalistischen liberalen Werte als partikular diagnostiziert und weil er kulturelle Argumente – die Frage der Identitäten – in die oft einseitig auf ökonomische Spaltungen reduzierte Debatte bringt.

Sicherlich verlaufen in Deutschland die Spaltungen, die mit unterschiedlichen Identitätsentwürfen einhergehen, längst quer zu Ost und West. Stadt und Land, aber auch Bildung, Mobilitätskapital, Lebensalter, Geschlecht und die Möglichkeiten, vielleicht sogar, wenn gewünscht, am Heimatort ein Auskommen zu finden, sind hier relevante Größen. Sie beeinflussen, wie man sich zu Zuwanderung und Öffnung, aber auch einfach nur zu den Anforderungen der postfordistischen Arbeitswelt und Politik stellen kann. Die Journalistin Ulrike Nimz konstatierte in der *Süddeutschen Zeitung*: Dass „im Osten des Landes anders gewählt wird“, habe „weniger mit Treuhand-Trauma oder persistierendem Autoritarismus zu tun als mit millionenfacher Abwanderung junger, gut ausgebildeter Menschen. Sie fehlen auf der Straße, in den Parlamenten, in den Dörfern. [...] Wo aber die politische Mitte entvölkert ist, können Rassisten unwidersprochen behaupten, das Volk zu sein“.<sup>27</sup>

### „Domestizierung des Nationalismus“<sup>28</sup>

Eindeutige regionale Zuordnungen von traditionellen und posttraditionalen Identitäten werden gleichwohl zunehmend obsolet. „Die Deutschen“ gibt es genauso wenig wie „die MigrantInnen“; auch „die Ostdeutschen“ gibt es nur als „mit geradezu therapeutischem Eifer“ oder als paternalistisch beschriebenes, medial imaginiertes Kollektiv, wie Ulrike Nimz über die „Mär vom Osten“ am Einheitsfeiertag 2020 schreibt.<sup>29</sup> So werden Ostdeutsche seit 30 Jahren als die „Jammernden“, „Unzufriedenen“ und auch „ökonomisch Benachteiligten“ und entsprechend zunehmend als die „Politikverdrossenen“ gezeichnet. Der Soziologe Detlef Pollack, selbst wie Ulrike Nimz aus Ostdeutschland, vertritt in seinem viel beachteten Buch über das „unzufriedene Volk“<sup>30</sup> die These, dass dessen Macht gerade darin liege, zu SED-Zeiten wie auch in der Gegenwart aus seinem medial aufgebauchten Opferstatus Kapital zu schlagen.

Die Medien pauschalisieren sicherlich mit ihren Zuschreibungen. Und zu viel Solidarisierungs-Gerede mit den angeblich allzu Benachteiligten verkennt die Erfolgsgeschichten, die es auch im Osten seit 30 Jahren zu verbuchen gibt. Doch tatsächlich gibt es andererseits die „Misere des Ostens“ ja auch: man denke an die „Entkoppelten“

26 Die Zukunft gehöre denjenigen, die beide Trends vereinbaren könnten, den Glokalisten. Siehe Horx (ohne Datum).

27 Nimz 2020, 4.

28 Mounk 2018.

29 Nimz 2020, 4.

30 Pollack 2020.

die keine Chance fanden, in ihrer vertrauten Nahwelt, die sich nach 1990 rasch veränderte, wieder Fuß zu fassen, oder an die besser Ausgebildeten, die nach der Wende weniger gut ausgerüstet für den kapitalistischen Wettbewerb waren als diejenigen meist westdeutschen *Anywheres*, die mit einer oft misslungenen Strukturpolitik Unternehmen, Ämter und ganze Innenstädte übernahmen; noch immer sind „ostdeutsche Biografien in gesamtdeutschen Institutionen beschämend unterrepräsentiert“.<sup>31</sup> Dies haben sie übrigens mit migrantischen Biografien gemein.

So votiert eine zunehmende Gruppe der Politikverdrossenen als Protestwählerschaft für die AfD und ihr völkisches Gedankengut und treibt damit die alten Volksparteien vor sich her. Der ARD-DeutschlandTrend vom 1. Oktober 2020 ergab, dass 49 Prozent der Ostdeutschen mit der Demokratie in Deutschland nicht zufrieden sind; in Westdeutschland waren dies nur 31 Prozent.<sup>32</sup>

Wird mittelfristig das Ende des Liberalismus und die Gefährdung unseres *demos*-basierten Staatskonzeptes drohen? Werden die Populisten siegen, die einem emotional aufgeladenen semantischen Feld aus Volk (*ethnos*), Nation, Region und Tradition als Grundpfeiler eines „heartland“ das Wort reden?<sup>33</sup> Wieweit können die *Anywheres*, die, folgt man Goodhart, bislang zu wenig von den Nöten der *Somewheres* und deren restaurativen Sehnsüchten verstanden, hier endlich gegensteuern? Was lässt sich hier zukünftig tun?

Medienschelte an vereinfachenden Solidarisierungen mit dem „unzufriedenen Volk“<sup>34</sup>, die selbst wieder vereinfacht, scheint hier genauso wenig zielführend wie überhaupt kurzsichtige Schuldzuweisungen oder die Versuche der politisch Verantwortlichen, auf den populistischen Zug aufzuspringen. Tatsächlich sollte politisch da angesetzt werden, wo sich die vorhandene soziokulturelle Spaltung ein Stück weit ausgleichen lässt. Hier ist zu erinnern an die Klassenkompromisse des Fordismus, als die Arbeiterschaft mit höheren Löhnen und bezahlbaren Wohnungen mit Demokratie und Marktwirtschaft im Sinne eines „D-Mark-Nationalismus“ versöhnt wurde. Erziehung zu Demokratie ging im „Wirtschaftswunder“ des Westens nicht ohne den „Wohlstand für alle“, durch den das neue politische System der BRD nach der Zeit des Nationalsozialismus sukzessive akzeptiert wurde<sup>35</sup> (und im Gegenteil, die wenig erfolgreiche sozialistische Planwirtschaft bedingte letztlich den Abfall der BürgerInnen und den Systemwechsel). Hier wäre nachzudenken, wie sich zukünftig an die postfordistische Erwerbs- und Lebenswelt angepasste Formen der Vergesellschaftung vor Ort, besonders in den von Abwanderung gezeichneten ländlichen Regionen, ausbilden lassen könnten.

31 Nimz 2020, 4.

32 Siehe tagesschau.de (1.10.2020), Infografik Nr. 5.

33 Siehe zu diesem Begriff den Politologen Paul Taggart 2004, 274–275.

34 Pollack 2020.

35 Siehe zu Wohlstand als Vergesellschaftungsmoment der BundesbürgerInnen Jarausch 1995, 576. Weitere Belege aus einschlägiger Forschung bei Götz 2011, 133, hier bes. Fußnote 113 mit weiterführender Literatur.

Dabei erscheint die Kluft zwischen den gesellschaftlichen Gruppen eben nicht als eine rein sozioökonomische, sondern, worauf Goodhart hinweist, auch als eine kulturelle. Brauchen wir somit außer Debatten über sozialen Zusammenhalt des Weiteren kulturelle, also auch nationale oder regionale Identitätsdebatten?

Dazu ein Gedanke zum Schluss, der *demos* und *ethnos* ein Stück weit aussöhnt und nationale Identitäten als posttraditionale Identitäten mit zugleich traditionellen Einsprengseln in reflexiver Weise vermittelt: Wir sollten das Nationale in diesem Sinne nicht den neuen Rechten überlassen, sondern mit Merkmalen befüllen, die, wie es der deutsch-amerikanische Politologe Yascha Mounk 2018 in einem SZ-Interview ausdrückte, möglichst Viele und Vieles einbinde.<sup>36</sup> Hier plädiert er nicht nur für die Vermittlung des Stolzes auf ein politisches System (auch wenn es reformiert gehöre) und andere verfassungspatriotische Gehalte im Sinne des *demos*, sondern er bezieht sich vielmehr auch darauf, „den Kreis, die eigene Gruppe so weit wie möglich auszuweiten. [...] Und das funktioniert am besten, wenn wir es den Menschen ermöglichen, gleichzeitig viele verschiedene Identitäten auszuleben“ – als Mitglieder der Familie, AnhängerIn einer Region, als Bayer oder Sächsin. „Und zugleich kann ich mich auch als Deutscher und als Europäer verstehen“, so Yascha Mounk;<sup>37</sup> zu ergänzen wäre als Deutsche und zugleich als Türkin, Syrerin etc. Dabei sei eine nationale Rahmung weiterhin wichtig für gesellschaftliche Solidarisierungseffekte; denn die globale Identifikation überfordere die meisten Menschen.

Diese sicher nicht ganz unproblematische „Domestizierung des Nationalismus“, wie Mounk es nennt, kann, so betont dieser, nur ein Baustein im Zuge von Reformen sein, die den Menschen auch sozial und politisch das Gefühl der Kontrolle wieder zurückgeben. Auch er ist im Übrigen überzeugt, dass sonst die liberale Demokratie als Basis von offenen Identitäten nachhaltig in Gefahr ist, falls diese Aussöhnung nicht geschieht.<sup>38</sup>

Um auf das Eingangsbeispiel zurückzukommen: „Innere Einheit“ – sofern man sie als politisches Konzept im Sinne des *demos* versteht – setzt die Anerkennung von kultureller Vielfalt und pluralen Identitäten in einem soziokulturell diversen Deutschland voraus, in dem dringend politisch an den Teilhabechancen Vieler gearbeitet werden muss. Dies gilt sowohl für viele Ostdeutsche als auch weiterhin gleichermaßen und gleichberechtigt für viele MigrantInnen.

---

<sup>36</sup> Mounk 2018.

<sup>37</sup> Ebd.

<sup>38</sup> Ebd.

## Literatur

- Bausinger, Hermann: Typisch Deutsch. Wie deutsch sind die Deutschen? München 2000.
- Dann, Otto: Nation und Nationalismus in Deutschland 1770–1990. München 1996.
- Endstation-rechts.de: Steigende Teilnehmer\_innenzahl bei „Merkel muss weg“-Aufmarsch in Berlin (6.3.2017). URL: <https://www.endstation-rechts.de/news/steigende-teilnehmer-innenzahl-bei-merkel-muss-weg-aufmarsch-in-berlin.html> [11.10.2020].
- Faz.net: Migrantenverbände fordern „Tag der deutschen Vielfalt“ (3.10.2018). URL: <http://www.faz.net/aktuell/politik/inland/migrantenverbaende-fordern-tag-der-deutschen-vielfalt-15818847.html> [11.10.2020].
- Goodhart, David: The Road to Somewhere: The Populist Revolt and the Future of Politics. London 2017.
- Götz, Irene: Deutsche Identitäten. Die Wiederentdeckung des Nationalen nach 1989 (= alltag & kultur 14). Köln/Weimar/Wien 2011. <https://doi.org/10.7788/boehlau.9783412214135>
- Götz, Irene: ‚We‘ and ‚The Others‘ as Constituents of Symbolic Politics: On the Populist Exploitation of Long-lasting Nationalist Sentiments and Resentments Regarding Citizenship in Germany. In: Balkenhol, Markus/van den Hemel, Ernst/Stengs, Irene (Hg.): The Secular Sacred. Emotions of Belonging and the Perils of Nation and Religion (= Palgrave Politics of Identity and Citizenship Series). Palgrave MacMillan 2020, S. 43–66. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-38050-2\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-030-38050-2_3)
- Hermans, Fritz: Deutsche, deutsch und Deutschland. Zur Bedeutung deutscher nationaler Selbstbezeichnungswörter heute. In: Reiher, Ruth/Läzer, Rüdiger (Hg.): Von „Buschzula-ge“ und „Ossinachweis“. Ost-West-Deutsch in der Diskussion. Berlin 1996, S. 11–31.
- Horx, Matthias: Somewheres & Anywheres (ohne Datum). In: zukunftsInstitut. URL: <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/wohnen/somewheres-anywheres/> [11.10.2020].
- Jarausch, Konrad: Normalisierung oder Re-Nationalisierung? Zur Umdeutung der deutschen Vergangenheit. In: Geschichte und Gesellschaft 21/4 1995, S. 571–584.
- Kermani, Navid: Rede zur Feierstunde „65 Jahre Grundgesetz“. URL: <https://www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2014/280688-280688> [11.10.2020].
- Kudera, Werner: Eine Nation, zwei Gesellschaften? Eine Skizze von Arbeits- und Lebensbedingungen in der DDR. In: Jurczyk, Karin/Rerrich, Maria S. (Hg.): Soziologie der alltäglichen Lebensführung. Freiburg 1993, S. 133–159.
- Land der Ideen. URL: <https://land-der-ideen.de/> [11.10.2020].
- Motte, Jan/Ohliger, Rainer (Hg.): Geschichte und Gedächtnis in der Einwanderungsgesellschaft. Migration zwischen historischer Rekonstruktion und Erinnerungspolitik. Essen 2004.
- Müller, Jan-Werner: Nation, Verfassungspatriotismus, Leitkultur: Integrationsbegriffe vor und nach 1989. In: Münkler, Herfried/Hacke, Jens (Hg.): Wege in die neue Bundesrepublik. Politische Mythen und kollektive Selbstbilder nach 1989. Frankfurt am Main 2009, S. 115–130.
- Mounk, Yascha: Die liberale Demokratie zerfällt gerade. Interview von Sebastian Gierke: In: SZ online (15.2.2018). URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/populismus-demokratie-bricht-auseinander-1.3860653-2> [11.10.2020].
- Nimz, Ulrike: Deutsche Einheit. Die Mär vom Osten. In: Süddeutsche Zeitung, 2./3./4. Oktober 2020, S. 4. Siehe auch <https://www.sueddeutsche.de/politik/wiedervereinigung-osten-versaumnisse-fortschritt-1.5051517> [12.10.2020].
- Pollack, Detlef: Das unzufriedene Volk. Protest und Ressentiment in Ostdeutschland von der friedlichen Revolution bis heute. Bielefeld 2020. <https://doi.org/10.1515/9783839452387>

- Schroeder, Klaus: Die veränderte Republik. Deutschland nach der Wiedervereinigung 2006. Stamsried 2006.
- Speth, Rudolf: Wirtschaftskampagnen und kollektive Selbstbilder: Von der „Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft“ bis zu „Du bist Deutschland“. In: Münkler, Herfried/Hacke, Jens (Hg.): Wege in die neue Bundesrepublik. Politische Mythen und kollektive Selbstbilder nach 1989. Frankfurt am Main 2009, S. 213–240.
- Tagesschau.de: ARD-DeutschlandTrend vom 1. Oktober 2020. URL: <https://www.tagesschau.de/multimedia/bilder/crbilderstrecke-701.html> [11.10.2020].
- Taggart, Paul: Populism and Representative Politics in Contemporary Europe. In: Journal of Political Ideologies 2004/9,3. <https://doi.org/10.1080/1356931042000263528>
- Ther, Philipp: Das andere Ende der Geschichte: Über die Große Transformation. Frankfurt am Main 2019.
- Wirsienderosten.de: URL: <https://wirsindderosten.de/> [11.10.2020].
- Wolfrum, Edgar: Der Kult um den verlorenen Nationalstaat in der Bundesrepublik Deutschland bis Mitte der 60er Jahre. In: Historische Anthropologie 5,1 (1997), S. 83–114. <https://doi.org/10.7788/ha.1997.5.1.83>
- Wulff, Christian: Vielfalt schätzen – Zusammenhalt fördern. Rede zum 20. Jahrestag der Deutschen Einheit (3.10.2010). URL: [http://www.bundespraesident.de/SharedDocs/Reden/DE/Christian-Wulff/Reden/2010/10/20101003\\_Rede.html](http://www.bundespraesident.de/SharedDocs/Reden/DE/Christian-Wulff/Reden/2010/10/20101003_Rede.html) [11.10.2020].

## Abbildungen

- Abb. 1: Migrantenverbände fordern „Tag der deutschen Vielfalt“, Berlin, 4.10.2018. In: FAZ.NET (3.10.2018). URL: <http://www.faz.net/aktuell/politik/inland/migranten-verbaende-fordern-tag-der-deutschen-vielfalt-15818847.html> [21.11.2020].
- Abb. 2: „Merkel-muss-weg“-Aufmarsch, Berlin, 4.3.2017. In: Endstation Rechts (6.3.2017). URL: <https://www.endstation-rechts.de/news/steigende-teilnehmer-innenzahl-bei-merkel-muss-weg-aufmarsch-in-berlin.html> [21.11.2020].
- Abb. 3: Kampagne von *Wolff Olins*, Berlin Januar 1999, Ausstellungsmotiv der Londoner Werbeagentur *Wolff Olins* im *Kontor-Haus*, Berlin, Friedrichstraße 8.–17. Januar 1999, Foto: Irene Götz.
- Abb. 4: „Deutsche Türkin.“ Einbürgerungskampagne der Bundesregierung „Einbürgerung: Fair. Gerecht. Tolerant“ (<http://www.einbuengerung.de>) nach der Reform des Staatsangehörigkeitsgesetzes am 1. Januar 2000, Foto einer Werbewand an einem Haus in Berlin-Mitte: Irene Götz.

# Die antinationale Mikropolitik der Popkultur als Schreckbild und Verheißung

Über Pop-Figurationen und gesplante Gesellschaften

Moritz Ege

## 1. Einleitung

„Deutschland halt's Maul“, „Deutschland muss sterben, damit wir leben können“, „I can't relax in Deutschland“, „Raven gegen Deutschland“, „Deutschpop halt's Maul“, „eine Naturkatastrophe wie die Mauer oder so, oder 0:8 gegen Holland“ oder auch gleich die „Atombombe auf Deutschland“<sup>1</sup> – im linken Spektrum der subkulturell geprägten Popkultur wurde und wird immer wieder drastisch, nicht ohne Kokettieren mit der Radikalität der eigenen Geste, eine Verknüpfung heraufbeschworen: zwischen Pop- und Subkultur auf der einen Seite und, zurückhaltend formuliert, einer ausgeprägten Skepsis und Opposition gegenüber politischem und kulturellem Nationalismus, vor allem deutschem Nationalismus, auf der anderen Seite. Diese Geste ist nicht allein antinationalistisch, sondern oft auch antinational: in Opposition zur Nation im Sinn einer imaginären Gemeinschaft, gegenüber dem Nationalen als einer staatlichen Form sowie gegenüber so etwas wie einer normativen (Leit-)Kultur dieser speziellen Nation. Solche Invektiven kommen eher vom Rande der Popkultur. Zugleich lässt sich argumentieren, dass die Populär- und Popkultur hierzulande immer wieder unter Verdacht stand – oder, aus einer anderen Perspektive betrachtet, von der Hoffnung begleitet war – sie habe ein generelles Problem mit dem Nationalen oder biete sogar „etwas Besseres als die Nation“. Gibt es, direkt gefragt, tatsächlich so etwas wie eine generelle antinationale politische Ausrichtung der Popkultur? Wer figuriert hier

---

1 Die Zitate: ein Punk-Titel (*Die Skeptiker*, 1991), abgewandelt auch das Motto von Aktionstagen und Demonstrationen im Dezember 1990; ein Punk-Titel (*Slime*, 1991, angelehnt an die Inschrift eines Kriegerdenkmals in der Hamburger Innenstadt („Deutschland muss leben, und wenn wir sterben müssen“); der Titel einer Initiative von Musiker- und AutorInnen, die sich um 2005 gegen eine ‚Nationalisierung der Popkultur‘ wandte; ein Titel der Electropop-Gruppe *Egotronic* (2007); Titel eines Buchs von Frank Apunkt Schneider (2015); eine Zeile aus einem Punk-Titel (*Dackelblut*, Edwin van der Sar, 1997) der Titel der ‚Bonusplatte‘ mit Punk-Coverversionen zum Album „Anarchie und Alltag“ der Rap-Gruppe *Antilopen Gang* (2017).



jeweils als Feindbild: der Nationalismus, der Nationalstaat, die Nation, das ‚Volk‘, die Gesellschaft?

Mit Blick auf die erste Frage lautet die Antwort zunächst einmal offenkundig ‚nein‘, denn schließlich drängen sich die Gegenbeispiele fast schon auf: Beispiele für dem Nationalen gegenüber Affirmatives, für explizit nationalistische Popkultur, für rechts-nationale Subkulturen mit Musik- und Modekomponente oder auch, allerdings primär in Ländern mit weniger genozidaler Zeitgeschichte, für eine fröhlich national-populäre Ästhetik.<sup>2</sup> Andererseits ist diese Verknüpfung von Pop und Antinationalem aber auch nicht nur irrig oder zufällig. Sie hat, wie ich in diesem Beitrag argumentieren werde, eine eigene Logik – eine Logik der Artikulation, der diskursiven Kombination und Verkopplung, auch der Sedimentierung und Verfestigung, sowie der Desartikulation/Auflösung.<sup>3</sup> Gerade weil diese Artikulation nichts Wesensmäßiges, Notwendiges an sich hat, aber auch nicht einfach auf Kommando hin veränderlich ist, lassen sich verschiedene ihrer Varianten – aufgeladen als Schreckbild, als Glaubenssatz, als Strategie, als Verheißung – zum Ausgangspunkt nehmen, um dem Verhältnis von Popkultur, Nation und antinational(istisch)en Motiven und Bewegungen sowie ihren Kontinuitäten und Wandlungen nachzugehen. Um solche Pop-Figurationen und ihre politischen Implikationen herauszuarbeiten, legt dieser Beitrag Schlaglichter auf einige solche Debatten und Geschehnisse rund um die antinationale (Mikro-)Politik der Popkultur, vor allem in Deutschland: Zuerst in der Gegenwart, also in einem Kontext, in dem rechtspopulistische und nationalistische Bewegungen seit einiger Zeit Aufwind haben, dann – kursorisch – in den Nachkriegsjahrzehnten, in denen sich die Popkultur *strictu sensu* formierte, und schließlich, etwas ausführlicher, in den 1990er Jahren, als im Zuge der Wiedervereinigung sowohl Nationalismus als auch Antinationalismus, aber auch die Politisierung von Subkulturen, eine neue Qualität erlangten. Wie gesagt: Es geht um einige Schlaglichter, nicht darum, dieses Feld insgesamt auf- und historische Kausalitäten herauszuarbeiten – damit aber doch um einen neuen Blick auf zeithistorische Zusammenhänge und um eine genealogische Skizze.

Damit hängt eine weitere Differenzierung zusammen, und zwar zwischen antinationalistischen, antinationalen und antipopulären Positionen: Wer sich gegen das Nationale und die Nation wendet, richtet seine Kritik implizit oder explizit meist auch gegen jene, die den Nationalismus und das Nationale unterstützen und verkörpern – gegen ‚das Volk‘ als ideologischen Bezugspunkt nationalistischer und populistischer

- 
- 2 Der Begriff ‚national-popular‘ stammt von Antonio Gramsci und evoziert ein semantisches Spektrum zwischen ‚gesamtgesellschaftlich/nationalstaatlich‘, vor allem im Unterschied zu regional, und ‚popular‘, im Unterschied zu elitär oder schichtspezifisch. Gemeint sind hier u. a. Phänomene wie US-amerikanische Folk-Revival-Musik, irische Folk-Rock-Musik, auch Britpop, auf andere Art auch Musiken, die im Zuge von Dekolonisierung identitätsstiftend wurden wie Highlife in Ghana.
  - 3 Zum Begriff *articulation*, der hier weniger das Zur-Sprache-Bringen meint als eine zeitweilig feste Kopplung (engl. *articulated lorry* für dt. Gelenkfahrzeug, vgl. Slack 1996).



Rhetorik, aber auch gegen ‚das Volk‘ im Sinne einer Menge von Menschen, deren Denk- und Lebensweisen den KritikerInnen politisch und ästhetisch zuwider sind: aufgrund ihres Nationalismus und anderer, damit, so zumindest die Kritik, verbundener Merkmale, zum Beispiel politische Passivität, Engstirnigkeit, Spießigkeit. Zu fragen ist also, inwiefern sich Popkultur in ihrer antinationalen Ausrichtung auch – absichtlich – ‚anti-popular‘ präsentiert und – in einer weiteren Drehung – inwiefern eine solche anti-populäre Ästhetik dann wieder populär sein oder werden kann. Das Entstehen und Vergehen solcher Trennungslinien und Verbindungen nachzuzeichnen, ist meines Erachtens eine Schlüsselfrage der Popkulturgeschichte als Bestandteil einer größeren Gesellschafts- und Kulturgeschichte – schließlich lässt sich Popkultur auch als eine Serie von generationenspezifischen, mikropolitischen, *gender*- und *race*-politischen Abspaltungen von einer breiteren Populärkultur, von der Welt der Erwachsenen, der SpießerInnen, der Hängengebliebenen, der ‚alten weißen Männer‘ usw. verstehen.<sup>4</sup> Pop ist weder ohne Spaltungen zu haben – noch ohne Andeutungen anderer, ‚besserer‘ Gemeinschaften, wie ephemere auch immer.<sup>5</sup>

## 2. *Culture Wars* und quasi-strukturalistische Spaltungsdiagnosen

Angesichts aktueller Debatten um gesellschaftliche Spaltungen lässt sich also, anders formuliert, fragen, wie anti-nationale Positionierungen mit politisch-kulturellen Konstellationen (*conjunctures*) zusammenhängen. Dabei ist zunächst einmal bemerkenswert, dass dem Kulturellen in den international vieldiskutierten Versuchen zur Erklärung der Erfolge von rechtem Populismus, Rechtsradikalismus und Nationalismus eine tragende Rolle zukommt. Selten wurden politische Phänomene in großen Öffentlichkeiten in so starkem Maße ‚kulturell erklärt‘. Dabei springt besonders die These einer Spaltung zeitgenössischer Gesellschaften ins Auge, der zufolge eine kulturelle Polarisierung die ökonomischen Klassenverhältnisse gewissermaßen kulturell durchquert und überformt.<sup>6</sup> Grundlage seien unterschiedliche Wertorientierungen, vor allem eine kosmopolitische im Unterschied zu einer kommunitaristischen, die immer neue *Culture Wars* provozierten.<sup>7</sup> Eine populärwissenschaftliche Variante die-

4 Vgl. Diederichsen 2014; ähnlich auch Penke/Schaffrick 2018.

5 Vgl. z. B. zur spezifischen Problematik von (insbesondere afro-deutschen) Diaspora-Imaginationen und *spectres of peoplehood* (vgl. Weheliye 2009, 161–179). Die Diskussion der frühen 1990er Jahre, auf die ich unten eingehe, drehte sich u. a. um die positiven Bezugnahmen auf eine *Black Nation* im afrikanisch-amerikanischen HipHop (vgl. Jacob 1993, 181–195; Diederichsen 1992, 28–34).

6 Diese Diagnose steht in der Tradition politologischer Wahlforschungen. Empirische KulturwissenschaftlerInnen untersuchen inzwischen ihre narrative Formen (vgl. Wieteschorke 2020, 21–35) und die damit verbundenen Konstruktionen der ‚einfachen Leute‘ (vgl. Dümling 2020, 46–66).

7 Vgl. u. a. Merkel 2017, 9–23; Reckwitz 2017; Currid-Halkett 2017; Manow 2018; Koppetsch 2019; Gilbert 2019, 104–114 und 128–136.

ser Gesellschaftsdiagnose formulierte der Journalist David Goodhart, der um 2017 zum Brexit-Erklärer avancierte. Goodhart sieht in der Gegenwartskultur einen Konflikt zwischen zwei Gruppen am Werk, die er *Anywheres* und *Somewheres* nennt: Auf der einen Seite ein gut ausgebildeter, sich progressiv und politisch korrekt verstehender Yuppie- und Hipster-Jet-Set, orientiert an internationalen Trends, zuhause vor allem in den Groß- und Universitätsstädten, mit ihren kosmopolitischen, instinktiv antinationalistischen Haltungen – sie können letztlich überall leben, deshalb die Bezeichnung als *Anywheres*. Auf der anderen Seite die zunehmend ressentimentgeleiteten *Somewheres*, die vor allem in den ländlichen und kleinstädtischen Mittelschichten und nicht zuletzt im Arbeitermilieu zu finden seien, die einen gewissermaßen instinktiven Lokalismus und Nationalismus pflegen.<sup>8</sup>

Rund um solche Polarisierungsdiagnosen hat sich mittlerweile eine eigene Deutungsindustrie entwickelt. So heißt es auch bei der Soziologin Cornelia Koppetsch, der Hintergrund der politischen Verwerfungen der letzten Jahre sei ein schwelender Streit um Anerkennung zwischen zwei Großgruppen, die aus den gesellschaftlichen Entwicklungen der letzten Jahrzehnte hervorgegangen seien: einem kulturell ‚heimatverbundenen‘ und einem kulturell ‚kosmopolitischen‘ Lager, gerade auch innerhalb der Mittel- und Oberschichten.<sup>9</sup> Dabei gingen die Kosmopoliten politische Allianzen mit MigrantInnen ein, die im sozialstrukturellen Sinn der ArbeiterInnen- und Unterschicht angehören.<sup>10</sup>

Gesellschaftsdiagnosen wie die von Goodhart oder Koppetsch sollten nicht unkritisch übernommen werden. Dass die soziologisch-zeitdiagnostische Kritik an den ‚kosmopolitischen‘ Mittelschichten in der politischen Rhetorik der radikalen Rechten widerhallt, zum Beispiel bei Alexander Gauland, aber auch auf der mehr oder weniger populistischen Linken, zum Beispiel bei so unterschiedlichen Figuren wie Sigmar Gabriel, Sahra Wagenknecht oder Wolfgang Streeck, ist nur ein Teil der unübersichtlichen Problematik ideologischer Einbettungen, in der sich eine kulturwissenschaftliche Auseinandersetzung mit diesen Fragen zurechtfinden muss. Solche Diagnosen kultureller Spaltungsprozesse sollten deshalb aber auch nicht einfach in ihrer Substanz kategorial verleugnet werden, als seien sie ‚nur eine Konstruktion‘, die schon verschwinden werde, wenn sie erst einmal dekonstruiert ist. Auch das greift zu kurz – allein schon deshalb, weil solche Konstruktionen ausgesprochen wirkmächtig sein können. Mit Laclau und Mouffe lassen sich Spaltungen ohnehin als wesentliches, in gewisser Weise unvermeidliches Merkmal des Politischen insgesamt – und auch der Pop(ulär)kultur – verstehen.<sup>11</sup>

Sebastian Dümmling hat gezeigt, dass zeitdiagnostische Texte dieses Typs die Welt mithilfe eines binären Schemas sortieren, das sich aus sedimentierten Gehalten des

8 Goodhart 2017.

9 Vgl. Koppetsch 2019, 246.

10 Auch Andreas Reckwitz' vieldiskutiertes zeitdiagnostisches Buch über die „Gesellschaft der Singularitäten“ (2017) lässt sich in einem ähnlichen Sinn lesen.

11 Vgl. Laclau 2005; Laclau/Mouffe 2020.

kulturellen Gedächtnisses speist.<sup>12</sup> Einer seiner Aufhänger ist ein Zeitungskommentar des AfD-Politikers Alexander Gauland, der von solchen Spaltungen handelt. Dümling umschreibt die semantische Struktur des Textes in seiner Analyse so: „Wie ein Strukturalist trennt Gauland das Feste vom Fließenden, das Fixierte vom Gelösten, die Ruhe von der Bewegung, das Passagere vom Stationären.“<sup>13</sup> In diesem Sinn lässt sich schnell ein Schema binärer Oppositionen wie das folgende entwerfen, in dem die kulturelle Codierung der politischen Spaltungsdiagnosen zum Ausdruck kommt: *Fest : Fließend :: Ruhe : Bewegung :: Immobilität : Mobilität :: Land/Kleinstadt : Großstadt :: Heimat : Kosmopolitismus :: Regionalismus : Globalisierung :: Nationalstaat : Welt(markt) :: Bodenständigkeit : Abgehobenheit :: Volk : Elite :: Verwurzelung : Netzwerk :: Bewahrung : Fortschritt :: Handarbeit : Kopfarbeit :: Abgehängt : Aufsteigend.*

Solche Listen homologer Oppositionen – und ihre potenziellen assoziativen Fortführungen, denn wo soll man hier halt machen – zeigen schon, dass die Semantiken, die die Spaltungsdiagnosen prägen, nicht nur die Eigenschaften und Orientierungen realer sozialer Gruppen oder Milieus abbilden. Sie tragen mithilfe solcher semantischen Schemata ihren eigenen Teil dazu bei, kulturelle Eindeutigkeit und Gestalthaftigkeit herzustellen: eine Logik von Identität und Alterität, die sich politisch mobilisieren lässt. Mit Pierre Bourdieu gesprochen, finden hier kulturelle Klassifikationskämpfe statt, in denen AkteurInnen normativ und affektiv befrachtete Attribute verteilen und sich auf diesem Wege selbst positionieren.<sup>14</sup> Solche Klassifikationskämpfe bringen die diskursive Wirklichkeit, die AkteurInnen wie Gauland nur zu beschreiben behaupten, mit hervor. Wie die linguistischen und ethnologischen StrukturalistInnen von Lévi-Strauss über Barthes bis Bourdieu gezeigt haben, neigen Alltagswahrnehmung und kulturelle Mythologien im Unterschied zum – idealtypischen – wissenschaftlichen Denken generell zu binären Oppositionen. Neue Aussagen laden das kulturelle Schema immer wieder von Neuem auf, indem sie – ganz im Sinne der ‚strukturalistischen Tätigkeit‘ des kollektiven menschlichen Geistes nach Lévi-Strauss (1972) – neue Zuordnungen vornehmen und damit auch die Reichweite des derart angereicherten semiotischen Modells vergrößern.

## 2.1 Pop(ulär)- und Popularkultur in den populistischen Homologien

Die semiotische Struktur dieser Zeitdiagnosen ähnelt in verschiedener Hinsicht auch derjenigen des klassischen Antipopkulturalismus im 20. Jahrhundert. Die US-amerikanisch geprägte Populärkultur war bekanntermaßen für viele nationalistische DenkerInnen und Bewegungen des 20. Jahrhunderts ein apokalyptisches Schreckbild.<sup>15</sup> Sie verkörperte imperialistische Fremdbestimmung, die auf kulturellem Wege

12 Vgl. Dümling 2020, 46–66.

13 Dümling 2020, 46–66, hier: 60.

14 Vgl. Bourdieu 1987.

15 Vgl. u. a. Maase 1992; ders. 2001; Kroes 1996; Poiger 2000; Guerlain 2007; Knappertsbusch 2016; Fischer/Jost 2017.

vorangetrieben würde, die Substanz des kulturell Eigenen zerstöre und dann ins Politische überzugreifen drohe: ein Schreckbild von Kulturverlust in einem zivilisations-theoretischen, nicht selten rassistischen Sinn und zudem – in einer eher linken Traditionslinie der Kritik – von verhinderter individueller und gesellschaftspolitischer Emanzipation. In all diesen Varianten ist die Abwehr gegenüber der Populärkultur untrennbar mit der Sorge um das Schicksal der Nation verknüpft. Die Abwehrkämpfe der antiamerikanisch grundierten Populärkulturfeindschaft waren von semantischen Dichotomien geprägt, in denen das Amerikanische, der Beat, die Oberflächlichkeit, die Masse, die Enthemmung, der Pop und die bloße Zivilisation auf der einen Seite dem Deutschen, der Tiefe, dem wahrlich Volkstümlichen, der Gemeinschaft, der Fähigkeit zur Selbstdisziplin, der Bildung und einer ‚echten‘ Kultur auf der anderen Seite gegenüberstanden.<sup>16</sup> Weite Teile der modernen Populärkultur und insbesondere dann der Popkultur seit den 1950er Jahren konnten deshalb außerhalb der USA, von denen sie vorwiegend ausging, als ent-nationalisierend und damit antinational gelten.<sup>17</sup> Zugleich bedeutete der Aufstieg der Popkultur aus der Sicht vieler Beteiligten auch eine Art von kultureller Spaltung der (vermeintlichen) nationalen Gemeinschaft: zwischen den Generationen, aber auch zwischen ‚SpießerInnen‘ und ‚KonformistInnen‘ auf der einen und ‚Progressiven‘, die sich an internationalen Trends orientierten, auf der anderen Seite.<sup>18</sup>

Mittel- und langfristig immunisierte Pop seine Fans aber keinesfalls gegen patriotische oder auch nationalistische Überzeugungen, auch wenn in vielen Situationen eine antinationalistische Schlagseite der Popkultur erkennbar war. Diese Grunddynamik brach nicht einfach ab: Mit Blick auf die letzten Jahrzehnte bestehen in vielen Fäl-

---

16 Auch diese Serie von Oppositionen ist offenkundig sehr viel älter; die Leitbegriffe entsprechen denen in Norbert Elias' Analyse des deutschen romantischen Nationalismus (vgl. Elias 2010).

17 Das Wort ‚antinational‘ wird von rechter bzw. nationalistischer Seite oft als Schimpfwort verwendet, auch unter heutigen RechtspopulistInnen. Diese Verwendung ist auch in postkolonialen Gesellschaften wie Indien verbreitet, wo diese Kennzeichnung noch einmal eine besondere Form von Verrat behauptet – gemeinsame Sache mit den Kolonisatoren zu machen. Auch z. B. für völkisch-nationalistische GlobalisierungskritikerInnen wie Björn Höcke fungieren ‚antinationale Netzwerke‘ und ‚Globalisten‘ als Bedrohung (vgl. Meister 2019). Aussagen wie „keine andere Partei positioniert sich so antinational wie die Grünen“ (Bok 2021, o. S.) finden sich aber auch in Medien wie der *Neuen Zürcher Zeitung*, die das bürgerliche Lager in Richtung der radikalen Rechten ziehen. Ich verwende den Begriff hier eher wertfrei und deskriptiv; unten wird es auch um Verwendungen gehen, in denen das Wort als Selbstbezeichnung dient.

18 Je nach Betrachtungswinkel erhielten die jeweiligen Positionen natürlich unterschiedliche Bewertungen (des einen ‚Spießer‘ ist des anderen vorbildlicher ‚Normalbürger‘ oder ‚guter Deutscher‘) – auch die Formierung solcher kultureller Strömungen war von Klassifikationskämpfen im Sinne Bourdieus begleitet. In vielen sozialistischen Staaten war die Begeisterung für Populärkultur aus dem kapitalistisch-imperialistischen USA als Spielart von politischer Opposition konnotiert und wurde mit Repressalien belegt.

len weiterhin vielfach enge Assoziationen zwischen Pop und dem Kosmopolitischen, Entnationalisierenden und Antinational(istisch)en. Andererseits – und dies gewinnt an Bedeutung – ließ und lässt sich das Nationale mit unterschiedlichen Bedeutungen von Pop und Populärem zusammenschalten.<sup>19</sup> Auf der musikalischen Ebene kommt hinzu, dass zum Beispiel die Wertigkeiten von Klängen als (national) ‚eigen‘ und ‚fremd‘, wie sie in nationalistischen Diskursen oft behauptet wurden und werden, auf der (populär)musikalischen Ebene im Laufe der Nachkriegsjahrzehnte immer schwerer zuzuordnen sind und sich von nationalen Codierungen lösten. Rock, Rap, Techno, House – all dies ist in der Alltagswahrnehmung inzwischen eher quasiglobale *lingua franca*, als dass es in der Alltagswahrnehmung immer für ‚das Amerikanische‘ stünde.<sup>20</sup> Wer Techno-Sound als genuin ‚deutsch‘ betrachtet, muss das schon sehr absichtlich tun<sup>21</sup>; auch K-Pop klingt nur mittelbar ‚koreanisch‘. Solche Zuordnungen sind jedenfalls nicht ohne diskursive Artikulationsarbeit zu haben.

Im binären populistischen Klassifikationsschema wiederum, das Goodhart, Koppetsch und andere (re)konstruieren, stehen kosmopolitische und dem eigenen Selbstverständnis nach avancierte Varianten von Pop nun eher auf der Seite der aufsteigenden postmaterialistischen Mittelschichtsmilieus, die in solchen Texten irritierend umstandslos und pauschal als ‚Eliten‘ firmieren. Beide Seiten der *cultural cleavage* bestimmen sich demnach auch über homologe Oppositionen zwischen pop(ulär)kulturellen Ästhetiken. Die vielgeschmähten ‚Hipster‘ beispielsweise, die in den letzten circa fünfzehn Jahren immer wieder als kulturelle Figur der neuen Eliten angeführt wurden, definieren sich nicht zuletzt über ihren exklusiv-selbstironischen, kosmopolitischen populärkulturellen Geschmack. Dezidiert bodenständige, un-hippe Populärkultur-Varianten (Schlager, ‚volkstümliche‘ Musik), populärmusikalische Mainstream-Genres (einschließlich Après-Ski-, Karneval- und Wiesn-Hits) und insgesamt die Populärkultur im volkswissenschaftlichen Sinne einer Kultur der ‚kleinen Leute‘<sup>22</sup> stehen in dieser binären Logik dagegen eher auf der Seite der ‚Kommunitaristen‘ mit ihrem – wie es in solchen Diagnosen meist heißt – quasi-instinktiven nationalen Empfinden. Die üblichen Verdächtigen aus der Welt der kulturkonservativ-rechtsaffinen Rock- und SchlagermusikerInnen wie *Frei.Wild* oder Andreas Gabalier wiederum inszenieren sich selbst dezidiert in diesem Sinne als antielitär-antiglobalistische Stimme des kleinen Mannes. Auch andere MusikerInnen mit dezidiertem Heimat-Image, aber weniger offensichtlich politisch-konservativen Botschaften rekurren auf homologe Oppositionen.<sup>23</sup> Im Feld des Populären lässt sich das Schema also zum Beispiel so fortsetzen: *Schlager, Mainstream, Gemeinschaft, Prolls und Populärkultur* gegen (*emphatischen*) *Pop, Hipness, Distinktion/Sophistication, Hipster und Popkultur*. Solche Oppositionen knüpfen an die oben genannten an und setzen das Schema fort. Ein we-

19 Vgl. u. a. Regev 2007, 317–347; Spiritova 2017, 17–37.

20 Vgl. Regev 2007, 317–347; ders. 2019, 88–106.

21 Vgl. Schiller 2018.

22 Im Sinne von Warneken 2006.

23 Vgl. Dümling 2020, 46–66, hier: 59–63.

nig komplizierter wird es jedoch, wenn wir auch nur etwas spezifischere musikalische Genres in diese semiotische Maschine einzusortieren versuchen: Schnell finden sich die Einheiten der entsprechenden Oppositionen, je nach Kontext und Konstellation, auf unterschiedlichen Seiten wieder: *Schlager vs. Rock/Pop*, *Rock vs. Pop*, *kommerzielle Volksmusik vs. alternative Volksmusik*, *Heavy Metal vs. Punk/New Wave*, *Punk vs. Disco*, *Oi-Punk vs. Emocore*, *Rock/Pop vs. Avantgarde-Musik*. Und so weiter.

Was fangen wir nun mit solchen Listen semantischer Oppositionen an? Einiges an diesen Sortierungen scheint inhaltlich plausibel, zumindest mit Blick auf die stereotypen Wahrnehmungsschemata des Alltagsverständes.<sup>24</sup> Zugleich hat diese Sortierung – formalisiert, abstrahiert und übertragen in den sozial- und kulturwissenschaftlichen Diskurs – auch etwas Wahnhaftes. Ohne Reflexion seiner Grenzen überführt sich ein solches Schema schnell seiner eigenen Absurdität. Statt zweier klar konturierter Lager finden sich dann eher ungefähre Ähnlichkeiten, Projektionen von vermeintlicher Eindeutigkeit, aber auch eine Multiplikation selbstähnlicher Differenzen. Ohnehin sortiert sich die Musikwelt mit ihren konkreten AkteurInnen – im Unterschied zur idealtypischen Logik diskursiver Subjektivierungsangebote und der Binaritäten, die sie identitär unterfüttern – nicht derart säuberlich, dass sich auf der einen Seite die bunte Popkultur der KosmopolitInnen fände und auf der anderen die lokal-populärkulturelle Bodenständigkeit der ästhetischen Volksgemeinschaft. Tatsächlich positionierte sich ein Schlagerstar wie Roland Kaiser gegen Pegida, Helene Fischer wendet sich gegen Rassismus, der hippe Psychedelic-Rocker Ariel Pink und der avantgardistische Synth-Popper John Maus, ein promovierter Deleuzianer, gehen zusammen auf Pro-Trump-Rallies. Von den Irrungen und Wirrungen Kanye Wests gar nicht erst zu reden.<sup>25</sup> All dies erzeugt eine gewisse Skepsis gegenüber dem Einsatz solcher Eigenschaftslisten und Dichotomien in soziologischen und kulturwissenschaftlichen Zeitdiagnosen. In der Zusammenschau mit den Anti-Pop-Debatten des mittleren 20. Jahrhunderts verdeutlichen sie aber auch, dass sich die kulturellen Rahmenbedingungen in verschiedener Hinsicht verändert haben: So ist die Popkulturalisierung der Semiosphäre und des Alltagslebens generationenübergreifend weiter fortgeschritten als noch in den 1980er Jahren. Populärkultur und insbesondere Popkultur bilden eher einen „Leitcode“<sup>26</sup> der Gegenwartsgesellschaft, als dass sie spezifische, eng eingrenzbare Unterbereiche der ästhetischen Praxis wären. Innerpopkulturelle Differenzierungen und Distinktionen sind in aktuellen Geschmackslandschaften für Identitätsverständnisse und symbolische Grenzziehungen generell bedeutsamer als zum Beispiel die Unterscheidung von Populär- und Hochkultur oder auch die zwischen Populär- und Volkskultur. Ein Außen der populären Kultur existiert zwar (zum Beispiel in Avantgarde-Zirkeln, unter Bach-ExpertInnen usw.), es ist aber, was die Identi-

24 Vgl. Sutter 2016, 42–70.

25 Allerdings gelten die meisten dieser ‚Fälle‘ als außergewöhnlich und geben Anlass zu Fan-Protesten, was das Schema in gewisser Hinsicht auch wieder bestätigt.

26 Lindner 2000, 44.



tätskonstruktionen und Alteritätsverständnisse weiter Teile der Bevölkerung angeht, von schwindender Bedeutung.<sup>27</sup>

Und schließlich können wir die strukturalistische Tätigkeit, immer wieder neue Oppositionen dieser Art zu kreieren und für symbolische Abgrenzungen in Anschlag zu bringen, auch mit einem anderen Akzent versehen. Die poststrukturalistisch geprägte Subkulturtheorie von Dick Hebdige, die in den späten 1970er Jahren an Lévi-Strauss, Barthes und die Kultursemiotik anknüpft, versteht die Zeichenpraxis nicht so sehr als binäre Maschine, die immer wieder homologe Oppositionen hervorbringt, sondern als eher chaotische, widersprüchliche, bricolierende *signifying practice*, die sich seit den späten 1970er Jahren, im Zuge von Punk und New Wave, gerade durch zitathaften und ironisch gebrochenen Zeichengebrauch bestimmt, der solche binären Schemata zunehmend unterminiert. Gerade dieser Modus semiotischer Praxis wurde für viele musikbasierte Subkulturen und Strömungen charakteristisch.<sup>28</sup> Die semantischen Oppositionen erweisen sich in vieler Hinsicht als situationsabhängig, kontextbezogen, fluide und unterdeterminiert. Sie harren der Vereindeutigung durch diskursive Artikulationen und der Relevanzzuschreibung für identitäre Zwecke. Zugleich unterfüttern sie diese affektiv und tragen zu ihrer subjektiv empfundenen Gestalthaftigkeit bei.

## 2.2 Mit dem emphatischen Pop-Begriff gegen rechts?

In den Populismusanalyse-Debatten der letzten Jahre haben sich einige AutorInnen daran versucht, die Spaltungsdiagnosen mitsamt ihren problematischen politisch-strategischen Implikationen zu entkräften, indem sie die reale Komplexität der Pop(ulär)kultur betonten. So hinterfragte der Historiker und Publizist Bodo Mrozek den Aufstieg des *Anywheres-versus-Somewheres*-Paradigmas und vor allem die Popularkultur-versus-Popkultur-Gegenüberstellungen sowie die damit verbundenen Milieuzuordnungen.<sup>29</sup> Um sie zu widerlegen, führt Mrozek eine Reihe von Beispielen aus der empirisch-kulturwissenschaftlichen und kulturgeschichtlichen Forschung an, von Kaspar Maases *BRAVO Amerika* über die Afroamerikanophilie<sup>30</sup> bis zu Maren Möhrings Buch über die internationale Gastronomie in Deutschland<sup>31</sup> und seinem eigenen Werk zur Jugendkulturgeschichte<sup>32</sup>. Auf je unterschiedliche Weise illustrieren sie, so Mrozek, dass die Menschen, die den Polarisierungsdiagnosen zufolge als heimatverbundene *Somewheres* aus den unteren Mittelschichten beziehungsweise der ArbeiterInnenklasse prinzipiell mit Antipathie auf alles Kosmopolitische reagieren

27 Vgl. Regev 2019, 88–106.

28 Vgl. Hebdige 1979. Solche Dynamiken ziehen sich auch durch neuere subkulturethnografische Beschreibungen von Klassifikationspraktiken (vgl. Ege 2013).

29 Vgl. Mrozek 2019b, 32–47.

30 Vgl. Ege 2015.

31 Vgl. Möhring 2012.

32 Vgl. Mrozek 2019a.



sollten, tatsächlich häufig eher die Avantgarde der Transnationalisierung des Alltags und der Begeisterung für internationale Popkultur waren und auch weiterhin sind. Kosmopolitismus, so ließe sich auch mit einer Reihe von Ethnografien ergänzen, ist nicht selten auch *vernacular* und kommt ‚von unten‘ – durch Migrationsprozesse und ihre Folgen für Neuankommende, Alteingesessene und deren Nachkommen, aber durchaus auch durch transnationale Aneignungsprozesse und Imaginationen auf Seiten der vielbeschworenen *white working class*.<sup>33</sup>

Damit wären die weithin verbreiteten Analysen von der kulturellen Spaltung zumindest in dieser Hinsicht als Projektion entlarvt, die von einer Unkenntnis der realen Lebensweisen vor allem unterer sozialer Schichten herrührt. Während David Goodhart eine fiktive Hausfrau aus einer nordenglischen Industriestadt als beispielhafte Verkörperung der bodenständigen, Kosmopolitismus-aversen kleinen Leute beschreibt, lässt sich mit Mrozek fragen, ob diese Frau als Jugendliche, zum Beispiel in Wigan, nicht aller Wahrscheinlichkeit nach Northern-Soul-Fan war und sich dem Schwarzen Amerika kulturell eng verbunden fühlte, vielleicht sogar stärker als ihren Nachbarn im Rentenalter oder der südenglischen Oberschicht. Das Kosmopolitische der populären Kultur allein einem neuen Bürgertum – wie sich dieses auch immer im Einzelnen bestimmt – zuzuschlagen, scheint ähnlich unsinnig wie die nur scheinbar sozialwissenschaftliche Bezeichnung von GrafikdesignerInnen oder SozialarbeiterInnen als volksferne ‚kulturelle Elite‘.

Dieses Deutungsmuster, das einen emphatischen Pop-Begriff und kulturgeschichtlichen Optimismus verbindet, findet sich in der deutschsprachigen Pop-Debatte auch bei anderen AutorInnen wie dem Popmusikkritiker und -theoretiker Jens Balzer. In seinem Buch über „Pop und Populismus“<sup>34</sup> diagnostizierte auch er, offensichtlich ein Leser von Goodhart et al., eine Spaltung – hier nun ‚innerhalb‘ der Popmusikszenerie. Auf der einen Seite stehen für ihn identitäre, territoriale, essentialistische Tendenzen. Dazu zählt er sowohl authentizitätsfixierte, sexistische Varianten von Mainstream-Rap und rechte Heimatrockers als auch, kontroverser, die antidiskriminierungsaktivistischen KritikerInnen von Praktiken kultureller Aneignung, denen er vorwirft, dass sie ein konservatives Kulturmodell vorschreiben wollten, demzufolge alle gewissermaßen beim eigenen ethnischen Erbe bleiben sollten. Auf der anderen Seite beschreibt er das in seinen Augen progressive Lager der popkulturellen Szenerie als

[...] eine Art der Kultur, die von der Überschreitung von Grenzen geprägt ist oder auch schlicht vom Desinteresse an diesen; die sowohl Hybridität wie Flexibilität und die Wonnen des unendlichen Werdens feiert; eine Kultur, deren künstlerische Subjekte sich nicht auf vorgegebene Identitäten festlegen lassen wollen, sondern sich selbst als Subjekte ‚im Fluss‘ begreifen; eine deterritorialisierte Kultur, die vermeintliche sexuelle, kulturelle und sonstige Letztgültigkeiten überwindet, als fände sich in ihr schon der utopische Aufschein einer wahrhaft grenzenlos gewordenen Welt, wie sie

33 Vgl. u. a. Römhild 2009, 225–238; Werbner 2018, 275–295; Gilbert 2017, 104–114 und 128–136.

34 Vgl. Balzer 2019.

in der politischen Wirklichkeit nicht existiert und auf absehbare Zeit auch nicht existieren wird.<sup>35</sup>

Letzteres sei nicht nur emanzipatorisch, sondern auch in einem besonders starken Sinne ‚Pop‘. Auch hier rattert eine quasi-strukturalistische Sortiermaschine; die Welt dieses Textes ist bemerkenswert übersichtlich in gut-schön und böse-hässlich eingeteilt. So diagnostiziert Balzer, die Neue Rechte (insbesondere die sogenannte ‚alt-right‘) versuche zwar, sich einen popkulturellen Anstrich zu geben, müsse aber letztlich doch mit der Popkultur fremdeln: „Popkultur ist ihr mentalitätsgeschichtlich prinzipiell fremd, denn sie speist sich wesentlich aus Hybridität. Ohne die grenzenlose Zirkulation von Zeichen und die Vermischung von kulturellen Traditionen ist Pop nicht denkbar; es gibt im Pop nichts Eigenes, was nicht konstitutiv auf ein Anderes verweist.“<sup>36</sup> Wenn sie sich der Popkultur zuwenden, bleiben die VertreterInnen der Neuen Rechten demnach „maskulinistisch und marginal, unsexy und unglamourös“<sup>37</sup> – und zwar nicht zufällig, sondern angesichts des antiessentialistischen Wesens von Pop nur folgerichtig. All dem setzt Balzer, wie das Zitat oben illustriert, mit Deleuze und Guattari die deterritorialisierenden Strömungen der Popkultur entgegen. Zugleich hofft er auf ein Fort- und Wiederaufleben einer progressiven Gegenkultur: „als Ideal einer popkulturell versammelten Gemeinschaft von Menschen, die in generell unsolidarischen Verhältnissen einander ihre Solidarität versichern.“<sup>38</sup>

Damit beschreibt Balzer den ethisch-politischen und ästhetischen Fluchtpunkt einer bestimmten Form von Popkritik und Poptheorie, die mit einem emphatischen und normativ aufgeladenen Begriff von Pop operiert, der immer auch eine antinationale Haltung beinhaltet. Balzers Formulierungen passen aber auch in die oben skizzierten binären Oppositionen, die sie um einige weitere Homologien ergänzen: In seiner Variante stehen Mainstream-Rap, identitäres Denken, Unsexiness, Rassismus und Reaktion auf der einen Seite, Queer-Pop, hybrides Werden, Sexiness, Glamour und linker Fortschritt auf der anderen. Soziologische Milieu-Zuordnungen unterblieben weitgehend, können aber auch mitgedacht werden. ‚Rechte‘ Pop-Versuche müssen hier letztlich scheitern, vielleicht nicht kommerziell, aber *ästhetisch* und damit begrifflich: Wenn Pop rechts-identitär wird, ist er demnach kein ‚guter‘ Pop und zugleich kein ‚richtiger‘ Pop mehr. Er würde der inneren ästhetischen Normativität von Pop nicht gerecht, also den Kriterien, die dieses System selbst aufgestellt hat.

Man mag sich an diesem Punkt fragen, was um alles in der Welt der Autor hier meint: Zuerst führt er ausführlich vor Augen, wie konservativ, ressentimenthaft, sexistisch, antisemitisch, nationalistisch und so weiter wesentliche Strömungen der Pop(ulär)musikultur gegenwärtig sind, von *Kollegah* bis *Frei.Wild* – und behauptet am Ende, letztlich bleibe die eigentliche, die wahre Popmusikultur davon unberührt!

35 Balzer 2019, 158.

36 Ebd., 154.

37 Ebd., 156.

38 Ebd., 189.

Eine solche Argumentation, in der die ästhetischen Kriterien und Gattungsbestimmungen das Entscheidende sind, mag auf empirisch-kulturwissenschaftlich geprägte BeobachterInnen befremdlich wirken, weil sie von ästhetischen Eigenlogiken ausgeht und ihnen normativen Charakter zuspricht, nicht vom Faktischen. Sie entspricht aber, etwas hemdsärmelig gesagt, durchaus einer Variante der Diskursregeln der Literatur- und Musikkritik.<sup>39</sup> Ob diese Argumentation überzeugt, bedarf angesichts solch unterschiedlicher Einschätzungskriterien meines Erachtens einer pragmat(ist)ischen Klärung: Sie kann zutreffen, aber nur dann, wenn es den AkteurInnen in den sozialen Welten der Popkultur gelingt, solche Definitionen durchzusetzen oder zumindest im Spiel zu halten. Solche Wortmeldungen, so meine Lesart, zielen nicht zuletzt darauf ab, eine entsprechende Wirklichkeit zu schaffen. Sie sind Teil von Pop-Figurationen.

### 3. Vom Popismus zur reflexiven antinationalen Strategie?

Normativ-poptheoretische Argumentationen wie die von Balzer und Mrozek haben viele Quellen. Sie können auf die transnationalen ‚Geheimgeschichten‘ der Popkultur im Stile Greil Marcus‘ rekurren (wo allerdings auch ein eigener, hybridisierter US-amerikanischer Nationalismus am Werk ist), auf globalisierungstheoretische Kulturanalysen wie George Lipsitz‘ *Dangerous Crossroads*, auch auf Paul Gilroys *Black Atlantic* und ähnliche Werke, die – wohl nicht zufällig vor allem in den 1990er Jahren, in der Hochphase des Globalisierungsdiskurses – den entnationalisierend-kosmopolitischen Charakter von populären Musikkulturen herausgearbeitet haben. Vor allem prägte im deutschsprachigen Raum Diedrich Diederichsen den emphatischen und normativen Pop-Begriff, weshalb seine Positionen und die seines Umfelds hier in den Blick rücken sollen.<sup>40</sup> Um 1980, also zeitgleich mit Punk und dann der sogenannten Neuen Deutschen Welle, hatten Diederichsen und AutorInnen wie Andreas Banaski alias Kid P und Clara Drechsler den intellektuellen, gegenkulturaffinen Musikjournalismus in der Bundesrepublik umgekrempelt. Sie grenzten sich dezidiert von dem ab, was sie als hippieske „Wärmekultur“<sup>41</sup> des „sozialdemokratisch-hegemonial gewordenen, gezähmten“<sup>42</sup> Alternativmilieus wahrnahmen, aber auch von klassisch gegenkulturellen ästhetischen Strategien der Rockmusik mit ihren verhältnismäßig

39 Ob das eine grundlegende Differenz zum empirisch-kulturwissenschaftlichen und kulturanthropologischen Argumentieren darstellt, bliebe zu diskutieren. Jeremy Gilbert hat z. B. kürzlich in einem Diskussionsbeitrag über die Programmatik der Cultural Studies betont, dass Formen von *criticism*, die politisch aufgeladene ästhetische Urteile über die Qualitäten von populärer Kunst enthalten, immer schon mit zur Methode der Cultural Studies gehören, sei es bei Raymond Williams, Angela McRobbie oder Paul Gilroy (vgl. Gilbert 2019, 104–114 und 128–136).

40 Vgl. zum normativen Pop-Begriff insbesondere Diederichsen 2013, 185–195, hier: 191 ff; zu verschiedenen Pop-Begriffen auch Diederichsen 1999.

41 So rückblickend Diederichsen 2000, III.

42 Ebd.

eindeutigen Botschaften von Befreiung, Protest, Entsublimierung, innerer Authentizität.<sup>43</sup> Dagegen setzten sie ästhetische Programme der Ambivalenz, auch der Sinnverweigerung, der Täuschung und Subversion: Programme der Uneigentlichkeit und der Entfremdung, ganz im Sinn von avancierten zeitgenössischen Bands, statt ‚eigentlichen‘, authentischen Sprechens – und ganz im Sinn der semantischen Oppositionen der Post-Punk/New-Wave-Zeit: Plastik statt Holz, Kälte statt Wärme, Ja zur modernen Welt, Zurück zum Beton. Ein solches ‚Ja zur Entfremdung‘ konnte konsequenterweise auch kein ungebrochenes Ja zum nationalen Eigenen sein, kein ‚Ja zu Deutschland‘ – schon deshalb, weil ein selbstbewusst artifizieller Pop – ob nun absichtlich oder nicht – als antinationale Chiffre aufgeladen werden konnte, in Abgrenzung zu authentizistisch-organisistischen Verständnissen des vermeintlich Eigenen (Tiefgründigen, Empfundenen, Gebildeten) im Sinne des romantisch-kulturkritischen deutschen Nationalismus und seines Erbes. Wenn in diesen Zusammenhängen dezidiert Deutsches affirmiert wurde, dann eher als ambivalente Provokation, vor allem aber – wie bei Gabi Delgado und *DAF* oder Joachim Witt – im Sinne von Karikaturen des Teutonischen, die aus der englischsprachigen Popkultur zurückimportiert wurden, im Gestus der mehr oder weniger subversiven Überaffirmation.<sup>44</sup> Was die politischen Positionierungen angeht, so blieben die Pop-EmphatikerInnen der frühen und mittleren 1980er zunächst in vieler Hinsicht uneindeutig und verweigerten sich – inspiriert nicht zuletzt vom Modell des „semiotischen Guerillakriegs“ der Punk-Subkultur nach Hebdige – allzu eindeutigen politischen Botschaften und Decodierungsangeboten.<sup>45</sup> Sie zogen auch keine klare Trennlinie zwischen der Welt der Subkultur und der Politik; im Gegenteil stellten ihre TheoretikerInnen die sub- und gegenkulturellen Szenen gerade als zeitgemäße Form dafür dar, die Ansprüche politischer und kulturrevolutionärer Bewegungen – die ja zu diesem Zeitpunkt bereits einige Niederlagen erfahren hatten – zu bewahren.

Mir geht es an dieser Stelle weder um eine generelle Einschätzung dieser Szenen noch darum zu klären, ob der normative Pop-Begriff richtig ist. Die Lesart, die ich hier vorschlage, zielt vielmehr darauf ab, diese theoretisch-normative Argumentation über das antinationale Wesen der ‚richtigen‘ Popkultur, wie sie zum Beispiel Balzer artikuliert und wie ich sie hier zumindest in Ansätzen auf einige VorläuferInnen zurückverfolgt habe, selbst als Bestandteil einer bestimmten Figuration von Pop auf-

43 Dass sich das Prinzip ‚Pop als avancierte Artifizialität‘ in einer eigenen Form von doppelter Artikulation auch gegen die spießig-nationale CDU-FDP-SPD-Leitkultur richtete, stand für die Beteiligten außer Frage; Diederichsen spricht – vielleicht etwas eindeutiger als in jedem Einzelfall angebracht – von einer „linke[n] Kritik an halblinken Verhältnissen“ (Diederichsen 2013, 185–195, hier: 192).

44 Melanie Schiller (2018) ordnet solche Positionierungen (auch z. B. bei *Kraftwerk*) auf der Grundlage von *close readings* allerdings als ressentimenthaft nationalistisch ein.

45 Vgl. Diederichsen/Hebdige/Marx 1983. Hebdiges Texte wurden in diesem publizistischen Milieu verarbeitet, lange bevor sie in den deutschsprachigen Wissenschaften eine Rolle spielten.

zufassen. Die Poptheorie ist in diesem Sinn gerade nicht von ihrem Gegenstand zu trennen: Die Theorie fließt, wie das in ästhetischen Dingen häufig der Fall ist, mit in ihren Gegenstand ein, ohne jedoch gänzlich mit ihm identisch zu werden.

### 3.1 (Pop-)Kultur in Figurationen: methodologischer Exkurs

Um solche reflexive Pop-Figurationen, in denen ästhetische Praxis, Theoretisierungen und auch die sozialen Welten von Subkulturen, Bohèmes, politischen Bewegungen, Kunstszenen, Kulturjournalismus, Akademie/Universität zusammenkommen, historisch einzuordnen, ist ein Rückgriff auf Überlegungen aus der Wissenschaftsgeschichte hilfreich. Silvy Chakkalakal hat sich in diesem Zusammenhang mit der US-amerikanischen Kulturanthropologie der 1920er bis 1950er Jahre, also der Boas-Schule, und der Rolle von Kunst beziehungsweise ästhetischer Praxis – Fotografie, Film, Design – beschäftigt.<sup>46</sup> Dabei verortet sie eine einflussreiche Variante des Kulturbegriffs in Figurationen von Wissenschaft, Politik und Kunst, anstatt diese Bereiche säuberlich voneinander zu trennen. Im ‚holistischen‘ Kulturbegriff von Margaret Mead, Ruth Benedict, Gregory Bateson, Edward Sapir, Zora Neale Hurston und anderen sind Kulturen bekanntermaßen als jeweils auch ästhetisch integriertes Ganzes zu sehen. In den kulturrelativistischen Beschreibungen der Gesellschaften zum Beispiel auf Samoa, Bali oder den US-amerikanischen Sea Islands schwingen ästhetische Wertschätzung und Sehnsüchte mit – nicht nur mit Blick auf die im engeren Sinne ästhetischen Produkte dieser Gesellschaften, sondern auch mit Blick auf die innere Schlüssigkeit des kulturellen ‚Ganzen‘, das nicht vom instrumentellen Denken der kapitalistischen Industriemoderne bestimmt scheint. Diese Denkfigur ist Chakkalakal zufolge nur im Zusammenhang der künstlerischen Praxis zu begreifen, die für diese WissenschaftlerInnen ein wichtiger Teil ihrer Lebenswelt und zum Teil auch ihres eigenen Handlungsrepertoires war. In diesem Sinne ist der Kulturbegriff dieser kulturanthropologischen Generation – vermutlich die einflussreichsten EthnologInnen aller Zeiten – stark von ästhetischer Normativität durchdrungen. Gerade diese Normativität, die auch eine Kritik an der Trennung der Sphäre des Künstlerischen von anderen gesellschaftlichen Bereichen beinhaltet, prägte ihre Kritik an der eigenen Gesellschaft.

An diesem ästhetisiert-holistischen Kulturbegriff wurde vieles kritisiert, nicht zuletzt die verbreitete Neigung seiner VertreterInnen, Kulturen in ihrem als authentisch empfundenen Zustand festzuschreiben.<sup>47</sup> Chakkalakal greift diese Kritik auf, kontextualisiert die Ästhetisierung des Kulturellen aber vor allem als Produkt einer künstlerisch-wissenschaftlichen Figuration: ‚Kultur‘ in diesem ethnologisch-kulturanthropologischen Sinne ist demnach nicht zuletzt ein Produkt dieser Figuration. Ihre methodologischen Überlegungen zur „figurational analysis“ betonen, dass es wenig hilfreich wäre, wissenschaftliche und künstlerische Praktiken nur unter dem

<sup>46</sup> Vgl. Chakkalakal 2018, 489–515.

<sup>47</sup> Vgl. u. a. Di Leonardo 2000; Lindner 2002, 69–87.

Gesichtspunkt zu betrachten, dass sie verschiedenen Feldern zugehören: „Rather, in undertaking a figurational analysis, I want to understand those antagonistic aspects as core principles of the figuration. The figuration has to be understood as being constituted by reciprocal relationships and a certain enmeshment in time.“<sup>48</sup> Wenn wir diese Überlegungen auf die Frage nach der antinationalen Schlagseite der Popkultur übertragen, lässt sich in diesem Sinne fragen, inwiefern Pop selbst als ästhetisch-politisch-normative Orientierung aus einem vergleichbaren Zusammenspiel hervorgeht, anstatt eine ‚tatsächliche‘ empirisch vorfindliche (oft nationalistische) Popkultur von einer ‚nur behaupteten‘ und idealisierten (anti-nationalistischen), wie sie von normativen Theorien konstruiert wird, unterscheiden zu wollen. Oben fand die Frage nach dem antinationalen Charakter der Popkultur eine Antwort, die pragmatistisch motiviert war und einen hegemonietheoretischen Hintergrund hat: Inwiefern Pop antinational(istisch) ist, unterscheidet sich je nach Konjunkturen und Kräfteverhältnissen. Es ist nicht definitorisch zu entscheiden. Diese Aussage wirft aber eine ganze Reihe von empirischen Fragen auf: Wie laufen diese Prozesse ab, wie leiten sie sich her, wer ist daran in welcher Weise beteiligt, und welche Kräfteverhältnisse und Dynamiken prägen das Ringen um die nationalen Codierungen? Chakkalakals figurationsanalytische Perspektive lenkt den Blick nun noch einmal konkreter darauf, wie sich der Zusammenhang von Popkulturbeobachtung, antinationalistischer Politik und pop- und subkulturellen Szenen, Medien und Industrien tatsächlich zusammensetzt(e), wie er – gerade auch durch die Entstehung emphatischer und normativer Pop-Begriffe – ‚produktiv‘ wurde und wird und welche (Macht-)Effekte er zeitigt. Anders gesagt ist also zu fragen, inwiefern es durch taktisches und strategisches Handeln, aber auch weniger intentionale Dynamiken (zeitweise) gelang, eine antinationalistische Popkultur zu ‚artikulieren‘. Eine solche Analyse zumindest in Umrissen zu skizzieren, erfordert einen weiteren zeitlichen Sprung.

#### 4. „Etwas Besseres als die Nation“: anti-populäre Popkultur als Strategie

Was aktuell stattfindet, sei nichts weniger als „ein Angriff von rechts auf die Gesellschaft“, und zwar „in einem Bereich, der gewöhnlich kaum mit rechter Politik in Verbindung gebracht wurde – den im Gegenteil linke Dissidenz seit 1968 für sich gepachtet zu haben schien: der Kultur.“ Die Feindseligkeit der jungen radikalen Rechten auf der Straße und in intellektuellen Zirkeln richte sich, wie konservative Kommentatoren diagnostizieren, „gegen eine allzu liberale Kultur“; aus dieser Sicht bekämpft „die Jugend ... die Vernachlässigung der Nation durch die kosmopolitische Kultur“. Die binären Oppositionen in diesen Zitaten entsprechen weitgehend den eingangs erwähnten Spaltungsdiagnosen, stammen aber aus einem Text des Journalisten und Psychologen Mark Terkessidis aus dem Jahr 1995.<sup>49</sup> Der Autor resümierte mit diesen

48 Chakkalakal 2018, 489–515, hier: 493.

49 Terkessidis 1995, 14.



Sätzen rechte Positionen, um in der Abgrenzung dazu seine eigene poptheoretische Perspektive zu verdeutlichen, in der das Nationale gerade keine positive Referenzgröße ist. In den Jahren davor, vor allem 1992 und 1993, hatten Rechtsradikale eine Serie rassistisch motivierter Angriffe und Brandanschläge verübt, die teilweise pogromartige Züge annahmen wie in Hoyerswerda oder Rostock-Lichtenhagen. Eine neofaschistische Szene – aus der dann unter anderem auch der sogenannte NSU hervorging – etablierte und verfestigte sich. Die damalige Reaktion von CDU, FDP und auch weitere Teile der SPD bestand in einer Reform des Asylparagraphen des Grundgesetzes, die faktisch dessen weitgehende Abschaffung bedeutete, vor allem durch die sogenannte Drittstaatenregelung, um auf diese Weise die vermeintliche Ursache der ‚Fremdenfeindlichkeit‘ aus der Welt zu schaffen. Auf unterschiedlichen Ebenen wurde in diesen Jahren ein neuer Nationalismus greifbar: auf den Straßen, in der parlamentarischen Politik, in außenpolitisch-geostrategischen Überlegungen, aber auch im intellektuellen Feld. Während weite Teile der Bevölkerung in BRD und DDR die Wende von 1989 und die Wiedervereinigung feierten, ging die dem eigenen Selbstverständnis nach radikale Linke angesichts dieser Verhältnisse in grundsätzliche Opposition gegen alles Deutschlandaffirmative, zum Beispiel durch eine Demonstration mit dem Motto „Nie wieder Deutschland“ oder die autonome Aktionswoche „Halt’s Maul, Deutschland. Es reicht“.<sup>50</sup> An der Schnittfläche der zersplitterten außerparlamentarischen linken Szene, die zum Beispiel in Frankfurt/Main eng mit der Universität verbunden war, und der Pop-affinen Kunstszenen und Musikwelt, die Diederichsen beschrieb und beschwor, formierte sich im Zuge dessen eine zumindest für die deutsche Szenerie wirkmächtige, explizit anti-national(istisch)e Perspektive – durch Kontakte, Diskussionen, Veranstaltungen, Publikationen, Songtexte, Selbstverständnisse. In diesem Zusammenhang erfuhr die Mikropolitik der Popkultur in neuer Weise eine strategisch-programmatische antinationale Ausrichtung.

Dies geschah, dem Selbstverständnis der Beteiligten zufolge, als Reaktion im mehrfachen Sinn: als Reaktion auf die rechte Gewalt, aber auch als Reaktion auf den Jugendkulturcharakter der neofaschistischen Bewegung. Sie fiel damit gewissermaßen nicht nur in den Zuständigkeitsbereich der Antifa-Gruppen, sondern auch der Poptheorie und der Subkulturangehörigen. Schließlich handelte es sich um eine Reaktion auf den *öffentlichen* Kultur-Diskurs, insbesondere im etablierten Feuilleton.

---

50 Zur radikalen Linken in diesem Sinn zählten insbesondere der linke, ökosozialistische Flügel der Partei Die Grünen, der sich von der Partei abgespaltete und eher publizistisch tätig war, Reste der sogenannten K-Gruppen, HausbesetzerInnen, (post-)autonome Kleingruppen, neue Antirassismus-Gruppen und nicht zuletzt auch Antifa-Netzwerke – mit all ihren Differenzen. Die Opposition gegenüber der Wiedervereinigung (oft als Entstehung eines ‚4. Reichs‘ aufgefasst), und auch der Fokus auf einen neuen deutschen Nationalismus waren kurzfristig Konsens. Zur Spaltung in ‚antideutsche‘ und ‚antiimperialistische‘ linke Szene, oder auch in ‚antideutsche Kritiker‘ und ‚kritische antinationale Bewegungslinke‘ (vgl. Schulz 2010) kam es erst etwas später, deutete sich aber bereits an (vgl. Hanloser 2004; Schulz 2010; Kirsche 2015).



Dort forderten nicht wenige konservative Stimmen ein ‚unverkrampfteres‘ Verhältnis zum Nationalen ein, auch eine Abkehr von der Orientierung an US-amerikanischer Kultur<sup>51</sup>, in fortschreitender Annäherung an die ‚Neue Rechte‘.<sup>52</sup> Die Problematik kommt prägnant in den verschiedenen Fassungen eines Textes zum Ausdruck, die Diederichsen zwischen 1992 und 1994 publizierte: *The Kids Are Not Alright. Abschied von der Jugendkultur* (1992) hieß der erste („Ende der Fünfziger wurde sie erfunden, in den Neunzigern wird es Zeit, sich von ihr zu verabschieden: die Jugendkultur“<sup>53</sup>). Der Autor blickt darin auf die eigene intellektuelle Programmatik zurück, im programmatischen Gestus einer Selbsthistorisierung, die Milieubeschreibungen, aber auch Zeit- und Weltgeistdeutung beinhaltet. Die Entwicklungserzählung verläuft in etwa so: Der Autor und seinesgleichen hatten seit den späten 1970er Jahren<sup>54</sup> das „Konzept Jugendkultur mit allen angegliederten Unter-Ideen wie Pop, Underground, (...) symbolische Dissidenz, Tribalismus, Revolte, Abgrenzung“<sup>55</sup> als bessere, sogar als eigentliche Politik verstanden und beschworen. Jetzt, also Anfang der 1990er Jahre, gelte es aber eindeutiger politisch zu sein und sich unmissverständlich gegen rechts zu positionieren. Tatsächlich standen jugendkulturell sozialisierte Menschen derzeit häufig gerade nicht auf der richtigen Seite, so Diederichsens Feststellung: Unter den rassistischen Gewalttättern meinte er einen Querschnitt der einschlägigen Figuren zu erkennen, „langhaarige Dinosaur-jr.-Typen, Homies mit allen Arten von Kappen, bunte Techno-Typen – kurz all die, für und über die ich seit Jahren schreibe, in der mal mehr, mal weniger angezweifelte Vorstellung, sie seien entweder so etwas wie Subjekte korrekter politischer Kämpfe oder Symptome des jeweils neusten Stands der Dinge.“<sup>56</sup> Auf die Taktiken der symbolischen Dissidenz, die gelegentlich auch ein ambivalentes Kokettieren mit rechter Symbolik beinhalten konnte, war in der aktuellen Lage kein Verlass. Sie hatten diese Lage möglicherweise sogar mit hervorgebracht.

Ein zentraler Ort dieser konfliktreichen Debatten zwischen Polit- und sich politisierender avancierter Kulturszene waren die „Wohlfahrtsausschüsse“, Zusammenschlüsse von Journalist-, Künstler-, Musiker- und PolitaktivistInnen unter anderem

51 Vgl. die Kritik daran u. a. bei Jacob 1994, 62–74, hier: 69.

52 Das Feuilleton war hier ein wichtiges Beobachtungs- und Handlungsfeld. Dieser Fokus lässt sich sowohl als hegemonietheoretisch begründen (vgl. z. B. Terkessidis 1994) als auch als Symptom von Fraktionskämpfen im links-oberen Bereich des sozialen Raums nach Bourdieu deuten. Der Umstand, dass derartige innerbürgerlich-intellektuelle Fraktionskämpfe eine Rolle spielten, ist in den Texten von Anfang an präsent – Diederichsen benutzt zur Reflexion dieser Szenen z. B. den Bourdieu-Begriff des ‚neuen Kleinbürgertums‘, das kulturelles Kapital verwertet (vgl. Diederichsen 1994, 19–21, hier: 21; vgl. auch ders. 1993c, 65–80).

53 Diederichsen 1992, 28–34, hier: 28. Vgl. auch Diederichsen 1993a, 11–28; 1993d, 253–283; 1994, 19–21.

54 Vgl. dazu auch die Erzählungen von De- und Repolitisierung in Diederichsen 1993c, 65–80; Terkessidis 1994, 77–85.

55 Diederichsen 1992, 28–34, hier: 28.

56 Ebd.

in Hamburg, Frankfurt, Köln und München. Diese Gruppen und Foren – benannt im Sinne einer koketten Erinnerung an die jakobinische Vernunftreligion und aufklärerischen ‚Terror‘, als Logo wurde eine stilisierte Guillotine gewählt, mit dem ‚W‘ als Fallbeil und dem ‚A‘ als schief liegendem, abgetrenntem Kopf – markieren für die Figuration normativ-antination(istisch)er Pop-Verständnisse in Deutschland den Übergang zum dezidiert strategisch-antinationalen Einsatz von Pop. So veranstalteten die Wohlfahrtsausschüsse 1993 unter anderem einen Kongress und eine antifaschistisch-aufklärerisch intendierte Tournee unter dem Titel „Etwas Besseres als die Nation“ mit Vorträgen, Diskussionen, kleineren Aktionen im öffentlichen Raum und vor allem auch mit Konzerten namhafter Bands (aus der Alt-BRD) wie *Die Sterne*, *Blumfeld*, *Goldene Zitronen*, *Absolute Beginner* durch Rostock, Dresden und Leipzig, also durch die Ex-DDR, organisiert in Kooperation mit lokalen Gruppen, um eine antinationale Agenda zu popularisieren. Insgesamt waren vier Busse mit 250 Menschen auf Tour, die aus politisch unterschiedlichen – eher politischen und eher kulturellen – linken ‚Zusammenhängen‘ und auch aus unterschiedlichen Musikszenen kamen, sich aber zumindest auf die „Minimalziel[e]“ offener Grenzen und der „symbolische[n] Verteidigung des öffentlichen und privaten Raumes gegen den wachsenden Einfluß neofaschistischer Gruppen“<sup>57</sup> einigen konnten.<sup>58</sup> Die programmatischen Texte markieren Grenzziehungen zu staatlicher Politik und zur moralisch korruptierten Dominanzkultur<sup>59</sup>, die sich im Alltagsleben realisiert, gleichermaßen. Sie gaben sich damit meist entschlossen antipopular: Da erhebliche Teile der Bevölkerung den Nationalismus unterstützten, wie sich in Umfragen und, in einigen Fällen,

57 Wohlfahrtsausschüsse 1994, 7–14, hier: 7. Einen ausführlichen Bericht und Kommentar über die Tour verfasste der Journalist Thomas Groß in der *taz* (vgl. Groß 1993; auch Heiser 1995; Schulz 2010; Kirsche 2015; gw 2000). Ansonsten schlugen sich solche Verbindungen in publizistischen Projekten und Debatten nieder, z. B. in der Monatszeitschrift *konkret*, der Musikzeitschrift *SPEX*, dem *ak*, *Texte zur Kunst*, der Kölner *Stadt Revue*, der Tageszeitung *junge welt*, *Die Beute* und in Blättern wie *17 Grad Celsius – Zeitschrift für den Rest*, wo Positionspapiere abgedruckt wurden. Auch der skizzenhafte Film des Künstlers Stephan Dillelmuth (1993) gibt Einblicke in Diskussionsstile, Sprech- und Wahrnehmungsweisen.

58 Die Sprache vieler der Analysen und Verlautbarungen, die in dem daraus resultierenden Buch abgedruckt wurden, ist – nicht nur in den Slogans – drastisch, apodiktisch, hyperbolisch; ein anderer stilistischer Strang hat eher selbstbefragenden, aber zugleich auch polemischen Charakter. Das Apodiktische verweist sowohl in Richtung der autonomen Bewegung mit ihren radikalen Verweigerungsgesten gegenüber Staat und Gesellschaft als auch der Post-Punk-Gegenkultur-Avantgarde. Die Bands, die bei der angesprochenen Tournee auftraten, ließe eher leisere, vielleicht auch verrätselte Töne vermuten – wenn z. B. *Die Sterne* einen Song „Fickt das System“ nannten, dann wirkt der Ausspruch bei ihnen wie ein Zitat.

59 Ein nicht zuletzt rassismuskritischer Begriff, den Birgit Rommelpacher (1995) in dieser Zeit prägte.

im Applaus von ZuschauerInnen zu pogromartigen Gewaltakten zeige, lasse sich nur in Opposition zu diesem Deutschland agieren.<sup>60</sup>

Die ‚restlinke‘ Bewegung war der eigenen Wahrnehmung nach, ebenso wie die intellektuelle Subkultur, „in einer absolut marginalisierten Situation“<sup>61</sup>, sie hatte „keine soziale Basis“<sup>62</sup>, um das Alltagsleben einer breiteren Bevölkerung zu beeinflussen.<sup>63</sup> Auch deshalb verbiete sich eine optimistische Perspektive auf gesellschaftliche Veränderung – deren Ausrichtung angesichts des Endes des real existierenden, autoritären Sozialismus der DDR ohnehin grundlegender Neuorientierung bedurfte. Die Denkstile gingen hier durchaus durcheinander: Einige AutorInnen dachten eher in einem hegemonietheoretischen Stil über Bedingungen für neue Politikfähigkeit und diskursive Strategien nach,<sup>64</sup> sie machten analytisch unterschiedliche Formen und Projekte von Nationalismus aus, die politisch unterschiedlich einzuschätzen seien,<sup>65</sup> während andere eher apokalyptische Epochenanalysen vorstellten, in denen der umfassende Verblendungszusammenhang der bürgerlichen Gesellschaft in ihrer deutschen Variante kaum Handlungsmöglichkeiten offen lasse.<sup>66</sup> Trotz solcher Differenzen stand eine politische Strategie mit breiten Allianzen außer Frage. Stattdessen blieben einerseits Verweigerung, (defensive) Separierung und, mit neuer Dringlichkeit, der Versuch der Schadensbegrenzung, zum Beispiel im antifaschistischen Kampf gegen Neonazis oder zumindest dessen Unterstützung.<sup>67</sup> Zugleich steht aber auch das poptheoretische Sze-

60 Auch die Lichterketten gegen ‚Fremdenfeindlichkeit‘, an denen sich Hunderttausende beteiligten und die auch ein besseres Deutschland zum Ausdruck bringen sollten, verkörperten demnach letztlich eine falsche Versöhnung mit dem Nationalen, die nicht zu den Ursachen des deutschen Nationalismus durchdringe.

61 Fanizadeh 1994, 22–31, hier: 23.

62 Ebd.

63 Vgl. Fanizadeh 1994, 22–31, hier: 29. Zugleich wäre es ein Fehler, sich die Events dieser Gruppen als Veranstaltung ohne Publikum und Resonanz vorzustellen. Im Gegenteil: in einem der Papiere heißt es, wenn man in Frankfurt, Hamburg oder Köln eine Veranstaltung mit den beteiligten Popkritikern mache, die z. B. über den afroamerikanischen ‚nation‘-Begriff im aktuellen HipHop diskutieren, dann kämen sicherlich 1.000 Menschen. Auch wenn diese Zahl etwas übertrieben sein mag, interessiert das, was hier gesagt und gemacht wird, doch relativ viele Leute, gerade auch im Vergleich mit akademischen Publika und LeserInnenschaften.

64 Vgl. Terkessidis 1994, 77–85, hier: 81.

65 Vgl. Fanizadeh 1994, 22–31.

66 Vgl. Jacob 1994, 62–74 und die Statements von Jacob in Dilleuth 1993, 54:25–55:50 min.

67 Dass hier oft eher über als mit und aus der Perspektive von MigrantInnen gesprochen wurde, gegen die sich der Rassismus richtete, war schnell offensichtlich (vgl. über die nicht ‚Rassifizierten‘ Fanizadeh 1994, 22–31, hier: 30). Einige Beteiligte hatten einen Migrationshintergrund – aber insgesamt handelte es sich doch weitgehend um ‚weiße‘ Räume. Allerdings intensivierte sich in diesem Umfeld u. a. die Diskussion um antirassistische Gesellschaftsanalysen (vgl. Atzert/Fanizadeh/Müller/Redaktion Diskus 1992; Demirović 1994, 105–114; Fanizadeh 1994, 22–31) und insbesondere den Begriff des Neo-Rassismus.

nario einer Anti-Nazi-Allianz der progressiven sub- und gegenkulturellen Szenen im Raum, das etwas mehr Resonanz und Popularität verspricht.<sup>68</sup> mit subkulturellem Pop gegen das ‚Volk‘ nationaler Imaginationen. Dafür konnte – im Idealfall – die ‚richtige‘ Popmusik als attraktives, zeitgemäßes und zugleich nichtregressives Vergemeinschaftungsmedium dienen, die jenes „Bessere“ antizipierte und beförderte.<sup>69</sup>

Die Beziehung der westdeutschen Linken, die diese Szenerie dominierten, zu ihren ostdeutschen linken GesprächspartnerInnen erwies sich als vermintes Gelände. So spottete die Leipzigerin Hanna Kahina<sup>70</sup>, es wäre besser gewesen, die ganze Veranstaltung hätte nicht „Etwas Besseres als die Nation“<sup>71</sup> geheißt, sondern „Besser als andere Menschen“<sup>72</sup>. Die Diskussion sei grundlegend elitär (das Wort kommt auf den drei Seiten ihres Beitrags viermal vor), das Auftreten der Antifa-Fraktion machohaft. Vor allem werde die entscheidende Frage „schroff abgeblockt“<sup>73</sup>, ob es denn egal sei, wenn man mit „elitären Abgrenzungsversuchen“<sup>74</sup> kaum etwas und kaum jemanden erreiche. Auch verharmlose die obsessive Deutschlandkritik die Gewalt anderswo. Was auf der einen Seite also ein dezidiert anti-nationales Selbstverständnis ist, das – je nach Fraktion in unterschiedlicher Weise – auch anti-popular sein will beziehungsweise muss, aber – zumindest bei den Pop-Intellektuellen – auch ein anderes, besseres Populäres will, ist aus Kahinas Perspektive nur elitär, hilflos und unverständlich – und

---

Hier begann auch eine intensive Auseinandersetzung mit Étienne Balibar und Immanuel Wallersteins „Rasse, Klasse, Nation“ (1990); auch den rassismusanalytischen Texten Stuart Halls, die der Argument-Verlag übersetzte, kam erheblicher Einfluss zu. Für die Formierung der antirassistischen, antiessentialistisch-migrantisch-selbstorganisierten Kanak-Attak-Gruppe bildete dies einen wichtigen Hintergrund. Insgesamt bildeten die Cultural Studies ein Modell kritischer, zeitgeistsensibler Wissenschaft, das offenkundig für viele ‚poplinke‘ Beteiligte einen positiven Kontrast zur deutschen Universitätslandschaft bildete.

68 Vgl. Diederichsen 1994, 19–21.

69 Vgl. den Redebeitrag in Dilemuth 1993 (ca. 63:12 min) über „erstrebenswert[e] ... Lebensform[en]“ als Mobilisierungsmittel. Allerdings wollten die Bands, die hier spielten, gerade keine undifferenzierte, bierselige Gemeinschaftshuberei befördern und produzierten eher (anti-popularkulturelle) Mikrodistinktionen, die unweigerlich ebenfalls zwischen Eingeweihten und Nicht-Eingeweihten und Genervten unterschieden, wobei diese Ex- und Inklusion nicht mit der Unterscheidung ‚richtiger‘ und ‚falscher‘ Politik kongruent sein musste.

70 Vgl. Kahina 1994, 56–58 sowie die Beiträge der Projektgruppe ‚Druck‘ aus Leipzig im selben Band. Auch auf West-Seite waren selbstkritische Töne hier und da vernehmbar: „Es gibt kaum eine politische Strömung, die die eingestürzte DDR-Mauer mit soviel Zynismus und Ablehnung gegenüber den ‚Zonies‘ innerlich wieder aufrichtet, wie unsere autonome Szene“ (autonome l.u.p.u.s.-Gruppe R/M 1991; vgl. auch Fanizadeh 1994, 22–31, hier: 22).

71 Kahina 1994, 56–58, hier: 56.

72 Ebd. 56.

73 Ebd. 58.

74 Ebd. 58.

auch ein Resultat durch und durch distinktionsorientierter bundesrepublikanischer Subjektmodelle und ihrer Pathologien.

So deutlich diese Kritik die Widersprüche und die Grenzen des Projekts *Etwas Besseres als die Nation* offenlegt, so griffe es doch zu kurz, diese Mehrebenen-Distinktionspraxis nur als elitär-unsoziale Böswilligkeiten oder politisch-strategische Ignoranz zu beschreiben. Auch hier macht eine verstehende Perspektive Sinn. Kurz gesagt agierten die Beteiligten im Kontext einer spezifischen, begründbaren Einschätzung des postfaschistischen Deutschlands, in deren Rahmen die Gegnerschaft gegenüber allem Nationalistischen eine antifaschistische, nicht zuletzt auch anti-antisemitische Codierung für sich beanspruchen konnte. Auch die Geschichte der politischen Niederlagen und Enttäuschungen der westlichen Neuen Linken seit den 1960er Jahren ließ emphatische Bezugnahmen auf ‚die Leute‘, ‚die Bevölkerung‘ oder gar ‚das Volk‘ wenig plausibel wirken – gelegentlich scheint es in diesen Debatten allerdings auch, als sei mit dem Schlagwort ‚Autoritarismus‘ eigentlich alles Notwendige über weite Teile der Bevölkerung gesagt. Die Distinktionspraktiken der VertreterInnen der beteiligten Szenen, der apodiktische Rechthaber-Gestus und die ums Eck gedachten semiotischen Manöver folgten zugleich einer feldspezifischen Logik der subkulturellen Popkultur und der künstlerischen Avantgarden mit ihren steten Weiterentwicklungen und Differenzierungen, die immer auch mit einer Entwertung des Vorherigen verbunden sind.<sup>75</sup> So verspricht die Orientierung an einem emphatischen Begriff des kulturell Gegenwärtigen, die für die Poptheorie und ihr Verständnis von Popkultur typisch ist, einerseits Popularität, zumindest unter Eingeweihten, und erzeugt andererseits Exklusivität.

Der Abschied von der Jugendkultur war für maßgebliche Beteiligte dann aber doch nur ein zeitweiliger.<sup>76</sup> Diederichsen landete in der Abfolge der aufeinanderfolgenden Varianten des Texts über „the Kids“ und ihr „Alrightsein“ wieder bei etwas optimistischeren Vorstellungen, wie sie dann später unter anderem bei Balzer nachhallen: die Jugendkulturen seien zwar stärker als lange Zeit vermutet mit nationalistischem und rassistischem Denken und Handeln vereinbar. Aber innerhalb der

75 Das erschwert jeglichen Populismus, gilt aber innerhalb des kulturellen Feldes. Selbstkritisches über den gewissermaßen klassistischen ‚Theorismus‘ nach 1968 (der sich auch gegen Arbeiter- und Kleinbürgerkinder an der Universität gerichtet habe) und in der Punk-/Postpunk-Generation, die ihren Theorismus gerade abseits der Universitäten pflegte (vgl. Felsch 2016), findet sich in Diederichsen 1993c. Er spricht u. a. von einer „völlige[n] Abwesenheit von Kontakten zur Mehrheit der Bevölkerung und ihrer Organisationen (und auch ihrer Kultur)“ (Diederichsen 1993c), die „habituell“ (ebd.) geworden sei. Es verblüfft ein wenig, dass er als Gegenstrategie in diesem Zusammenhang den Gang an die Universitäten empfahl.

76 Poptheoretische Texte der späteren 1990er Jahre, insbesondere Holert/Terkessidis’ einflussreicher *Mainstream der Minderheiten* (1996), arbeiten sich stärker an anderen Ambivalenzen ab, insbesondere der Entwertung und Kooptierung von symbolischer Dissidenz. Die Debatten um den Abschied von der Jugendkultur angesichts der nationalistischen Welle hallen aber durchaus nach.

Popkultur würden neue Koalitionen möglich, über die nationalen Beschränktheiten und innergesellschaftlichen Differenzen hinweg. In dieser Hinsicht sei die Hip-Hop-Kultur, die auch in Deutschland an Bedeutung gewann, das relevanteste popkulturelle Feld, das Millionen von Jugendlichen und jungen Erwachsenen fasziniert. Von dieser Mikropolitik der Faszination führe ein Weg zu einer transnationalen, antinational(istisch)en Makropolitik, wenn es nämlich gelinge, „über die kulturindustriell beförderten Missverständnisse der Faszinierten Pakte zu stiften: Dopebeats als Mindestkommunikation gegen die segregationistische Tendenz der Weltwirtschaft.“<sup>77</sup> Auch wenn Jugendliche in westlichen Ländern diese „Pakte“<sup>78</sup> de facto nicht unbedingt annehmen beziehungsweise sie immer wieder aufkündigen, würden hier doch „junge Leute – via Faszination – ständig und immer wieder gezwungen (...), sich die Gedanken von Rassismus-Opfern und Weltausbeutungsopfern anzuhören.“<sup>79</sup> Auch dies ist eine programmatische Variante des Gedankens, dass der ästhetische Kosmopolitismus der Popkultur dafür sorgen kann, dass sich Fans unterschiedlichsten Menschen weltweit näher fühlen als den eigenen Nachbarn – und zwar, in dieser pop-affirmativen, nationalismuskritischen Fassung des Arguments, gerade nicht aufgrund ihres Status als privilegierte *Anywheres*, wie bei den heutigen PopulismusdiagnostikerInnen, sondern aufgrund der länderübergreifenden Identifikations- und Fantum-Angebote der Popkultur und ihrer affektiv-körperlichen Mikropolitik, zum Beispiel qua Sound.<sup>80</sup>

Insgesamt formierte sich in solchen Diskussions- und Produktionszusammenhängen etwas, das der Popkultur nicht äußerlich war: eine sowohl anti-national als auch anti-popular ausgerichtete Pop-Figuration. Diese reflexiv-strategische antinationale Pop-Figuration bekommt gerade durch ihre Heterogenität eine eigene Gestalt und Wirkmächtigkeit: Der Politik-Anteil, der Theorie-Anteil, der Musik-Anteil und so weiter sind gleichermaßen Konstituenten der Figuration. Wie bei Elias und Chakkalakal beeinflussen die Interaktionen immer auch die Komponenten des Zusammenschlusses, ihre Umrisse, Definitionen und Hierarchien. So trägt der antinationalistisch und antinational aufgeladene Begriff von Pop dazu bei, die Zusammenhänge

77 Diederichsen 1993d, 253–283, hier: 282.

78 Ebd.

79 Ebd., 253–283, hier: 276.

80 Noch einmal derselbe Autor: „Wer vom Gangsta-Life träumt – aus guten Gründen oft – steht einem eben immer näher als einer, der sich irgendwas in ‚Deutschland‘ vorstellen kann“ (Diederichsen 1993a, 11–28, hier: 26). Es wurde immer wieder bemerkt (vgl. z. B. Warneken 2006), dass in der empirisch-kulturwissenschaftlichen Forschung, aber auch in sehr viel größeren Ökonomien symbolischen Begehrens, das (mehr oder weniger) identifikatorische Interesse ‚weißer‘, (klein)bürgerlicher Intellektueller an der einheimischen ArbeiterInnenschicht, ihrer Kultur und Lebensweise und der Möglichkeiten der radikaldemokratischen Verbesserung ihres Lebens zunehmend durch ein (ebenfalls mehr oder weniger identifikatorisches) Interesse an unterprivilegierten MigrantInnen und ihren Rechten ersetzt wurde. Das hier Geschilderte bestätigt solche Beobachtungen in gewisser Weise, zeigt aber m. E. auch auf, was daran plausibel war. Reflexionen über vieles von dem, was daran problematisch sein konnte, begleiteten diesen Prozess.



zwischen den Komponenten dieser Musik-Theorie-Kunst-Theorie-Figuration herzustellen und zu gestalten, zu motivieren und zu übersetzen. Er ist aber auch ein Resultat oder Produkt dieser Figuration. Das gleiche gilt für eine bestimmte, antinational aufgeladene popkulturelle Praxis.

## 5. Und jetzt? (Anti-)Pop/(Anti-)Nation-Figurationen

Die Geschichte dieser anti-nationalen Figuration verdichtet sich also in der Episode *Etwas Besseres als die Nation*, mitsamt ihrer Überspanntheit, sie hat aber noch weitere Folgen und Staffeln, meist mit weniger grellen Motiven. Eine Verlängerung bis in die Gegenwart ließe sich mit Blick auf kulturelle Produktivität, Karrieren und mehr oder weniger untergründigen akademischen Einfluss auch als Erfolgsgeschichte erzählen. Was die Musik angeht, so haben die Headliner der Tour zumindest mit Blick auf deutschsprachige Indie-Musik inzwischen kanonischen Status. Als Jan Delay – als Rapper der *Absoluten Beginner* der mit Abstand erfolgreichste Beteiligte, unter anderem Pausen-Hauptact des Eurovision Song Contest in Düsseldorf 2011 – seine Publikumsbeschimpfung „Ich möchte nicht, dass ihr meine Lieder singt“ (2001) vorbrachte, war diese selbstbewusst paradoxe, anti-populare Misanthropie, die zu erfolgreicher Pop-Musik wurde, vielleicht auch ein Echo dieser Diskussionen. Aktuelle Bands wie die *Antilopen Gang* beziehungsweise Rapper wie Danger Dan, die Acts auf dem Audio-lith-Label (*Egotronic*, *Frittenbude*, *Feine Sahne Fischfilet*) und allerlei popkultur-ästhetische Sprengsel verkörpern Fortführungen und Weiterentwicklungen vergleichbarer anti-national(istischer), anti-popularer Positionen innerhalb der deutschsprachigen Popkultur. Einige der Beteiligten sind prägende Figuren der Kultur-Szene geblieben beziehungsweise dazu avanciert, manche auch in der akademischen Welt, nicht zuletzt an Kunsthochschulen. Auch von der Punk- und Indie-Welt führten Wege in den weiteren (Hoch-)Kulturbetrieb, Mitglieder der *Goldenen Zitronen* avancierten zum Beispiel zu Fixpunkten der Theaterwelt. In der politisch-kulturellen Szenerie lassen sich weitere Verbindungslinien nachvollziehen: zwischen diesen Netzwerken und zum Beispiel *Kanak Attak*, der Gruppe und Kampagne, die mit ihren antirassistischen Aktionen und Texten Ende der 1990er und Anfang der Nullerjahre eine neue Form von postmigrantischer Selbstorganisation praktizierten und vorwegnahmen, bestehen viele Verknüpfungen. Die Analysen und Haltungen, die *Kanak Attak* prägten, hallen akademisch auch in der Kritischen Migrationsforschung nach, einschließlich der Rezeption der Balibar- und Wallerstein'schen Nationalismustheorie. Auch der Popfeminismus, den zum Beispiel die Herausgeberinnen des *Missy Magazine* in deutscher Sprache etablierten, lässt sich in mancher Hinsicht als Fortführung solcher emphatisch popkultureller Projekte sehen, als durchaus kritische, in der eine Form von antirassistischer und antinationalistischer Popkultur-Euphorie zentral ist. In einem direkteren Sinn musikbezogene Publikationen wie *Testcard* passen ebenfalls in diese Liste. Und auch in die Kulturwissenschaften, in die Soziologie und Ethnologie spielt diese Figuration auf verschiedene Weise hinein, sei es durch die angesprochene Strömung von Migrations-, Nationalismus- und Identitätsforschung, die – bei allen



Weiterentwicklungen, Divergenzen usw. usf. – auf verwandte Analysen aufbaut, zum Beispiel durch akademisierte Pop(ulärkultur)theorie und -forschung und die Cultural Studies. Ob man dies als Geschichte produktiver Impulse, entpolitisierender Vereinnehmungen oder Episode eines längerfristigen kulturell-politischen Stellungskriegs im Sinne Gramscis begreifen sollte, lässt sich an dieser Stelle nicht klären. Wie hängen nun die Schlaglichter, die dieser Beitrag setzt, miteinander zusammen?

Die antinationale Pop-Figuration war in historische Prozesse verwickelt, die auch die eingangs angeführten Zeitdiagnosen beschreiben, und trug ihren kleinen Teil zu ihnen bei. Aus der makroanalytischen Vogelperspektive betrachtet sind all diese ästhetisch-stilistischen Differenzierungen – nicht nur in der Bundesrepublik, sondern auch in anderen westlichen Gesellschaften – in fortschreitende Individualisierungsprozesse eingebettet, in die Auflösung von Klassenmilieus, in eine zunehmend ‚postfordistische‘ Berufs- und Konsumlandschaft mit ihren Spezialisierungen und entsprechenden Subjektkulturen, gerade in den Mittelschichten.<sup>81</sup> Die antinational-antipopular-popkulturelle Strategie und das Distinktionsgebarren der Beteiligten brachten das zum Ausdruck, sie waren auch ein Symptom dieser Verhältnisse, gegen die sie sich zugleich, auf der Ebene politischer Inhalte, dezidiert richteten. Zugleich war diese Figuration in vor allem städtische Szenen und Milieus eingebettet, die sich sowohl als prekär als auch als aufsteigend beschreiben lassen. Zugleich beschwören die Beteiligten vielfach die Verbundenheit mit den Außenseitern und mit der ‚Basis‘ – auf dem Buchcover von *Etwas Besseres als die Nation* lungern zum Beispiel ein industrieproletarisches Mainzelmännchen und ein -weibchen herum.

In erster Linie ist an dieser Stelle jedenfalls Vorsicht vor vorschnellen Verknüpfungen geboten. Der große Bogen, den dieser Beitrag mit seinen Schlaglichtern gespannt hat, soll gerade keine kausale Verbindung suggerieren, wonach zum Beispiel popkulturell-antinationale Kampagnen eine Entfremdung zwischen KosmopolitInnen und KommunitaristInnen erzeugt hätte, oder gar zwischen der politischen Linken und ‚dem Volk‘, die sonst nicht existiert hätte oder nicht hätte existieren ‚dürfen‘. Das wäre aus mindestens zwei Gründen ein fehlgeleiteter explanativer Konkretismus: Zum einen sind hier makrostrukturelle Kräfte am Werk, die in unterschiedlichsten Ländern durchaus ähnliche Dynamiken hervorbrachten, was hier nicht weiter ausgeführt werden kann. Zum anderen wären für eine normative Einschätzung auch die normativen Hintergründe der Beteiligten mitzudenken. Sie brachten nicht einfach eine vermeintlich pathologische deutsche Angst vor dem Nationalen nach dem Nationalsozialismus zum Ausdruck, oder eine linke Abkehr von der ArbeiterInnenklasse und eine Hinwendung zu Konflikten um Migration. Sie suchten vielmehr nach begründeten Lösungen für (politische, ethische, ästhetische) Probleme und Situationsdefinitionen, in einer spezifischen historischen Situation, auf jeweils habituell-feldspezifische Art und Weise. Die – angenommene – antinationale Mikropolitik sollte und konnte für

81 Vgl. zur Diskussion um die politische Notwendigkeit, sich den neuen Realitäten dieser *new times* zu stellen und mit ihr Schritt zu halten, in Großbritannien z. B. Hall/Jacques 1989.

eine (makro)politische Strategie genutzt werden, die zugleich ihre eigenen Grenzen reflektierte. Exemplarisch macht dies meines Erachtens die realgeschichtlichen Hintergründe und Grenzen der semiotischen Oppositionen, wie sie die Populismusdiagnosen bestimmen, besser verständlich. Damit verstärkten diese AkteurInnen auch kulturelle Trennungslinien und Abstoßungseffekte, die sich gegen ‚falsche‘ Politik und zugleich, in gewissem Maße, gegen ‚falsche‘ Kultur richteten. Als Teil dieser *conjuncture* lassen sich diese Positionen und Praktiken aber nicht einfach, im Stile Goodharts oder Koppetschs, einem Lager zuordnen, das sowohl kosmopolitisch als auch eindeutig neoliberal geprägt wäre. Eher versuchten sie, popkulturelle Zugehörigkeiten, politische Utopien und fundamentale Kapitalismuskritik als Alternativen zu ethnisch-identitären Bezugspunkten zu stärken. Dazu waren die emphatisch-normativen Pop-Begriffe im Sinne dieser Pop-Figuration ein wesentliches Mittel, das auch anhaltende Effekte hatte – freilich in einem in vieler Hinsicht eingeschränkten Rahmen.

## Literatur

- Appadurai, Arjun: *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization* (= *Public Worlds* 1/9). Minneapolis, Minnesota 1996.
- Atzert, Thomas/Fanizadeh, Andreas/Müller, Jost/Redaktion Diskus (Hg.): *Die freundliche Zivilgesellschaft: Rassismus und Nationalismus in Deutschland*. Berlin 1992.
- autonome L. U. P. U. S. Gruppe R/M: *Doitsch-Stunde*. In: Strobl, Ingrid/Viehmänn, Klaus (Hg.): *Drei Zu Eins*. Berlin/Amsterdam 1991. URL: <http://www.idverlag.com/BuchTexte/DreiZuEins/DreiZuEinsLupus.html> [12.8.2021].
- Balibar, Étienne/Wallerstein, Immanuel: *Rasse, Klasse, Nation: ambivalente Identitäten*. Übersetzt von Haupt, Michael/Utz Ilse. Hamburg/Berlin 1990.
- Balzer, Jens: *Pop und Populismus: über Verantwortung in der Musik*. Hamburg 2019.
- Bok, Wolfgang: *Wahlen in Deutschland: Die Grünen und die Willkommenskultur* (6.5.2021). In: *Neue Zürcher Zeitung*. URL: <https://www.nzz.ch/meinung/die-gruenen-und-ihre-naive-vorstellung-von-willkommenskultur-ld.1615102> [12.8.2021].
- Bourdieu, Pierre: *Die feinen Unterschiede: Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Übersetzt von Schwibs, Bernd/Russer, Achim. Frankfurt am Main 1987.
- Chakkalakal, Silvy: *Ethnographic Art Worlds. The Creative Figuration of Art and Anthropology*. In: *Amerikastudien/American Studies* 63/4 (2018), S. 489–515.
- Currid-Halkett, Elizabeth: *The Sum of Small Things: A Theory of the Aspirational Class*. Princeton 2017. <https://doi.org/10.1515/9781400884698>
- Demirović, Alex: *Politischer Nachkriegskonsens, Krise und Neorassismus*. In: *Wohlfahrtsausschüsse* (Hg.): *Etwas Besseres als die Nation: Materialien zur Abwehr des gegenrevolutionären Übels*. Berlin/Amsterdam 1994, S. 105–114.
- Di Leonardo, Micaela: *Exotics at Home: Anthropologies, Others, American Modernity* (= *Women in Culture and Society*). Chicago 2000.
- Diederichsen, Diedrich: *The Kids Are Not Alright. Abschied von der Jugendkultur*. In: *Spex* 1992/11, S. 28–34.

- Diederichsen, Diedrich: Als die Kinder noch in Ordnung waren. In: Annas, Max/Christoph, Ralph (Hg.): Neue Soundtracks für den Volksempfänger: Nazirock, Jugendkultur und rechter Mainstream. Berlin 1993a, S. 11–28.
- Diederichsen, Diedrich: Freiheit macht arm: das Leben nach Rock'n'Roll, 1990–93. Köln 1993b.
- Diederichsen, Diedrich: Gefühlte Paprika – Die politische Subjektivität der Boheme. In: Texte zur Kunst 1993c/11, S. 65–80. URL: <https://www.textezurkunst.de/11/diederichsen-ge-fuehlte-paprika/> [12.8.2021].
- Diederichsen, Diedrich: The Kids are not alright, Vol. IV – Oder doch? Identität, Nation, Differenz, Gefühle, Kritik und der ganze andere Scheiß. In: ders. (Hg.): Freiheit macht arm: das Leben nach Rock'n'Roll, 1990–93. Köln 1993d, S. 253–283.
- Diederichsen, Diedrich: Thesen. Vorgetragen im Mekka in Hamburg, Dezember 1992. In: Wohlfahrtsausschüsse (Hg.): Etwas Besseres als die Nation: Materialien zur Abwehr des gegenrevolutionären Übels. Berlin/Amsterdam 1994, S. 19–21.
- Diederichsen, Diedrich: Der lange Weg nach Mitte: der Sound und die Stadt. Köln 1999.
- Diederichsen, Diedrich: Schallplatten 1979–1999. Höfen 2000.
- Diederichsen, Diedrich: Pop – deskriptiv, normativ, emphatisch (1996). In: Goer, Charis/Greif, Stefan/Jacke, Christoph (Hg.): Texte zur Theorie des Pop. Stuttgart 2013, S. 185–195.
- Diederichsen, Diedrich: Über Pop-Musik. Köln 2014. [https://doi.org/10.30965/9783846757673\\_010](https://doi.org/10.30965/9783846757673_010)
- Diederichsen, Diedrich/Hebdige, Dick/Marx, Olaph-Dante (Hg.): Schocker: Stile und Moden der Subkultur. Reinbek bei Hamburg 1983.
- Dillemuth, Stephan: Etwas Besseres als die Nation. Film. Deutschland 1993. URL: [http://societyofcontrol.com/outof/down/dillemuth\\_wohlfahrtsausschuss\\_etwas-besseres-als-die-nation.avi](http://societyofcontrol.com/outof/down/dillemuth_wohlfahrtsausschuss_etwas-besseres-als-die-nation.avi) [15.11.2021]
- Dümmling, Sebastian: Changing Societies, Changing Narratives. In: Zeitschrift für Volkskunde 116/1 (2020), S. 46–66. <https://doi.org/10.31244/zfvk/2020/01.04>
- Ege, Moritz: Ein Proll mit Klasse: Mode, Popkultur und soziale Ungleichheiten unter jungen Männern in Berlin. Frankfurt am Main/New York 2013.
- Ege, Moritz: Schwarz werden. „Afroamerikanophilie“ in den 1960er und 1970er Jahren (= Cultural Studies 24). Bielefeld 2015. URL: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:101:1-201512027242> [12.8.2021].
- Elias, Norbert: Über den Prozeß der Zivilisation. Wandlungen der Gesellschaft: Entwurf zu einer Theorie der Zivilisation. Frankfurt am Main 2010.
- Fanizadeh, Andreas: Im dritten Jahr der deutschen Einheit. Neorassismus, Multikultur, Fremdenfeindlichkeit. Rede, Gehalten im Mekka, Dezember 1992. In: Wohlfahrtsausschüsse (Hg.): Etwas Besseres als die Nation: Materialien zur Abwehr des gegenrevolutionären Übels. Berlin/Amsterdam 1994, S. 22–31.
- Felsch, Philipp: Der lange Sommer der Theorie: Geschichte einer Revolte 1960 bis 1990. Frankfurt am Main 2016. <https://doi.org/10.17104/9783406668548>
- Fischer, Michael/Jost, Christofer (Hg.): Amerika-Euphorie – Amerika-Hysterie: populäre Musik *made in USA* in der Wahrnehmung der Deutschen 1914–2014. Zum 100-jährigen Bestehen des Deutschen Volksliedarchivs und zur Gründung des Zentrums für Populäre Kultur und Musik (= Populäre Kultur und Musik 20). Münster/New York 2017.
- Gilbert, Jeremy: The Crisis of Cosmopolitanism. In: Stuart Hall Foundation, 15.5.2017. URL: <http://stuarthallfoundation.org/library/the-crisis-of-cosmopolitanism/> [12.8.2021].

- Gilbert, Jeremy: Das Kulturelle in politischen Konjunkturen. In: *Zeitschrift für Kulturwissenschaften* 2019/2, S. 104–114; 128–136. <https://doi.org/10.14361/zfk-2019-130211>
- Goodhart, David: *The Road to Somewhere: The Populist Revolt and the Future of Politics*. London 2017.
- Groß, Thomas: Über die Städte. In: *Die Tageszeitung*, 25.6.1993.
- Guerlain, Pierre: A Tale of Two Anti-Americanisms. In: *European Journal of American Studies* 2007/2. DOI: <https://doi.org/10.4000/ejas.1523> [12.8.2021]. <https://doi.org/10.4000/ejas.1523>
- gw: Kalt erwischt. Die deutsche Einheit, die radikale Linke und das Ende des kommunistischen Bundes. In: *Ak – Analyse & Kritik – Zeitung für linke Debatte und Praxis* 2000/443. URL: [https://archiv.akweb.de/ak\\_s/ak443/16.htm](https://archiv.akweb.de/ak_s/ak443/16.htm) [12.8.2021].
- Hall, Stuart/Jacques, Martin (Hg.): *New Times. The Changing Face of Politics in the 1990s*. London 1989.
- Hanloser, Gerhard: „Sie warn die Antideutschesten der deutschen Linken“: zu Geschichte, Kritik und Zukunft antideutscher Politik. Münster 2004.
- Hebdige, Dick: *Subculture: The Meaning of Style. New Accents*. London/New York 1979.
- Heiser, Jörg: Die Wohlfahrtsausschüsse. In: Babias, Marius (Hg.): *Im Zentrum der Peripherie. Kunstvermittlung und Vermittlungskunst in den 90er Jahren*. München/Basel 1995, S. 251–266.
- Holert, Tom: ‚Dispell Them‘. Anti-Pop und Pop-Philosophie – Ist eine andere Politik des Populären möglich? In: Gente, Peter/Weibel, Peter: *Deleuze und die Künste*. Frankfurt am Main 2007, S. 168–189.
- Holert, Tom/Terkessidis, Mark (Hg.): *Mainstream der Minderheiten: Pop in der Kontrollgesellschaft*. Berlin 1996.
- Jacob, Günther: Rap – Das neue Ding. In: ders. (Hg.): *Agit-Pop: schwarze Musik und weiße Hörer. Texte zu Rassismus und Nationalismus, Hiphop und Raggamuffin*. Berlin/Amsterdam 1993, S. 181–195.
- Jacob, Günther: Ich-Identität und nationale Identität. Ein theoretischer Nachtrag. In: *Wohlfahrtsausschüsse* (Hg.): *Etwas Besseres als die Nation: Materialien zur Abwehr des gegenrevolutionären Übels*. Berlin/Amsterdam 1994, S. 62–74.
- Kahina, Hanna: Autonome Flüchtlingshilfe. Der Osten schlägt zurück. In: *Wohlfahrtsausschüsse* (Hg.): *Etwas Besseres als die Nation: Materialien zur Abwehr des gegenrevolutionären Übels*. Berlin/Amsterdam 1994, S. 56–58.
- Kirsche, Gaston: Wie alles anfang. In: *Jungle World* 2015/22. URL: <https://jungle.world/artikel/2015/22/wie-alles-anfang> [12.8.2021].
- Knappertsbusch, Felix: Antiamerikanismus in Deutschland. Über die Funktion von Amerikabildern in nationalistischer und ethnozentrischer Rhetorik. Bielefeld 2016. <https://doi.org/10.1515/9783839433881>
- Koppetsch, Cornelia: *Die Gesellschaft des Zorns: Rechtspopulismus im globalen Zeitalter*. Bielefeld 2019. <https://doi.org/10.14361/9783839448380>
- Kroes, Rob: *If You’ve Seen One, You’ve Seen the Mall: Europeans and American Mass Culture*. Urbana 1996.
- Laclau, Ernesto: *On Populist Reason*. London/New York 2005.
- Laclau, Ernesto/Mouffe Chantal: *Hegemonie und radikale Demokratie: zur Dekonstruktion des Marxismus (= Passagen Philosophie)*. Übersetzt von Hintz, Michael/Vorwallner Gerd. Wien 1991.

- Lévi-Strauss, Claude: *Strukturelle Anthropologie*. Frankfurt am Main 1972.
- Lindner, Rolf: *Die Stunde der Cultural Studies*. Wien 2000.
- Lindner, Rolf: Konjunktur und Krise des Kulturkonzepts. In: Musner, Lutz/Wunberg, Gott-hart (Hg.): *Kulturwissenschaften: Forschung, Praxis, Positionen* (= Edition Parabasen). Wien 2002, S. 69–87.
- Maase, Kaspar: *BRAVO Amerika: Erkundungen zur Jugendkultur der Bundesrepublik in den fünfziger Jahren* (= Schriftenreihe des Hamburger Instituts für Sozialforschung). Hamburg 1992.
- Maase, Kaspar: *Prädikat wertlos: der lange Streit um Schmutz und Schund*. Tübingen 2001.
- Manow, Philip: *Die politische Ökonomie des Populismus*. Berlin 2018.
- Meister, Andre: Prüffall: Wir veröffentlichen das Verfassungsschutz-Gutachten zur AfD. In: *Netzpolitik*, 28.1.2019. URL: <https://netzpolitik.org/2019/wir-veroeffentlichen-das-verfassungsschutz-gutachten-zur-afd/> [12.8.2021].
- Merkel, Wolfgang: Kosmopolitismus versus Kommunitarismus: Ein neuer Konflikt in der Demokratie. In: Harfst, Philipp/Kubbe, Ina/Poguntke, Thomas (Hg.): *Parties, Governments and Elites*. Wiesbaden 2017, S. 9–23. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-658-17446-0\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-658-17446-0_2) [12.8.2021]. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-17446-0\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-658-17446-0_2)
- Möhring, Maren: *Fremdes Essen: die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland*. München 2012. <https://doi.org/10.1524/9783486717792>
- Mrozek, Bodo: *Jugend, Pop, Kultur: eine transnationale Geschichte*. Berlin 2019.
- Mrozek, Bodo: Von Anywheres und Somewheres. In: *Merkur* 2019/73, S. 32–47.
- Penke, Niels/Schaffrick, Matthias (Hg.): *Populäre Kulturen zur Einführung*. Hamburg 2018.
- Poiger, Uta C.: *Jazz, Rock, and Rebels: Cold War Politics and American Culture in a Divided Germany* (= *Studies on the History of Society and Culture* 35). Berkeley 2000. URL: <http://www.jstor.org/stable/10.1525/j.ctt1pnxgk> [12.8.2021].
- Reckwitz, Andreas: *Die Gesellschaft der Singularitäten: zum Strukturwandel der Moderne*. Berlin 2017. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-21050-2\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-658-21050-2_2)
- Regev, Motti: Ethno-National Pop-Rock Music: Aesthetic Cosmopolitanism Made from Within. In: *Cultural Sociology* 1/3 (2007), S. 317–341. <https://doi.org/10.1177/1749975507082051>
- Regev, Motti: Pop-Rock, Cultural Cosmopolitanism and the Global Cultural Market of Youth Identities. In: *Youth and Globalization* 1/1 (2019), S. 88–106. <https://doi.org/10.1163/25895745-00101005>
- Römhild, Regina: Aus der Perspektive der Migration. Die Kosmopolitisierung Europas. In: Hess, Sabine/Binder, Jana/Moser, Johannes (Hg.): *No Integration?! Kulturwissenschaftliche Beiträge zur Integrationsdebatte in Europa*. Bielefeld 2009, S. 225–238. <https://doi.org/10.14361/9783839408902-014>
- Römhild, Regina: *Global Heimat. Der Alltag junger Migranten in den Widersprüchen der Einwanderungsgesellschaft*. In: Bukow, Wolf-Dietrich/Heck, Gerda/Schulze, Erika/Yildiz, Erol (Hg.): *Neue Vielfalt in der urbanen Stadtgesellschaft*, Wiesbaden 2011, S. 21–32. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-93082-4\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-531-93082-4_2)
- Rommelspacher, Birgit: *Dominanzkultur: Texte zu Fremdheit und Macht*. Berlin 1995.
- Schiller, Melanie: *Soundtracking Germany: Popular Music and National Identity* (= *Popular Musics Matter: Social, Political and Cultural Interventions*). London/New York 2018.
- Schulz, Jörn: Etwas Besseres als die Nation. In: *Phase 2 – Zeitschrift gegen die Realität* 2010/38. URL: <https://www.phase-zwei.org/hefte/artikel/etwas-besseres-als-die-nation-69> [12.8.2021].

- Slack, Jennifer Daryl: The Theory and Method of Articulation in Cultural Studies. In: Morley, David/Chen, Kuan-Hsing (Hg.): Stuart Hall. Critical Dialogues in Cultural Studies. London/New York 1996, S. 124–140.
- Spiritova, Marketa: *Performing the Nation*. Inszenierung des Nationalen in der Populären Kultur. In: Götz, Irene/Roth, Klaus/dies. (Hg.): Neuer Nationalismus im östlichen Europa. Kulturwissenschaftliche Perspektiven (= Ethnographische Perspektiven auf das östliche Europa, Bd. 3). Bielefeld 2017, S. 17–37. <https://doi.org/10.14361/9783839439623-002>
- Sutter, Ove: Alltagsverstand. Zu einem hegemonietheoretischen Verständnis alltäglicher Sichtweisen und Deutungen. In: Österreichische Zeitschrift für Volkskunde 2016/1–2, S. 42–70.
- Terkessidis, Mark: Die Geschichte Zurückerobern. In: Wohlfahrtsausschüsse (Hg.): Etwas Besseres als die Nation: Materialien zur Abwehr des gegenrevolutionären Übels. Berlin/Amsterdam 1994, S. 77–85.
- Terkessidis, Mark: Kulturkampf: Volk, Nation, der Westen und die neue Rechte. Köln 1995.
- Warneken, Bernd Jürgen: Die Ethnographie populärer Kulturen: eine Einführung. Wien 2006.
- Weheliye, Alexander G.: My Volk to Come: Specters of Peoplehood in Recent Diaspora Discourse and Afro-German Popular Music. In: Keaton, Trica/Small, Stephen/Hine, Darlene Clarke (Hg.): Black Europe and the African Diaspora. Urbana/Chicago 2009, S. 161–179.
- Werbner, Pnina: De-Orientalising Vernacular Cosmopolitanism: Towards a Local Cosmopolitan Ethics. In: Giri, Ananta Kumar (Hg.): Beyond Cosmopolitanism. Singapore 2018, S. 275–295. [https://doi.org/10.1007/978-981-10-5376-4\\_15](https://doi.org/10.1007/978-981-10-5376-4_15)
- Wietschorke, Jens: Kulturelle Spaltung als Narrativ. Zur Politik und Poetik des Cultural Cleavage. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 116/1 (2020), S. 21–35.
- Wohlfahrtsausschüsse (Hg.): Etwas Besseres als die Nation: Materialien zur Abwehr des gegenrevolutionären Übels. Berlin/Amsterdam 1994.
- Wohlfahrtsausschüsse: Vorwort. In: dies. (Hg.): Etwas Besseres als die Nation: Materialien zur Abwehr des gegenrevolutionären Übels. Berlin/Amsterdam 1994, S. 7–14.





## **II**

# **Performing the nation**

Performanz und  
Partizipation



# *Amor patriae nostra lex*

Das Nationale als Identitätsmarker und ästhetische Ressource am  
Beispiel der Rechtsrock-Szene in Polen

Agnieszka Balcerzak

*Magna Polonia invicta est. Vivat husaria et vivat rex.  
Amor patriae nostra lex.<sup>1</sup>*

## **„National, identitär, patriotisch“: Das Politikum Musik im Dienste der „Nation“**

„Politik oder Musik – politische Musik – musikalische Politik?“<sup>2</sup> ist eine berechnete Frage bei der Beschäftigung mit Musik im Schnittpunkt von Nationalismus, mediatisiertem Erinnern und der Popularisierung von Geschichte. Musik an sich ist zunächst unpolitisch, erst durch entsprechende Texte, Bilder oder die Verknüpfung mit bestimmten Personen, Orten und Symboliken wird sie zum ideologisch aufgeladenen Politikum. Der Rechtsrock etwa gehört zu den Musikgenres, die Szenen hervorbringen, die augenscheinlich mit dem Attribut „politisch“ versehen werden. Besonders seit der Wende 1989 floriert die Rechtsrock-Szene in Europa und darüber hinaus. Die Musik gilt dabei oft als ‚Einstiegsdroge‘ in das rechtsextreme Milieu. Konzerte, CDs und Gadgets sind ein lukratives Geschäft und immer neue Bands und Stile schließen sich dem Trend an.<sup>3</sup>

Auch in Polen ist die Rechtsrock-Szene gut vernetzt, schafft identitätsstiftende Musikangebote und bietet eine gewinnbringende Einnahmequelle, sowohl für Künstler und Bands, als auch für Musikverlage, Organisationen und Netzwerke, die sich in ihrem Wirkungsfeld befinden. Kennzeichnend für den Rechtsrock in Polen ist sein fluider Charakter, der zwischen ‚bürgerlichen‘ und radikalen Subgenres oszillierend, als „neofaschistisch“, „national“, „identitär“ oder „patriotisch“ attribuiert wird.<sup>4</sup> Dieses Charakteristikum geht auf die Etablierung diffuser rechtsgerichteter Strömungen

---

1 Horytnica 2015. Die zitierte Passage „Das Große Polen ist unbesiegbar. Lang lebe die Husaria und lang lebe der König. Vaterlandsliebe ist unser Gesetz“ stammt aus dem Lied *Skrzydła chwały* [Die Flügel des Ruhms] der Rechtsrock-Band *Horytnica*.

2 Baur 2005, 100–118, hier: 111.

3 Vgl. u. a. Dornbusch/Raabe 2002; v. Appen/Hindrichs 2020.

4 Vgl. Pankowski 2000, 127–132; Sankowski 2016.

nach 1989 zurück: Von der Skinhead-Subkultur und der Black-Metal-Musikszene, die in den 1990er Jahren an Sichtbarkeit gewannen, über offen neuhidnische und neonazistische Organisationen, die sich der Aushängeschilder internationaler Neonazi-Netzwerke wie Blood and Honour und Combat 18 bedienen, bis zu rechtsradikalen, national-konservativen Jugendorganisationen wie etwa Młodzież Wszechpolska [Allpolnische Jugend] oder Obóz Narodowo-Radykalny [National-Radikales Lager, ONR], deren zugrundeliegende politische Identität auf einer dem polnischen Nationalismus der Zwischenkriegszeit entlehnten ethno-nationalistischen Vorstellung der nationalen Gemeinschaft und auf fundamentalistischem Katholizismus beziehungsweise auf christlichem Nationalismus beruht.<sup>5</sup> Die oft fließende Symbiose zwischen den Musikprodukten und rechten Haltungen gemäß der Losung „Gott, Ehre, Vaterland“ – der instrumentalisierten Leitmaxime national-konservativer Gruppen – die enge Zusammenarbeit mit dem breiten Spektrum der rechtsradikalen AkteurInnen und die Vernetzung mit gleichgesinnten Bands und Verlagen aus dem In- und Ausland gehören zu den wichtigsten Merkmalen dieser Szene.<sup>6</sup> Fremdenfeindlichkeit, Anti-EU-Haltung und ausgeprägter Antikommunismus, eine konservative Weltanschauung und glorifizierende Darstellung von Panslawismus, Landesgeschichte und Nationalmythen sind charakteristisch für die Songtexte, Plakate und CD-Cover ebenso wie Musikvideos der vorwiegend männlichen Künstler.<sup>7</sup> Im Falle der rechtsextremen Neonazi-Bands kommt auch eine mit szenentypischen Codes und Assoziationen verknüpfte Verherrlichung der NS-Ideologie und der White-Power-Bewegung hinzu. Als Strategieelement der extremen Rechten fungieren diese Soundpolitiken als kollektive Wissensquelle, Identitätsmarker und sinnlich-ästhetische Nationalisierungstools.

Diese „Soundpolitisierung“<sup>8</sup>, im vorliegenden Beitrag verstanden als Zusammenhang zwischen Musik und Politik im Sinne einer mehrdimensionalen Verflechtung von sinnlich-ästhetischen Erinnerungsprozessen, populärkulturellen Medien und nationalistischer Alltagspraxis, sollen anhand von Beispielen aus dem musikalischen Schaffen von Rechtsrock-Bands in Polen, darunter die radikalen *Konkwista 88* und die ‚gemäßigten‘ *Horytnica*, aufgezeigt werden. In den Fokus des Beitrags an der Schnittstelle von Nationalismus-, Populär- und Erinnerungskulturforschung<sup>9</sup> rücken damit folgende Fragen: Warum vereinnahmt die radikale Rechte in Polen Musik für ihre affirmativ-nationalistische Narration? Wie lässt sie die Musikangebote mithilfe des

5 Zum Erstarken rechtsradikaler Strömungen in Polen nach 1989 siehe Balcerzak 2020, 146–176. Zur Typologie der radikalen/extremen Rechten in Europa vgl. Minkenberg 2013, 9–37.

6 Zur nationalistischen Musik in Europa siehe Fallbeispiele aus Ungarn (*Kárpátia*) und der Tschechischen Republik (Daniel Landa). Vgl. Feischmidt/Pulay 2016, 309–326; Spiritova 2020, 43–56.

7 Die Rezeption ist gewaltig: In den sozialen Medien erreichen die Künstler Tausende bis Millionen Aufrufe.

8 Marchart 2000.

9 Vgl. Göttlich/Gebhardt/Albrecht 2002; Korte/Paletschek 2009; Götz/Roth/Spiritova 2017.

affektiven Arguments des ‚Nationalen‘ an den Diskursen zur Vergegenwärtigung von Vergangenheit und zur Konstruktion von Erinnerung mitarbeiten? Wodurch werden Produkte der Rechtsrock-Kultur zu Identitätsmarkern und ästhetischen Ressourcen, die Geschichte, kollektive Erinnerungen und Identitäten (re-)produzieren, bestätigen oder sie mit ästhetisch-emotiv konturierten Gegennarrativen konterkarieren? Welche gesellschaftlichen Implikationen und Konsequenzen hat diese politisierte Verflechtung von populären Musikprodukten und der Erinnerungskultur in Polen? Der prozessorientierten kulturwissenschaftlichen Analyse liegt ein diskursanalytischer und bild- sowie texthermeneutischer Zugang zugrunde. Das Quellenkonvolut umfasst neben Liedtexten und Musikvideos auch Plakate und CD-Cover, die im Hinblick auf ihre (Bild-)Sprache, Symbolik und die sinnlich-emotionalen Atmosphären untersucht werden.<sup>10</sup>

### ***Pop the Nation:***

#### **Zum (Alltags-)Nationalismus und Popular-Pleasure-Kultur**

Für den Soziologen Rafał Pankowski ist die Populärkultur der „Spiegel, in dem sich die gegenwärtige Zivilisation betrachtet“ und es ist gerade der populäre Charakter, der darüber entscheidet, „dass sie nicht selten funktionellen Stereotypen [...] unterliegt, während sie diese [...] modelliert sowie rassistisch-ethnische Klischees verfestigt und als Treibriemen der Propaganda dient“.<sup>11</sup> Das Feld der Populärkultur wird bestimmt durch das Handeln der AkteurInnen, durch die medialen, ästhetischen und performativen Eigenschaften der Produkte sowie durch kritische oder affirmative Formen sozialer Funktionalisierung.<sup>12</sup> Als Bestandteile der globalen *mediascape*<sup>13</sup> sind populärkulturelle Produkte deshalb als sinnlich-ästhetische Artefakte, Kommunikationswerkzeuge und Wissensreservoirs für politische Konzepte und ideologische Denkschemata zu betrachten. Eine besondere Rolle kommt hier der Musik zu, die niederschwellige Identitätsangebote anbietet und eine breite gesellschaftliche Anschlussfähigkeit aufweist.

Musik als populärkulturelles Medium ist in Anlehnung an Diedrich Diederichsens Pop-Musik-Konzept<sup>14</sup> zugleich als ästhetisches Phänomen zu begreifen. Im Kontext von Adornos und Horkheimers Analysen zur Kulturindustrie begreift Diederichsen Musik als ein „Gesamtkunstwerk“, das heißt als einen „Zusammenhang aus Bildern, Performances, (meist populärer) Musik, Texten und an reale Personen geknüpften Er-

10 Der Artikel nimmt Bezug auf meine Dissertation (Balcerzak 2020) über die polnische Protestkultur im Nach-Wende-Polen. Der Fokus der Arbeit liegt auf polarisierten Protestformen und Inszenierungspraxen sozialer Bewegungen, darunter national-konservativer Gruppierungen und Netzwerke.

11 Pankowski 2006, 10–11.

12 Korte/Paetschek 2009.

13 Appadurai 1990.

14 Diederichsen 2014.

zählungen“<sup>15</sup>. Die diversen musikalischen Ausdrucksformen sowie das dazu gehörige sinnlich-emotive Universum werden auch in der vorliegenden Analyse als eine wichtige ästhetische Ressource definiert. Durch ihren konstruktiven Charakter prägen die ästhetisierten Musikprodukte die Modi des Kommunizierens und Erinnerns<sup>16</sup> und fungieren als Projektionsflächen für Botschaften, die in den Dienst einer affirmativ-nationalistischen Erinnerungspolitik gestellt werden können. In diesem Sinne dient Musik der Herstellung kultureller „Hegemonie-Arenen“<sup>17</sup> mittels breitenwirksamer, nationalistisch argumentierender Angebote der Unterhaltungs- und Populärkultur. In der Funktion als Träger von *popular pleasure*, eines „populärkulturellen, ästhetischen Vergnügens“<sup>18</sup>, schaffen auf Unterhaltung und Vergnügung abzielende Musikinhalte, wie etwa Musikvideos oder CDs, „imaginäre Gemeinschaften“.<sup>19</sup> In nationalistischen Musikkontexten geschieht das, besonders in den Ländern des östlichen Europas, über die Konstruktion von Vergangenheitsbezügen und nationalen Selbstbildern.

In Polen gelten vor allem das Mittelalter, die Adelsrepublik Polen-Litauen, der Zweite Weltkrieg und die Kommunismus-Ära als Referenzquelle für die Schaffung neuer Heldenmythen und nationalistisch argumentierender „Erinnerungslandschaften“<sup>20</sup>. Der Rekurs auf nationale Traditionen und historische Mythen, die über geteilte Wissensbestände und Identifikationsangebote imaginierte Zugehörigkeiten produzieren, verwundert nicht, denn als Argument eines neuen Nationalismus bilden sie den „manifesten Kern der osteuropäischen Identität“<sup>21</sup>, wenngleich nicht alle Länder des östlichen Europa pauschal als nationalistisch zu bezeichnen sind. Durch den Rückgriff auf „gemeinsame“ Kultur, Tradition, Sprache und Religion fungiert „das semantische Feld des Nationalen“ als „polyvalente Vergemeinschaftungsstrategie“<sup>22</sup>: Die Rechte vereinnahmt die Populärkulturen, wie etwa Musik, zur Durchsetzung nationalistischer Haltungen und markiert sie im Zuge der Prozesse des *past presencing*<sup>23</sup>. Mit dem affektiven Argument des „Nationalen“ ziehen rechte KünstlerInnen, Bands und Verlage die Grenzen zwischen dem Eigenen und dem Fremden, sie (de-)konstruieren Erinnerungen und deuten die vergangene und zukünftige Position Polens in Europa auf Basis instrumentalisierte historische Ereignisse und Mythen. Im Folgenden soll der Frage nach dieser ideologischen Aneignung und gesellschaftlichen Funktion von Musik am Beispiel des Rechtsrocks in Polen exemplarisch nachgegangen werden.

---

15 Ebd.: XI.

16 Vgl. Assmann 2011, 59–62.

17 Vgl. Spiritova 2020, 43–56, hier: 44 in Anlehnung an Stuart Hall; Gramsci 2019.

18 Bareither/Tomkowiak 2020, 9.

19 Anderson 1983.

20 Vgl. Macdonald 2013.

21 Niedermüller 1995, 135–151, hier: 143.

22 Götz 2011, 129–154.

23 Die von Sharon Macdonald in die Erinnerungskulturforschung eingeführte Praxisform des *past presencing* meint die Formen und Praktiken der Vergegenwärtigung von Vergangenheit. MacDonald 2013, 16.

## Skrewdriver, Konkwista 88 und Co.

### Die Anfänge der rechtsextremen Soundpolitik

Die Anfänge der rechtsradikalen „Soundpolitisierung“<sup>24</sup> in Polen gehen auf die Etablierung der (inter-)nationalen Skinhead-Subkultur zurück. Als Inspiration galt die Rechtsrock-Szene, die sich in Großbritannien als Folge der Popularität der rechtsextremen National Front etablierte und ihr Hoch in den 1970–1980er Jahren erlebte. Zu den Vorreitern, die das „Dritte Reich“, Adolf Hitler und die Vorrangstellung der „weißen Rasse“ offenkundig priesen, gehörte die Band Skrewdriver, Mitbegründerin des Netzwerks Blood and Honour, deren Leadsänger Ian Stuart Donaldson bis zu seinem Tod 1993 eine wichtige Leitfigur der internationalen Rechtsrock-Szene war.<sup>25</sup>

Bis zur Wende war in der Volksrepublik Polen [PRL] die Skinhead-Musik recht dünn gesät, westliche Tonträger waren nur mit Mühe erhältlich und die wenigen Bands hatten kaum Möglichkeiten aufzutreten. Zu einer dynamischen Entwicklung kam es in den 1990er Jahren mit der Entstehung zahlreicher Neonazi-Bands, die bei Konzerten wie etwa *Oi! dla Ojczyzny* [Oi! für das Vaterland], ohne Schwierigkeiten in staatlichen Kulturzentren auftreten konnten. Die Herstellung und der Verkauf von Demotapes, CDs und Neonazi-Fanzines trugen zum Erstarken der Rechtsrock-Szene bei.<sup>26</sup> Dabei handelte es sich um Skinhead-Bands, die musikalisch unterschiedliche Stilrichtungen kombinierten – vom (Punk-)Rock bis zum White-Power- und National-Socialist-Hard-Core [NSHC]. Zu den bekanntesten Gruppen zählte *Konkwista 88* [Conquista 88] aus Wrocław/Breslau, die dem international agierenden Neonazi-Netzwerk Rock Against Communism [RAC]<sup>27</sup> angehörte.

*Konkwista 88*, in deren Name der Code 88 für den Salut „Heil-Hitler“ enthalten ist, gehörte 1989–2005 zu den berüchtigten Neonazi-Rock-Bands in Polen. Sie entwickelte diverse internationale Beziehungen, trat in Europa und den USA auf und ihre Songs wie etwa *Biały honor, biała дума* [Weiße Ehre, weißer Stolz], in dem sie „den Kampf bis zum Tod, für die weiße Ehre und das Blut, für die weiße Ehre und das Keltenkreuz“<sup>28</sup> hinaufbeschwört, erschienen auf zahlreichen internationalen Neonazi-Samplern der 1990er Jahre wie *Keep It White* oder *World Wide White Pride*. Gemeinsam mit anderen Neonazi-Bands bildete *Konkwista 88* in den Jahren 1992–1994 die Skinhead-Organisation *Aryjski Front Przetrwania* [Arische Überlebensfront],

24 Marchart 2000.

25 Vgl. Searchlight/Antifaschistisches Infoblatt/Enough is enough/rat 2000.

26 Vgl. Lowles/Silver 2000: 153–158, hier: 155. Mitteleuropa erwies sich als fruchtbarer Nährboden für die Rechtsrock-Szene. Bereits Ende der 1990er Jahre befanden sich rund 30.000 RezipientInnen im Wirkungsbereich der White-Power- und Skinhead-Bewegung, davon 20.000 in Polen und Tschechien.

27 Vgl. Renton 2018. Die RAC-Kampagne entstand Anfang der 1980er Jahre in Großbritannien als Gegenpol zur antifaschistischen Initiative *Rock Against Racism* mit dem Ziel durch Musik rechtsradikales Gedankengut zu vermitteln. Bis heute ist RAC ein wichtiger Bezugspunkt für Neonazi-Rockbands.

28 Vgl. Nigdy Więcej 2017.



die internationale Rechtsrock-Konzerte nach Polen brachte. Nach der Auflösung der Band 2005 gründete der Gitarrist Wojciech Czerwiński die bis heute aktive RAC-Band *Oblęd* [Wahnsinn], der Bandleader Adam Bartnikiewicz setzte wiederum sein Schaffen im Rahmen von in Europa, Russland und den USA populären Musikkollektiven wie *Save Our Land* oder *White Fist* fort.<sup>29</sup>

Ende der 1990er und Anfang der 2000er Jahre erlebte die Szene mehrere Rückschläge, die die Schließung von Neonazi-Verlagen, Absagen von Konzerten nach erfolgreichen Interventionen lokaler antifaschistischer Gruppen sowie Geld- und Haftstrafen zur Folge hatten. Diese Entwicklung führte zur Gründung von *Narodowa Scena Rockowa* [Nationale Rock-Szene], die die Szene jedoch nur mit mäßigem Erfolg wiederbelebte. Einen neuen Qualitätssprung erlebt die Rechtsrock-Szene in Polen seit der Mitte der 2000er Jahre. Dieser ist zum einen auf den Siegeszug des Internets und den EU-Beitritt Polens 2004 zurückzuführen, der durch die Öffnung der Grenzen und den Zugang zum EU-Binnenmarkt der Szene neue Absatz- und Vernetzungsmöglichkeiten bietet; zum anderen auf die weiterhin nachlässige Haltung der Behörden gegenüber rechtsextremer Musik.

Dieser laxer Umgang der Polizei und Justiz mit Rechtsrock kann am Beispiel der Musikprodukte von *Konkwista 88* veranschaulicht werden. Trotz der Auflösung der Band 2005, die ästhetisch auf die NS-Symbolik zurückgriff, ist sie bis heute eine Inspirationsquelle für rechtsextreme Gruppen in Polen. Eine der radikalsten von ihnen, *Narodowe Odrodzenie Polski* [Nationale Wiedergeburt Polens, NOP]<sup>30</sup>, vertritt die rechtsextreme Ideologie des „Dritten Weges“ und agiert zusätzlich seit den 1990er Jahren als politische Partei. Die NOP bezog sich zum Beispiel auf dem Plakat für den *Marsz Patriotów* [Marsch der Patrioten] am polnischen Unabhängigkeitstag am 11. November 2015 in Wrocław/Breslau auf das schwarz-weiße CD-Cover von *Konkwista 88* aus dem Jahr 1991. Dieses zeigt drei junge Rechtsextremisten mit Keltenkreuz-Flaggen, einem Symbol der internationalen White-Power-Bewegung. Die Darstellung ist eine überarbeitete Version des NS-Plakats „Und ihr habt doch gesiegt!“, einer Gedenkgrafik für die „Reichkristallnacht“ am 9. November 1938, auf der drei Deutsche mit der Hakenkreuz-Fahne abgebildet sind. In der resemiotisierten NOP-Variante sind ebenfalls junge Männer zu sehen, die diesmal polnische National- und Anti-EU-Fahnen halten. Zusätzlich ist das Plakat mit der auf die Migrationskrise 2015 rekurrierenden Forderung „Fort mit dem Islam“ versehen, die den xenophoben Charakter des als „patriotisch“ reklamierten Marsches am Tag der Unabhängigkeit einmal mehr Nachdruck verleiht (Abb. 1). Der damalige Oberbürgermeister von Wrocław/Breslau Rafał Dutkiewicz meldete den Fall von religiös motivierter Hasssprache der Staatsanwaltschaft, die das Verfahren jedoch kurze Zeit später einstellte.<sup>31</sup>

29 Vgl. Pankowski 2000, 127–132; <http://www.discogs.com/artist/2230653-Oblęd> (18.1.2021).

30 Vgl. Balcerzak 2020, 167–171; <http://www.nop.org.pl> (10.1.2021).

31 Vgl. Jurgiel 2015.

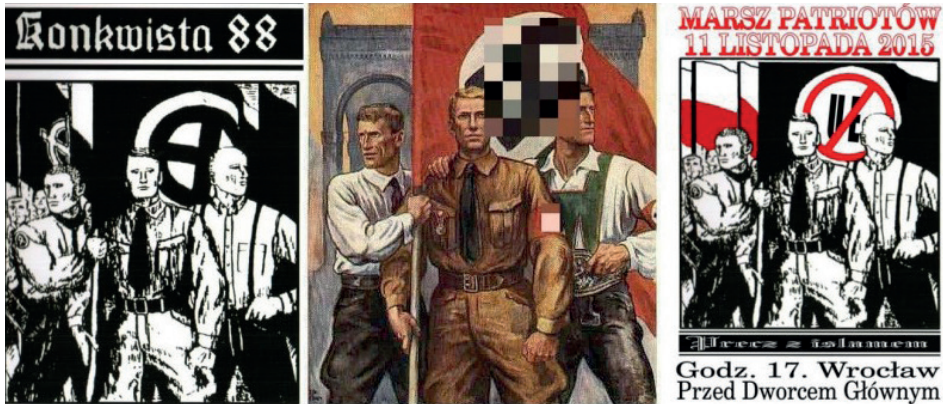


Abb. 1: Von links: CD-Cover von Konkwista 88 (1991), NS-Propaganda-Grafik (1938), Plakat für den Marsch der Patrioten (2015) der Nationalen Wiedergeburt Polens.

## „Einheit ist Stärke“.

### (Inter-)Nationale Festivals als Orte der Vergemeinschaftung

Die heutige Rechtsrock-Szene in Polen fungiert landesweit als Teil der Geschichte und Praxis sozialer Bewegung der extremen Rechten. Gleichzeitig ist sie auch über Polen hinaus eine feste Größe auf der Landkarte des radikalen Rechtsrocks in Europa.<sup>32</sup> Der antifaschistische Verein Nigdy Więcej [Nie Wieder], der seit den 1990er Jahren die Entwicklung der rechtsextremen Musikszene in Polen dokumentiert,<sup>33</sup> schätzt die Zahl der vorwiegend männlichen Anhängerschaft der Szene auf mehrere Tausend ein.<sup>34</sup> Zwar sind das Image der Musiker, die Inhalte und die Profile der Bands, die nicht mehr auf Anhub der nationalistischen Skinhead- oder Hooligan-Subkultur zuzuordnen sind und die in einem ‚bürgerlichen‘ Gewand vom „identitären“ oder „nationalen“ Rock sprechen, weniger radikal, die rechtsextreme Ideologie, die ihrer Haltung zugrunde liegt, ist jedoch weitgehend gleich geblieben.

Die radikale Subszene mit der Leitmaxime „Hate, Pride & Rac’n’Roll“ repräsentieren mehrere Dutzend Bands wie etwa *Oblęd*, *Slavic Rebirth* oder *Irydion*<sup>35</sup> sowie eine ganze Reihe rechtsextremer Verlage, darunter Vox Populi und Strong Survive, die europaweit stetig expandieren. Strong Survive ist der führende polnische Neonazi-Verlag, der sich unter anderem auf die RAC- und NSHC-Szene spezialisiert hat. Der Verlag, der mit dem internationalen Neonazi-Netzwerk Blood and Honour und seinem „bewaffneten Arm“ Combat 18 kooperiert, in dessen Bezeichnung der Name

32 Vgl. Marszałek 2014, 68–75. Es handelt sich um eine internationale, millionenschwere Musikindustrie mit Konzerten, Musikproduktionen, Fashionlabels und diversen Vertriebswegen, die u. a. in Skandinavien und Mitteleuropa besonders präsent ist.

33 <http://www.nigdywiecej.org> (10.1.2021).

34 Vgl. Harłukowicz 2014.

35 Siehe exemplarisch <http://www.facebook.com/Irydion> (15.1.2021).

Adolf Hitler [18 für AH] codiert ist, gab in den letzten 20 Jahren rund 140 Tonträger mit (inter-)nationaler rechtsextremer Musik heraus.<sup>36</sup>

(Inter-)Nationale Festivals und Konzerte sind für die Bands und Verlage eine wichtige Plattform der Vergemeinschaftung: In ihrem Rahmen findet der Austausch unter Gleichgesinnten statt, Netzwerke werden auf- und ausgebaut und das Einflussgebiet des Rechtsrock erweitert. Dazu gehört zum Beispiel das Konzert *Jedność to Siła* [Einheit ist Stärke],<sup>37</sup> ein musikalisches Begleitevent der martialischen Demonstration *Marsz Niepodległości* [Marsch der Unabhängigkeit] am polnischen Unabhängigkeitstag in Warschau, die jährlich mit über 100.000 TeilnehmerInnen als Kristallisationspunkt der extremen Rechten fungiert.<sup>38</sup> Auch das seit 2013 organisierte Festival *Orle Gniazdo* [Adlernest]<sup>39</sup> bei Kępa in der zentralpolnischen Wojewodschaft Łódź gehörte in den letzten Jahren zu den bedeutenden Ereignissen des europäischen Rechtsrocks. Der Festivalname nimmt Rekurs auf den Adler als polnisches Wappentier und zugleich auf die sogenannten „Adlernester“, ein System mittelalterlicher Schlösser zum Schutz von *Regnum Poloniae*, des historischen Königreichs Polen. Als Inspiration gilt das rechtsradikale Festival *Magyar Sziget* [Ungarische Insel] nahe Budapest, seit den 2000er Jahren ein wichtiger Treffpunkt internationaler Skinhead-Gruppen und Rechtsrock-Bands.<sup>40</sup> In den letzten Jahren genoss *Orle Gniazdo* die Unterstützung unterschiedlichster rechtsradikaler Akteure: Neben Organisationen wie Obóz Narodowo-Radykalny, einer nach 1989 reaktivierten national-konservativen Jugendbewegung, die sich in ihrer Sprache, Symbolik und ihrem politischen Profil den Ethnonationalismus der Zwischenkriegszeit zu eigen macht, gehören dazu radikale Periodika wie *Polityka Narodowa* [Nationale Politik] oder die millionenschwere Industrie der „patriotischen“ Modelabels wie *ProPatriae* [Fürs Vaterland], die mit dem Kommunismus und der EU abrechnen und Symbole der polnischen Geschichte auf Kleidung drucken.<sup>41</sup> Am Festival *Orle Gniazdo* nehmen auch Bands aus Westeuropa, Skandinavien oder dem Baltikum teil. Dazu gehören neben der französischen Band *Lemovice*, deren Name vom antiken Kelten-Stamm der Lemoviken abgeleitet wurde, unter anderem die Bands *Preserve White Aryans* aus Estland oder die Stars des ungarischen RAC und NSHC mit den programmatischen Namen *Fehér Törvény* [Weißes Gesetz] und *Romantikus Erőszak* [Romantische Gewalt].<sup>42</sup>

Diese Festivals und Konzerte stehen außerhalb des musikalischen Mainstreams und finden bis auf den Austausch auf entsprechenden Online-Plattformen und in einschlägigen Periodika ohne groß angelegte Medienkampagnen statt. Während die

36 <http://www.discogs.com/de/label/33612-Strong-Survive-Records> (15.1.2021).

37 <http://www.jednostosila.wixsite.com/sila> (20.12.2020).

38 Vgl. Balcerzak 2020, 369–375; <http://www.marszniepodleglosci.pl> (20.12.2020).

39 <http://www.festiwalorlegniazdo.pl> (18.12.2020).

40 Vgl. <http://www.fmsz.info> (18.12.2020).

41 <http://www.onr.com.pl>; <http://www.polityka-narodowa.pl>; <http://www.propatriae.pl> [18.12.2020].

42 Siehe exemplarisch <http://www.romantikuserozsak.hu> (20.12.2020).

Abb. 2:  
Plakat für das Rechtsrock-Konzert  
Einheit ist Stärke (2013) mit dem  
polnischen Wappenadler, der  
White-Power-Faust und  
martialischen Waffenmotiven.



OrganisatorInnen die Events als eine „ordentliche Dosis gesunder nationaler Ideen“<sup>43</sup> und somit als Fundament einer starken Bewegung mit „nationalem“ Profil begreifen, sprechen ihre KritikerInnen von einer „Invasion des Nazi-Rocks“<sup>44</sup> und betonen, dass die Festivals mit „patriotischer“ Musik bereits seit Jahren ein Deckmantel für Neonazi-Events seien. Die rechtsextreme Gesinnung dieser Musikszene schlägt sich auch im Programm der Veranstaltungen nieder: Neben Musikauftritten gibt es Vorträge über die polnische Nationalgeschichte und das rechtsradikale Weltbild, Survivaltrainings, Auftritte von Reenactment-Gruppen und Merchandising; visuell erfahrbar ist es auf Plakaten, CD-Covern und Werbefilmen. Die Plakate zeigen rechtsradikale Symboliken (Keltenkreuz, White-Power-Faust) und Kampfmotive (Fackeln, Blitze, Waffen); ihr auratisches Kolorit (Schwarz und Rot als Farben des Krieges und Blutes) und Design (gotische Schrift) sind überdies nicht selten von faschistischen NS-Grafiken inspiriert. Auf dem Plakat für das Konzert *Einheit ist Stärke* 2013 in der ostpolnischen Wojewodschaft Ermland-Masuren, das unter der ONR-Schirmherrschaft stattfand und unter anderem die Band *Slavic Rebirth* zu Gast hatte, ist zum Beispiel neben dem polnischen Wappenadler auch das White-Power-Symbol in Form einer ausgestreckten, Kampfbereitschaft signalisierenden weißen Faust zu sehen. Der blutrote Hintergrund in Verbindung mit Strahlen- und Waffenmotiven (Säbel und Gewehre) schafft religiös-militärische Assoziationen und evoziert eine martialische Atmosphäre, die

43 Wroński 2013, 58.

44 Harłukowicz 2014.

dank der ästhetischen Stilmittel den affirmativ-nationalistischen Vergangenheitsbezug betont, der auch in den Liedtexten der eingeladenen Rechtsrock-Bands dominiert (Abb. 2).

Der deutliche Sieg der rechtskonservativen Partei Prawo i Sprawiedliwość [Recht und Gerechtigkeit, PiS] 2015, leitete in Polen eine unter der Maxime des „guten Wandels“ forcierte konservative Revolution ein, die sich am augenscheinlichsten in der umstrittenen Bildungs-, Medien und Justizreform niederschlägt. Seit diesem politisch instrumentalisierten „Wandel“ bleiben Rechtsrock-Veranstaltungen von der polnischen Justiz ungestraft. Diese Vorgehensweise betrifft auch das Verfahren wegen Verbreitung faschistischer Inhalte im Rahmen des Musikfestivals *Adlernest* 2017. Obwohl dem Gericht handfeste Belege in Form einer investigativen Reportage vorlagen, dass Festivalteilnehmer den Hitlergruß zeigten und Kleidungsstücke mit faschistischen Botschaften trugen, unter anderem T-Shirts mit dem Namen *Konkwista* 88 und dem SS-Totenkopf, wurde das Verfahren 2019 von der Staatsanwaltschaft mangels Beweisen eingestellt.<sup>45</sup> Diese Haltung zeugt von einer institutionellen Nachlässigkeit gegenüber der Propagierung rechtsextremen Gedankenguts durch Rechtsrock-Bands, die sich darin bestätigt fühlen, weiter ungestraft populärkulturelle Musikformate als Identitätsmarker und sinnlich-ästhetische Ressource einer nationalistischen Ideologie einzusetzen.

## Horytnica.

### „Bürgerlicher“ Rechtsrock im Zeichen des „Turbopatriotismus“

Seit den 2000er Jahren wird das Bild der polnischen Rechtsrock-Szene zunehmend von ‚gemäßigten‘ Bands bestimmt, die dem „patriotisch-historischen“ Subgenre zugeordnet werden. Der inhaltliche Kurswechsel ist Teil einer neuen Strategie der Zurückhaltung, um aus der verstaubten Neonazi-Szene mit Glatze und Springerstiefeln auszubrechen und mit vermeintlich demokratiekonformen, ‚bürgerlichen‘ Inhalten neue Zielgruppen für die extreme Rechte zu gewinnen. Die Band *Horytnica*, deren Name für eine „innige Vaterlandsliebe“ steht und die Teil des RAC-Netzwerks ist, zählt zu den Pionierinnen des ‚bürgerlichen‘ rechten Sounds in Polen. Seit ihrer Gründung 2007 hat sie fünf Alben herausgegeben<sup>46</sup> und erfreut sich einer kontinuierlich wachsenden Popularität.<sup>47</sup> Die Band um Sänger Tomasz Beliński und Gitarrist Piotr Dem-

45 Vgl. Chlebowski 2019.

46 Dau gehören: 2011 *Głos Patriotów* [Stimme der Patrioten], 2012 *Historie walk o wolność* [Geschichten der Freiheitskämpfe], 2013 *In Memoriam* [Zum Gedenken], 2015 *Pod znakiem miecza* [Unterm Zeichen des Schwertes], 2018 *Szlakiem przelanej krwi* [Auf den Spuren des vergossenen Blutes].

47 Vgl. <http://www.youtube.com/channel/UCphj6zoQSjucpydtpG4jDA> (9.1.2021). Der YouTube-Kanal von Horytnica hat rund 13.000 AbonnentInnen. Einige der Lieder erreichten über eine Million Aufrufe.



kowski bezeichnet sich selbst als Vertreterin des „patriotisch-historischen Rocks“<sup>48</sup>, kooperiert aber mit einem breiten Spektrum rechtsradikaler AkteurInnen: Ihr Album *Głos Patriotów* wurde zum Beispiel der ONR-Quartalschrift *Magna Polonia* [Großes Polen]<sup>49</sup> beigefügt und das Lied *Już nie musimy umierać* [Wir müssen nicht mehr sterben], das laut offiziellem YouTube-Kanal von *Horytnica* aktuell rund 370.000 Aufrufe zählt,<sup>50</sup> zur Hymne der Demonstration *Marsz Niepodległości 2011* erklärt.

Der Slawist Michał Mazurkiewicz spricht im Zusammenhang mit Rechtsrock-Bands wie *Horytnica* vom „Pop-Nationalismus“<sup>51</sup> der, zwischen radikalen und ‚gemäßigten‘ nationalistischen Inhalten oszillierend, assoziationsreiche Liedtexte, Performances sowie Visualitäten wie CD-Cover und Plakate produziert und sie anschlussfähig an weite Teile der Gesellschaft macht. Diese „pop-nationalistischen“ Produkte des musikalischen Schaffens von *Horytnica* nehmen Rekurs auf die Landesgeschichte (historische Zäsuren, Aufstände, Nationalhelden) und nationale Symboliken (Blut, Nationalfarben, Staatseembleme). Musik wird dadurch zur Projektionsfläche und zum Instrument eines von der radikalen Rechten und der regierenden PiS-Partei geförderten „Turbopatriotismus“, der dem Kultursemiotiker Marcin Napiórkowski zufolge den affirmativ-martyrologischen Vergangenheitsbezug mit religiösem Konservatismus und nationalstaatlichem Egoismus verbindet.<sup>52</sup> Das „verordnete Geschichtsbild“<sup>53</sup>, in welchem Polen prominent herausgestellt wird, fußt auf der Erinnerung an den ‚Heldenkampf‘, auf der Ablehnung einer selbstkritischen Aufarbeitung der Geschichte sowie auf einem ausgeprägten Antikommunismus. Zusätzlich weist das als „patriotisch“ oder „national“ attribuierte, fluide Musikgenre Rechtsrock Parallelen zum Turbofolk auf, einer Musikgattung, die als Spiegelbild des Balkankrieges mit den Nationalismen im ehemaligen Jugoslawien stark verbunden ist.<sup>54</sup> Die Verschmelzung von Traditionen mit dynamischen, modernen Klängen und die starke Fokussierung auf historische Inhalte und emotionale Ästhetiken, die sich in den Motiven, rhetorischen Figuren und Bildern widerspiegeln, sind die neuen Qualitäten, die die Popularität der Unterhaltungsformate im Bereich des Rechtsrocks garantieren.

Diese Merkmale finden sich auch in den Liedtexten und in der visuellen Kultur von *Horytnica* wieder, indem dort die polnische Geschichte, das Vaterland und die NationalheldInnen mit viel Pathos gepriesen werden. Wie ein roter Faden ziehen sich Vergangenheitsbezüge durch alle ihre Musikalben mit den richtungsweisenden Titeln *Głos Patriotów*, *Szlakiem przelanej krwi* oder *Pod znakiem miecza*. Exemplarisch für die ethnonationalistischen, fremdenfeindlichen Argumentationen der radikalen

48 <http://www.horytnica.pl> (10.1.2021).

49 <http://www.magnapolonia.org> (10.1.2021).

50 Vgl. *Horytnica* 2011.

51 Mazurkiewicz 2016, 229–244, hier: 236.

52 Napiórkowski 2019.

53 Saryusz-Wolska/Stach/Stoll 2018, 447–464.

54 Vgl. Čvoro 2014. Der Turbofolk steht in Ex-Jugoslawien seit den 1990er Jahren hoch im Kurs. Das Zentrum der Musikrichtung befindet sich bis heute hauptsächlich in Serbien.

Rechten steht das vorletzte Album aus dem Jahr 2015, wie ein näherer Blick auf zwei Musikstücke veranschaulicht. Das eingangs zitierte Lied *Skrzydła chwały* mit aktuell über 765.000 Klicks auf dem offiziellen YouTube-Kanal von *Horytnica*, das Rekurs auf die Adelsrepublik Polen-Litauen (1569–1795) nimmt, ist eine Lobeshymne auf die Hussaria, die für ihre Furchtlosigkeit und die pathetische Kampfmaxime *Amor patriae nostra lex* bekannte Elite-Kavallerie Polen-Litauens im 16. und 17. Jahrhundert: „Der Republik gepanzerte Faust, greif an, flieg [...]. Ehre, Bruderschaft, Tapferkeit treiben [sie] in den Kampf für den Ruhm und für das Vaterland.“<sup>55</sup> Die Tatsache, dass die hier verherrlichte Hussaria unter der Führung ihres berühmtesten Befehlshabers, König Jan III. Sobieski, 1683 in der Schlacht am Kahlenberg die Zweite Wiener Türkenbelagerung beendete und damit die Expansion des Osmanischen Reiches abwendete, ermöglicht die Interpretation Polens als *Antemurale Christianitatis* im Kontext der romantischen Philosophie des polnischen Messianismus.<sup>56</sup> Dieser Topos, der sich in der Frühen Neuzeit in den Ländern Mittel- und Südosteuropas wie Polen, Ungarn oder Kroatien etablierte, ist bis heute ein wichtiger Bestandteil ihres nationalen Selbstverständnisses. Dabei bietet er Raum für ideologische Vereinnahmung und nationalistische Instrumentalisierung. Verbindet man die „Bollwerk“-Rhetorik mit den seit 2015, dem Veröffentlichungsjahr des Songs, anhaltenden Debatten über „Asylobergrenzen“ und neue „Bollwerke“ zum Auffangen des „Flüchtlingsstroms“ an den Grenzen Europas, eröffnet das die Lesart des Liedes als eine islam- und fremdenfeindliche Hymne des Rechtsrocks in Polen. Verstärkt wird diese Deutung durch die Gestaltung des Albumcovers, das ein ästhetisiertes Symbol des polnischen Krönungsschwerts – den *Szczerbiec* – darstellt, bedeckt mit religiösen Symbolen und Pflanzenornamenten (Abb. 3).

Bei dem in rechtsradikalen Milieus beliebten Geschichtsmotiv handelt es sich um das Krönungsschwert der polnischen Könige und die einzig erhaltene Kroninsignie der Piasten-Dynastie, deren erster Herrscher, Mieszko I., mit der Taufe des Landes 966 die Geburtsstunde der christlichen Tradition Polens einleitete. Der Rückgriff auf die vergangenheitsbezogene Imagination Polens als „Vormauer der Christenheit“, visuell untermauert durch die starke Symbolkraft des *Szczerbiec*, bekräftigt die „Bollwerk“-Vorstellung der Band *Horytnica* von einer geschlossenen, weißen, europäischen Christianitas, die es mit allen Mitteln und vor allen Feinden zu verteidigen gilt.

Das zweite Lied mit Rekurs auf die polnische Geschichte ist *Wyklęci* [Verstoßene] und handelt von den sogenannten „verstoßenen Soldaten“, den Widerstandskämpfern antikommunistischer Untergrundorganisationen, die 1944–1963 gegen die kommunistischen Machthaber und die Sowjetisierung Polens kämpften. In dem modern gestalteten Musikvideo in Form eines Comics, das ergänzt wird um sanfte weibliche Vo-

55 *Horytnica* 2015

56 Vgl. Srodecki 2015. Dieser entstand auf der Grundlage der christlich-jüdischen Tradition des 17. und 18. Jahrhunderts und besagte, dass Polen, das besondere Charakterzüge besäße, die Rolle des „Bollwerks der Christenheit“ und des kulturellen „Speichers“ Europas übernehmen sollte.





Abb. 3: Eine ästhetisierte Darstellung des Szczerbiec-Symbols auf dem Albumcover *Unterm Zeichen des Schwertes* (2015) der Rechtsrock-Band Horytnica.

cals, die es attraktiver und mehrheitsfähiger machen, fragt *Horytnica* im pathetischen Ton: „Verstoßene Soldaten, [...] weiß jemand, dass ihr für euer Land gestorben seid? Für die weiß-rote Standarte, für den gekrönten Adler werdet ihr auferstehen [...]. Die Hoffnung kehrt zurück, wenn der Wald euer Lied wiederholt.“<sup>57</sup> Trotz oder gerade wegen solcher „patriotischer“ Narrativierungen polarisiert der zunehmend institutionalisierte Mythos der „verstoßenen Soldaten“: Einerseits sprechen Mitglieder antifaschistischer Milieus von „verfluchten Soldaten“, die ethnonationalistisch motivierte Morde an der nicht ethnisch-polnischen Zivilbevölkerung verübten. Andererseits werden die Untergrundkämpfer durch die extreme und die parlamentarische Rechte als vergessene Nationalhelden gefeiert und zu zentralen Heldenfiguren eines ge-

<sup>57</sup> Horytnica 2016b.

schichtsklitternden Erinnerungsbooms stilisiert.<sup>58</sup> Indem *Horytnica* diese Narration, die Fakten verfälscht und Kontroversen ausblendet, bewusst reproduziert, fördert sie ein nationalistisches Geschichtsbild und schafft mit den sinnlich-affektiv argumentierenden Videos und CDs rechte Identifikationsangebote mit großer Reichweite, ganz im Sinne der erstarkenden Welle des polnischen „Turbopatriotismus“.

### **Fazit: Rechtsrock als Wissensreservoir, Identitätsmarker und sinnlich-ästhetisches Werkzeug**

Im Zuge der seit 1989 anhaltenden Um- und Neuformierungen der extremen Rechten in Mittel- und Osteuropa ist in Polen eine heterogene Rechtsrock-Szene entstanden, der gleichwohl Neonazi-Bands wie *Konkwista 88* und ‚bürgerliche‘ Subgenres wie der „patriotisch-historische“ Rock der Band *Horytnica* angehören. Die Rechtsrock-Stile mit fluiden Grenzen, die ein Blick auf die Liste der Kooperationen innerhalb von (inter-)nationalen Netzwerken, Festivals oder Verlagen gut veranschaulicht, fungieren als kollektive Wissensreservoirs für politische Konzepte und ideologische Denkschemata; als Identitätsmarker und sinnlich-ästhetische Werkzeuge, die mit wirkmächtiger Sprache, Visualitäten und Emotionen Vergangenheiten imaginieren und nationale Selbstbilder (re-)produzieren und dabei wiederauflebende Kulte des Nationalen salonfähig machen.

Durch eine erstarkende und zielgerecht herbeigeführte Verdrängung und Überlagerung von „antipolnischen“ Narrationen und Leitmotiven durch positiv-identifikatorische, heroisch-aufständische Geschichtsbilder und Heldenfiguren („verstoßene Soldaten“, Flügelhusaren) oder unter dem Deckmantel des „Patriotismus“ codierte neofaschistische Ästhetiken (Keltenkreuz-Symbolik, White-Power-Faust), dienen beide Rechtsrock-Stile – der neofaschistische Sound von *Konkwista 88* und die „patriotisch-historischen“ Klänge von *Horytnica* – der Konstruktion eines geschichtsklitternden und ‚heldenhaften‘ Polenbildes. Die unterschiedlichsten musikalischen Unterhaltungs- und Vergnügungsformate wie CDs, Konzerte oder Musikvideos mit Tausenden Aufrufen in den sozialen Medien, aber auch das mit ihnen verbundene Pop-Universum von Symbolen, Leitmotiven und Medialitäten wie Plakate oder Kleidung, erhältlich im Internet oder auf szenentypischen Events wie dem Festival *Orle Gniazdo*, sind eine wirkmächtige mediale Ressource, die nationalistische Argumente mit affektiver Überzeugungskraft verbindet.

Dank bildgewaltiger Visualität und emotionsgeladener Rhetorik, vermittelt in einer attraktiven, breitenwirksamen Form, gewinnt vor allem die „patriotisch-historische“ Variante des polnischen Rechtsrocks stärker an Popularität und lässt die Ablehnung progressiver, linksemanzipatorischer und proeuropäischer Haltungen in der polnischen Gesellschaft vermehrt zu Tage treten. Diese politische und kulturelle Expansion des polnischen Rechtsrocks, befeuert durch die EU-Osterweiterung, die Digitalisierung und die Nachlässigkeit der Justiz, kann mit der Abwehrhaltung gegen-

<sup>58</sup> Vgl. Balcerzak 2021, 279–305.

über den Prozessen der Modernisierung, Säkularisierung und Pluralisierung des Lebens erklärt werden. Das unkritisch heraufbeschworene ‚Heldentum der Vorfahren‘, gepaart mit rechtsradikalen Inhalten in den Musikprodukten der Rechtsrock-Szene, schafft ein auf Ausgrenzung und Freund-Feind-Schemata basierendes neues Gemeinschaftsgefühl als Gegenentwurf zu diesen Prozessen. Die Tragweite der gesellschaftlichen Auswirkungen dieses Trends offenbart ein polyvalenter Blick auf die rechte Musikszene, die solche Identitäten popularisiert und nationalistische Strategien auf alltagskultureller Ebene normalisiert.

## Literatur

- Anderson, Benedict: *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London/New York 1983.
- Appadurai, Arjun: Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy. In: *Theory, Culture and Society* 7 (1990), S. 295–310. <https://doi.org/10.1177/026327690007002017>
- Appen, Ralf von/Hindrichs, Thorsten: *One Nation Under a Groove. „Nation“ als Kategorie populärer Musik*. Bielefeld 2020. <https://doi.org/10.1515/9783839455814>
- Assmann, Aleida: *Einführung in die Kulturwissenschaft. Grundbegriffe, Themen, Fragestellungen*. Berlin 2011.
- Balcerzak, Agnieszka: „Verstoßene Soldaten“ – verstoßene Helden? Kuratierung der Erinnerung an den antikommunistischen Widerstand durch die Rechte in Polen. In: Schorch, Philipp; Habit, Daniel (Hg.): *Curating (Post)Socialist Environments (= Kulturwissenschaftliche Perspektiven auf das östliche Europa 7)*. Bielefeld 2021, S. 279–305. <https://doi.org/10.14361/9783839455906-014>
- Balcerzak, Agnieszka: *Zwischen Kreuz und Regenbogen. Eine Ethnografie der polnischen Protestkultur nach 1989*. Bielefeld 2020. <https://doi.org/10.1515/9783839447277>
- Bareither, Christoph/Tomkowiak, Ingrid: *Mediated Pasts – Popular Pleasures. Zur Einführung*. In: Dies. (Hg.): *Mediated Pasts – Popular Pleasures. Medien und Praktiken populärkulturellen Erinnerens (= Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung 5)*. Würzburg 2020, S. 7–14.
- Baur, Reiner: *Rotzfreche Asphaltkultur. Politische Straßenmusik*. In: Amann, Marc (Hg.): *go.stop.act! Die Kunst des kreativen Straßenprotests. Geschichten – Aktionen – Ideen*. Frankfurt am Main 2005, S. 100–118.
- Čvoro, Uroš: *Turbo-Folk Music and Cultural Representations of National Identity in Former Yugoslavia*. Farnham 2014.
- Diederichsen, Diedrich: *Über Pop-Musik*. Köln 2014. [https://doi.org/10.30965/9783846757673\\_010](https://doi.org/10.30965/9783846757673_010)
- Dornbusch, Christian/Raabe, Jan: *RechtsRock. Bestandsaufnahme und Gegenstrategien*. Münster 2002.
- Feischmidt, Margit/Pulay, Gergő: „Rocking the Nation“: The Popular Culture of Neo-Nationalism. In: *Nations and Nationalism* 23,2 (2016), S. 309–326. <https://doi.org/10.1111/nana.12264>
- Göttlich, Udo/Gebhardt, Winfried/Albrecht, Clemens (Hg.): *Populäre Kultur als repräsentative Kultur. Die Herausforderung der Cultural Studies*. Köln 2002.

- Götz, Irene: Zur Konjunktur des Nationalen als polyvalenter Vergemeinschaftungsstrategie. Plädoyer für die Wiederentdeckung eines Forschungsfeldes in der Europäischen Ethnologie. In: *Zeitschrift für Volkskunde* 56,2 (2011), S. 129–154.
- Götz, Irene/Roth, Klaus/Spiritova, Marketa (Hg.): *Neuer Nationalismus im östlichen Europa. Kulturwissenschaftliche Perspektiven* (= Kulturwissenschaftliche Perspektiven auf das östliche Europa 3). Bielefeld 2017. <https://doi.org/10.14361/9783839439623>
- Gramsci, Antonio: *Gefängnishefte*. Gesamtausgabe in 10 Bänden. Hamburg 2019.
- Korte, Barbara/Paetschek, Sylvia (Hg.): *History Goes Pop. Zur Repräsentation von Geschichte in populären Medien und Genres*. Bielefeld 2009. <https://doi.org/10.1515/9783839411070>
- Lowles, Nick/Silver, Steve: Der rassistischen Musik den Saft abdrehen. In: *Searchlight* u.a. (Hg.): *White Noise*. Hamburg/Münster 2000, S. 153–158.
- Macdonald, Sharon: *Memorylands. Heritage and Identity in Europe Today*. New York 2013. <https://doi.org/10.4324/9780203553336>
- Marszałek, Wiktor: Nazi muzyka PL Export-Import [Nazi-Musik PL Export-Import]. In: *Nigdy Więcej* 21 (2014), S. 68–75.
- Mazurkiewicz, Michał Maurycy: Między patriotyzmem i nacjonalizmem na tle popnacjonalizmu w muzyce rockowej [Zwischen Patriotismus und Nationalismus am Beispiel des Pop-Nationalismus in der Rockmusik]. In: *Sprawy Narodowościowe* 48 (2016), S. 229–244. <https://doi.org/10.11649/sn.2016.014>
- Minkenberg, Michael: Die europäische radikale Rechte und Fremdenfeindlichkeit in West und Ost: Trends, Muster und Herausforderungen. In: *Melzer, Ralf/Serafin, Sebastian* (Hg.): *Rechtsextremismus in Europa. Länderanalysen, Gegenstrategien und arbeitsmarktorientierte Ausstiagsarbeit*. Berlin 2013, S. 9–37.
- Napiórkowski, Marcin: *Turbopatriotyzm [Der Turbopatriotismus]*. Wołowiec 2019.
- Niedermüller, Peter: Politischer Wandel und Neonationalismus in Osteuropa. In: *Kaschuba, Wolfgang* (Hg.): *Kulturen – Identitäten – Diskurse. Perspektiven europäischer Ethnologie*. Berlin 1995, S. 135–151.
- Pankowski, Rafał: Oi! – Für das Vaterland. Neonazimusik in Polen. In: *Searchlight et al.* (Hg.): *White Noise*. Hamburg/Münster 2000, S. 127–132.
- Pankowski, Rafał: *Rasizm a kultura popularna [Rassismus und die populäre Kultur]*. Warszawa 2006.
- Renton, David: *Never Again. Rock Against Racism and the Anti-Nazi League 1976–1982*. London/New York 2018. <https://doi.org/10.4324/9781315145037>
- Saryusz-Wolska, Magdalena/Stach, Sabine/Stoll, Katrin: Verordnete Geschichte. Nationalistische Narrative in Polen. In: *Osteuropa* 3–5 (2018), S. 447–464.
- Searchlight/Antifaschistisches Infoblatt/Enough is enough/rat (Hg.): *White Noise. Rechts-Rock, Skinhead-Musik, Blood and Honour – Einblicke in die internationale Neonazi-Musik-Szene* (= Reihe antifaschistischer Texte 7). Hamburg/Münster 2000.
- Spiritova, Marketa: Rocking the Past! Inszenierung von „nationalen Traumata“ in der Populärmusik. In: *Bareither, Christoph/Tomkowiak, Ingrid* (Hg.): *Mediated Pasts – Popular Pleasures*. Würzburg 2020, S. 43–56.
- Srodecki, Paul: *Antemurale Christianitatis. Zur Genese der Bollwerksrhetorik im östlichen Mitteleuropa an der Schwelle vom Mittelalter zur Frühen Neuzeit* (= Historische Studien 508). Husum 2015.
- Wróński, Patryk: Materiały promocyjne Festiwalu „Orle Gniazdo” [Werbematerial für das Festival „Adlernest”]. In: *Magna Polonia* 4 (2013), S. 58.

## Onlinequellen

- Autonom.pl: Ostróda. „Jedność to siła” – koncert muzyki tożsamościowej [Ostróda. „Einheit ist Stärke” – Konzert mit identitärer Musik] (30.7.2013). URL: <http://www.autonom.pl/?p=6579> [22.1.2021].
- Chlebowski, Michał: Anna Tatar z Nigdy Więcej o umorzeniu postępowania ws. propagowania faszyzmu na Festiwalu Orle Gniazdo [Anna Tatar vom Verein Nie Wieder über die Einstellung des Verfahrens zum Propagieren von Faschismus auf dem Festival Adlernest] (26.7.2019). URL: <https://www.dailymotion.com/video/x7ffby7> [18.1.2021].
- Harlukowicz, Jacek: Inwazja nazirocka. Neonazistowskie zespoły przyjeżdżają na festiwale w Polsce [Invasion des Nazi-Rock. Neonazi-Bands besuchen Festivals in Polen] (6.5.2014). URL: [http://wyborcza.pl/1,75478,15906310,Inwazja\\_nazirocka\\_neonazistowskie\\_zespoły\\_przyjeżdżają.html](http://wyborcza.pl/1,75478,15906310,Inwazja_nazirocka_neonazistowskie_zespoły_przyjeżdżają.html) [15.12.2020].
- Horytnica: Skrzydła chwały [Die Flügel des Ruhms] (5.6.2015). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UNDZqhxnPHA> [15.1.2021].
- Horytnica: Już nie musimy umierać [Wir müssen nicht mehr sterben] (16.11.2011). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WuPlsS6LNSs> [15.1.2021].
- Horytnica: Pod znakiem miecza [Unterm Zeichen des Schwertes] (23.8.2016a). URL: <https://www.facebook.com/273018509474290/photos/a.960670547375746/960670777375723> [15.1.2021].
- Horytnica: Wyklęci [Verstoßene] (7.4.2016b). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vmpsxElfPtA> [15.1.2021].
- Jurgiel, Sylwia: Dutkiewicz do prokuratury ws. plakatów promujących marsz [Dutkiewicz wendet sich an die Staatsanwaltschaft wegen Plakate für den Marsch] (9.11.2015). URL: <https://www.radiowroclaw.pl/articles/view/46495/Rafal-Dutkiewicz-zawiadamia-prokurature-ws-plakatow-promujacych-Marsz-Patriotow1> [15.1.2021].
- Marchart, Oliver: Was heißt Soundpolitisierung? Von der Politik des Sounds zum Sound der Politik (10.11.2000). URL: [http://www.t0.or.at/volkstanz.net/mind\\_nut/1.htm](http://www.t0.or.at/volkstanz.net/mind_nut/1.htm) [25.3.2021].
- Nigdy Więcej: Neofaszyzm atakuje w sądach [Neofaschismus greift in den Gerichten an] (8.11.2017). URL: <https://www.nigdywiecej.org/komunikaty/komunikaty/167-rok-2017/3782-neofaszyzm-atakuje-w-sadach> [20.1.2021].
- Sankowski, Robert: Rock patriotyczny, tożsamościowy i nacjonalistyczny, czyli Bóg, honor i gitara [Patriotischer, identitärer und nationalistischer Rock, oder Gott, Ehre und Gitarre] (22.1.2016). URL: <http://wyborcza.pl/1,75475,19514789,rock-patriotyczny-tozsamosciowy-i-nacjonalistyczny-czyli-bog.html> [14.12.2020].

## Webseiten

- Horytnica: <http://www.horytnica.pl>; <http://www.facebook.com/Horytnica>.  
<http://www.youtube.com/channel/UCphj6zoQSjucpydtpg4jDA>.
- Irydion: <http://www.facebook.com/Irydion>.
- Magna Polonia [Großes Polen]: <http://www.magnapolonia.org>.
- Magyar Sziget [Ungarische Insel]: <http://www.fmsz.info>.
- Marsz Niepodległości [Unabhängigkeitsmarsch]: <http://www.marszniepodleglosci.pl>.
- Narodowe Odrodzenie Polski [Nationale Wiedergeburt Polens]: <http://www.nop.org.pl>.
- Nigdy Więcej [Nie Wieder]: <http://www.nigdywiecej.org>.

Oblęd [Wahnsinn]: <http://www.discogs.com/artist/2230653-Oblęd>.  
 Obóz Narodowo-Radyklany [National-Radikales Lager]: <http://www.onr.com.pl>.  
 Orle Gniazdo [Adlernest]: <http://www.festiwalorlegniazdo.pl>.  
 Polityka Narodowa [Nationale Politik]: <http://www.polityka-narodowa.pl>.  
 ProPatriae [FürsVaterland]: <http://www.propatriae.pl>.  
 Romantikus Erőszak [Romantische Gewalt]: <http://www.romantikuserozsak.hu>.  
 Strong Survive: <http://www.discogs.com/de/label/33612-Strong-Survive-Records>.

## Abbildungen

- Abb. 1: Von links: CD-Cover von Konkwista 88 (1991), NS-Propaganda-Grafik (1938), Plakat für den *Marsch der Patrioten* (2015) der Nationalen Wiedergeburt Polens in Breslau. Quelle: Jurgiel 2015.
- Abb. 2: Plakat für das Konzert *Einheit ist Stärke* (2013) mit einem ästhetisierten Wappenadler, der White-Power-Faust und Waffenmotiven. Quelle: Autonom.pl 2013.
- Abb. 3: Ästhetisierte Szczerbiec-Darstellung auf dem Albumcover *Unterm Zeichen des Schwertes* (2015) der Rechtsrock-Band Horytnica. Quelle: Horytnica 2016a.

# Populäre Musik als nationalistische Ressource?

Vergleichende Schlaglichter auf AfD, FPÖ und  
die Schwedendemokraten (SD)

*Kai Ginkel, Anna Schwenck, Melanie Schiller,  
André Doebling & Mario Dunkel*

## Einleitung

„Music makes the people come together.“ Dieser Allgemeinplatz verweist auf jene mobilisierende Qualität von Musik, die für das Mainstreaming nationaler und nationalistischer Ideologien nutzbar gemacht werden kann. Auch rechtspopulistische Akteure wissen Musik als „gemeinschaftsbildende Macht“<sup>1</sup> und als Motor zur „Normalisierung“ ihres politischen Programms<sup>2</sup> einzusetzen. Unter Normalisierung verstehen wir die fortschreitende gesellschaftliche Akzeptanz und die damit einhergehende Depolitisierung politischer Inhalte der radikalen und konservativen Rechten im Sinn einer „Enttabuisierung und Akzeptanz früher tabuisierter Inhalte wie Äußerungsformen“<sup>3</sup>. Im Zuge der Wahlerfolge von radikalen Rechten und Rechtspopulisten lässt sich beobachten, wie die sogenannten Parteien der Mitte und PolitikerInnen der Linken dazu tendieren, jene nationalistischen Perspektiven und Rhetoriken aufzugreifen, die vormalig Alleinstellungsmerkmale jener rechten Parteien waren.<sup>4</sup> Auf die Verbindung zwischen nationalistischer Politik und populärer Musik wirft unser Beitrag empirische Schlaglichter am Beispiel rechtspopulistischer Parteien in Österreich, Schweden und Deutschland.<sup>5</sup>

---

1 Adorno 1958, 679–691, hier: 680.

2 Berezin 2013, 241.

3 Wodak 2018, 324.

4 Berezin 2013, 241.

5 Der vorliegende Artikel basiert auf Forschungen aus dem an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg angesiedelten internationalen Forschungsprojekt *Popular Music and the Rise of Populism in Europe* (Dunkel u. a. 2018), das den Nexus zwischen populärer Musik und Populismus in Ungarn, Italien, Österreich, Deutschland und Schweden untersucht. Unser Artikel umfasst eine Auswahl von Analysen aus einem größeren Datenkorpus, der populistische Affordanzen von populären Musiken auch jenseits von Parteipolitik behandelt. Die Methodik des Projekts umfasst u. a. die ethnografische Feldforschung bei Veranstaltungen, die sich als einschlägig für das Zusammenspiel von populärer Musik



Ein Zusammenspiel von populistischer Parteipolitik und nationalistischen Schwerpunktsetzungen ist in der Forschung bekannt: Da Populismus als „thin-centered ideology“ betrachtet wird, wird sein Auftreten von anderen Ideologien begleitet, oftmals von Nationalismus.<sup>6</sup> Während die Musik der extremen Rechten in West- und Mitteleuropa vergleichsweise gut erforscht ist,<sup>7</sup> besteht eine Forschungslücke zu Mainstream-Musiken und ihrer Funktion als „cultural vehicle“<sup>8</sup>, also als kulturelles Transportmedium, das von rechtspopulistischen Parteien und in ihrem Umfeld genutzt wird, um die gesellschaftliche Akzeptanz nationalistisch-populistischer Politik zu erhöhen, sie also zu normalisieren.<sup>9</sup> Entgegen einem ausschließlichen Fokus auf rechtspopulistische Parteien selbst, adressiert unser Aufsatz, wie rechtspopulistische Parteien – die Alternative für Deutschland (AfD), die Schwedendemokraten (Sverigedemokraterna, SD) und die Freiheitliche Partei Österreichs (FPÖ) – ihr gesellschaftliches Umfeld<sup>10</sup> anzusprechen und zu erweitern suchen.

Vor diesem Hintergrund analysieren wir die Gemeinsamkeiten und Unterschiede in den Praktiken dieser Parteien in drei Beispielen. André Doebling und Kai Ginkel adressieren anhand ethnografischer Vorgehensweisen und der Musikologischen Gruppenanalyse<sup>11</sup>, wie die FPÖ auf Wahlkampfveranstaltungen durch den Einsatz populärer Stimmungsmusik eine nationale Gemeinschaft stiftet. Melanie Schiller zeigt mittels ethnografischer Feldforschung, Musik- sowie Diskurs- und Medienanalysen auf, wie die Schwedendemokraten auf populäre popmusikalische Repertoires zurückgreifen um sich als Repräsentanten der ‚durchschnittlichen Schweden‘ zu inszenieren, und damit als ‚die wahren Volksvertreter‘. Schließlich untersuchen Anna Schwenck und Mario Dunkel mittels einer videogestützten Musikanalyse einer Demonstration gegen einen geplanten Moscheebau die inneren Widersprüche in der ‚Musikpolitik‘ der AfD.

Unser Beitrag zeigt auf der Grundlage dieser Einblicke, wie populistisch-nationalistische Akteure Musik als Medium zur Vermittlung von Botschaften und Durchsetzung ihrer Interessen verwenden. Anders als oftmals üblich, beschränkt sich unser Zugang nicht auf die Analyse von Songtexten oder öffentlichen Statements von MusikerInnen. Um die Vielzahl von Deutungshorizonten populärer Musiken

---

und Populismus erwiesen (z. B. Konzerte, Wahlkampf, Volksfeste). Als ebenfalls zentrale Methode adressiert die gruppenanalytische Vorgehensweise durch eingehende Auseinandersetzung mit Musik als Klang und Struktur die Deutungsangebote vorgefundener Songs. Wir bedanken uns bei den weiteren Projektmitgliedern Emilia Barna, Manuela Caiani, Enrico Padoan und Ágnes Patakfalvi-Czirják, den TeilnehmerInnen unserer musikwissenschaftlichen Gruppenanalysen sowie der VolkswagenStiftung für die Unterstützung.

6 Mudde/Kaltwasser 2017, 19.

7 Vgl. etwa Botsch/Raabe/Schulze 2019; Teitelbaum 2017a.

8 Swidler 1995, 25–40.

9 Berezin 2013, 239–261.

10 Niedermayer 2014, 231–241.

11 Appen u. a. 2015, 1–6; Doebling/Ginkel/Krisper 2019, 283–304; Doebling/Ginkel 2019.

einzuholen, die in ihrer klanglichen Dimension verankert sind, sprechen wir deshalb von *affordances*/Affordanzen<sup>12</sup>, also Bedeutungsangeboten, die durch HörerInnen aufgrund klangstruktureller Eigenschaften und kultureller Routinen wahrgenommen werden. Die Erschließung dieser erkennt die „Kontextgebundenheit jeglicher Musikerfahrung“<sup>13</sup> an. Wir berücksichtigen also im Folgenden Sound, Struktur, Gebrauch, Performance und Rezeption musikalischer Praxis.<sup>14</sup>

## Die „große Familie“ der FPÖ: Musikalische Gemeinschaftsbildung im österreichischen Wahlkampf

Im Rahmen unserer ethnografischen Feldforschung<sup>15</sup> besuchten wir im Frühling 2019 die Wiener Lugner City, ein Einkaufszentrum, in dem die Freiheitliche Partei Österreichs ihre Auftaktveranstaltung zur Europa-Wahl abhielt. Das Motto des Nachmittags: „Mehr Österreich – Weniger EU“. Vor und zwischen den Ansprachen der PolitikerInnen sorgte die John Otti Band, die bereits seit Jahren die meisten Veranstaltungen der Partei musikalisch untermalt, für das Rahmenprogramm. Die Band spielte unter anderem den Song *Wir sind eine große Familie*, 1973 erstmals von Peter Alexander gesungen sowie von Ralph Siegel produziert, der das Stück gemeinsam mit Kurt Hertha auch komponierte. In einer unbedarften Lesart (die, wie wir zeigen wollen, eher der Original- als der vor Ort gehörten Coverversion entspricht) beschwört der Songtext den Zusammenhalt einer beziehungsweise ‚unserer‘ – das Personalpronomen ‚wir‘ steht am Beginn jedes Chorus – großen Familie in bescheidenen („Unser Haus ist nicht groß“), dabei aber herzlichen, inklusiven („Aber immer ist was los/ Denn wir sind ein fröhlicher Verein“) Bildern. Das Stück wurde um 2010 durch Coverversionen im Bereich der volkstümlichen Musik aus der Vergessenheit geholt und durch Interpreten wie die Stoakogler, die Edlseer, die Party DeeJays und Andy Borg repopularisiert. Im Wahljahr 2019 sollte sich *Wir sind eine große Familie* für Veranstal-

12 DeNora 2004, 38–41.

13 Lepa 2012, 273–298, hier: 273.

14 Blaukopf 1984.

15 Unsere zum Zeitpunkt der Niederschrift andauernde Feldforschung umfasst den Besuch von Konzerten, Volksfesten und Wahlkampfveranstaltungen im städtischen und ländlichen Raum Österreichs. Die hier beschriebene Veranstaltung der FPÖ im Wiener Einkaufszentrum Lugner City umfasste ein bunt gemischtes Publikum, das sich aus offenkundigen UnterstützerInnen der Partei (erkennbar am Verweilen vor Ort und Gesten der Zustimmung) und eher flüchtig partizipierenden ‚Zaungästen‘ (kein Verweilen über die ganze Veranstaltung hinweg, neutrale oder keine nennenswerten Gesten) zusammensetzte. Unser Modus der Teilnahme war dazwischen angesiedelt: Wir blieben lange vor Ort, verhielten uns aber betont unauffällig. Zur Musik ließen wir uns dann und wann zum Nicken, Mitwippen, Mitklatschen o. ä. verleiten. Ein körperlicher Mitvollzug der Musik wurde dadurch möglich und blieb zugleich weniger auffällig als etwa ein lautstarkes Mitsingen oder Mittanzen in den vorderen Reihen vor der Bühne.

tungen der FPÖ schließlich als zentral erweisen: So schwang der ehemaligen FPÖ-Innenminister Herbert Kickl im Spätsommer zu diesem Song die Österreich-Fahne bei einem Wahlkampftermin im Bierzelt auf dem Wachauer Volksfest in Krems.<sup>16</sup>

Obwohl es sich also um einen populären Song handelt, war er uns in der Beobachtungssituation zunächst unbekannt: Seine sloganartige Qualität lässt uns sogar vermuten, es müsse sich um ein Lied handeln, das extra für den EU-Wahlkampf komponiert wurde. Zu gut passt er hier schließlich. Das wird bereits in Leadsänger Werner Ottis Ankündigung klar, in der nicht nur der Titel genannt, sondern auch die darauffolgende Textzeile vorweggenommen wird: „Wir sind eine große Familie, und wir wollen es bleiben!“ Die Parolenhaftigkeit erscheint uns besonders im Angesicht des genannten Wahlkampflogs („Mehr Österreich – Weniger EU“) gegeben, den die FPÖ hier auch gedruckt auf rot-weiß-rote Warnwesten verteilt (die, obwohl in den Farben der österreichischen Flagge, offenbar an die Gelbwesten-Proteste in Frankreich erinnern sollen). Die Situation lässt die Interpretation zu, dass die „große Familie“ die österreichische Nation ist, die vor dem schädlichen Einfluss der Europäischen Union und einer unzureichend reglementierten Zuwanderung geschützt werden müsse. Das (Mit-)Singen aus der Wir-Perspektive sagt uns: Wir alle hier sind diejenigen, die auf das Wohl dieser, unserer „großen Familie“ Acht geben müssen. Bestenfalls tritt dann ein, was in einer weiteren Choruszeile folgt: „Das wird immer so sein“.

Die Botschaft erscheint uns im gegebenen Kontext unmissverständlich. Doch man muss sich vor Augen führen: Bei *Wir sind eine große Familie* handelt es sich um einen Song ohne eine klare nationalistische Agenda. Arrangement und Performance von Peter Alexanders Originalversion erscheinen uns musikalisch sogar regelrecht inklusiv, wie wir im Rahmen einer Musikologischen Gruppenanalyse festhalten: Hier spielen offenbar die typischen jazzerfahrenen StudiomusikerInnen der 1970er Jahre. In puncto Rhythmus identifizieren wir eine gewisse Swingbewegung. Wir hören Blues-Septimen und -Phrasen sowie Grooveprozesse, wie sie erst in den 1970er Jahren in dieser Art von Musik üblich wurden, als MusikerInnen häufiger in größeren Orchestern spielten, die einen zuvor erworbenen Jazz-Hintergrund besaßen. Es sind sogar zeitgenössische Einflüsse von Soul zu hören. Die Musik hat einen *participatory mode*<sup>17</sup> mit ihren *interlocking grooves* und dem Mitklatschchorus. Dabei wird Black-Music-typisch auf zwei und vier geklatscht – anders als der derzeit typische körperliche Mitvollzug im Schlager. Überhaupt wird der Chorus von vielen Menschen gesungen, darunter auch von Kindern. Diese „Familie“, wie auch Alexanders engagierter Gesang unterstreicht, ist also wirklich groß und lädt uns als Hörende der Originalversion ein: „Kommt nur dazu!“

In der Version der John Otti Band vor Ort begegnet uns im Vergleich eine exklusive Familie, die es vehement bleiben will. Dieser Eindruck wird neben dem situativen Kontext direkt durch die Performance der Band mitgestiftet: Zugelassen wird die Deutung etwa durch das machtvolle Schmettern im Gesang sowie die *Four-to-*

<sup>16</sup> Protokoll vom 27.8.2019.

<sup>17</sup> Keil 2005, 96–108.

*the-Floor*-Rhythmik des zeitgenössischen volkstümlichen Schlagers, die marschähnlich die schweren Taktzeiten eins und drei besonders betont. Zugleich ist die Melodie mit ihrer ausgeterzten Dreiklangsmelodik gut memorabel: Das Publikum kann sofort mitsingen, tanzt sogar vereinzelt und wird zum aktiveren körperlichen Mitvollzug des Arme-Schwenkens auf jede Viertel animiert (Keyboarder John Otti per Zwischenruf: „Hoch die Hände!“). Der ‚harte Kern‘ der Anwesenden, der sich im Bühnenbereich versammelt und mehrheitlich dort verweilt, hat sichtlich Spaß. Die „große Familie“ wird hier nicht erst gebildet, sondern sie ist bereits präsent. Der Slogan heißt nun für uns: ‚Sofern Ihr eh zu uns gehört, kommt nur dazu!‘

In der Tat: Klare politische Botschaften sucht man im musikalischen Programm der FPÖ vergebens. Das ist jedoch nicht Schwäche, sondern ausgewiesene Stärke des politischen Akteurs: Populäre Musik wird von der Partei auf eine Art und Weise aufgegriffen, die es den Akteuren erlaubt, sich im Zweifelsfall darauf berufen zu können, dass die dargebotene Musik lediglich der Unterhaltung diene. Zugleich aber funktioniert *Wir sind eine große Familie* in der beschriebenen Situation tadellos nach dem Prinzip Hundepfeife: Der Song ist Träger von Affordanzen, die je nach Kontext spezifische Deutungen begünstigen, per se aber keine Opposition provozieren. Niemand muss im Zuge des musikalischen Rahmenprogramms offenkundig einen Nationalismus beschwören, wenn es durch die Musik gelingt, dass ein ‚Wir‘ erfahren werden kann, das mühelos an den Slogan der Veranstaltung rückgebunden wird. Dieses ‚Wir‘ also wird von Band, Publikum und Wahlkampfkulisse gemeinsam etabliert. Was dieses ‚Wir‘ der populären Musik vom ‚Wir‘ einer politischen Brandrede unterscheidet: Das popmusikalisch etablierte ‚Wir‘ macht Spaß, sorgt für gute Stimmung und lässt sich unmittelbar – auch körperlich – als ein positives Gemeinschaftsgefühl erfahren, zum Beispiel durch Mitsingen und gemeinsame Bewegung. Dem ‚Wir‘ steht (ganz im Sinn des Zusammenspiels von Inklusion und Exklusion) ein ‚Ihr‘ gegenüber, welches dieser Gemeinschaft äußerlich ist und sie potenziell bedroht. Im EU-Wahlkampf ermöglicht dieser Song somit unausgesprochen die gemeinsame Erfahrung des populistischen Grundmoments der „pure people“ versus „the corrupt elite“.<sup>18</sup>

Im Gebrauch von *Wir sind eine große Familie* finden wir schlussendlich einen Stil vor, der an verwandte Phänomene der politischen Kommunikation im populistisch-nationalistischen Kontext erinnert: So formuliert der ehemalige Klubobmann der FPÖ Norbert Hofer im Wahljahr 2019 sein Motto folgendermaßen: „Hart in der Sache und verbindlich im Ton.“<sup>19</sup> Im Ton gibt sich Hofer, bekannt für seine scharfen Positionen sowie seine Verbindungen zu deutschnationalen Burschenschaften,<sup>20</sup> ohnehin zumeist unverfänglich und heiter. Zum affizierenden, das heißt emotional wie körperlich mitreißenden Träger dieser charakteristischen Mixtur wird im Kontext von

18 Mudde/Kaltwasser 2017, 6.

19 Vienna Online: Proust-Fragebogen mit Norbert Hofer: „Hart in der Sache und verbindlich im Ton“ (13.9.2019).

20 Scharsach 2017. Aufgrund eines laufenden Gerichtsverfahrens ist das Buch aktuell nicht verfügbar; es stellt für uns aber bis auf Weiteres den Stand der Forschung dar.

Wahlkampfveranstaltungen die populäre Stimmungsmusik. Diesen Gebrauch populärer Musiken – meist zwischen volkstümlichem Schlager, Rock und Country – beherrscht die FPÖ wie keine andere Partei in Österreich. Das zeigt sich exemplarisch, als wir zum Zweck der Kontrastierung im Herbst 2019 eine Wahlkampfveranstaltung der Sozialdemokratischen Partei Österreichs (SPÖ) in Graz besuchen. Hier spielt eine dreiköpfige Rockband sperrige Eigenkompositionen, die uns an den grüblerischen Ton der Indie-Band Lambchop erinnern. Die Songs handeln von Themen wie Antriebslosigkeit und Haarausfall. Getanzt und mitgesungen, wie es bei der FPÖ zu beobachten ist, wird hier nicht: Vielmehr verlassen zahlreiche BesucherInnen nach und nach das Gelände. Das österreichische Beispiel zeigt, wie es durch populäre Musik gelingt, Gemeinschaft zu stiften, die zugleich einschließend und ausschließend konstituiert ist.

### **Strategische ‚Durchschnittlichkeit‘ und Mainstream Musikgeschmack: das Sommerfestival der Schwedendemokraten**

Schweden galt lange Zeit als relativ immun, was die weite Verbreitung von rechts-populistischen Positionen und die Wahlerfolge radikal rechter Parteien anging.<sup>21</sup> Dieser Umstand änderte sich – für die meisten Schweden sehr überraschend – 2010, als die rechtspopulistischen Schwedendemokraten (SD) erstmals mit 5,7 Prozent der WählerInnenstimmen und damit 20 Abgeordneten in den schwedischen Reichstag Einzug erhielten. Seitdem wächst die Partei stetig und der ehemalige Cordon sanitaire ist inzwischen gebrochen. 2022 traten die Schwedendemokraten gemeinsam mit den etablierten bürgerlich-konservativen Volksparteien erfolgreich als rechter Block gegen die Sozialdemokraten an, und wurden mit 20,54 % der Stimmen zweitstärkste Partei.<sup>22</sup> Mit Ursprüngen in der radikalen Neonaziszene der 1980er Jahre, waren die Schwedendemokraten in der Öffentlichkeit bis in die 2010er Jahre geächtet und politisch für die Mehrheit der Schweden keine Alternative. Zentral für den rasanten Aufstieg der Partei im letzten Jahrzehnt ist ihre medienwirksame Loslösung von ihren subkulturellen, im neonazistischen Milieu liegenden Wurzeln hin zu ihrer Selbstdarstellung als ‚sozial-konservative‘ Familienpartei der gesellschaftlichen Mitte „mit nationalistischem Grundverständnis“.<sup>23</sup> Diese inszenierte Abgrenzung zeigt sich im Verhältnis der Partei zu populärer Musikkultur besonders deutlich.

Im Folgenden sollen einige popmusikalische Strategien skizzenhaft nachgezeichnet werden, welche die SD verwenden, um sich als gesellschaftsfähige Partei zu inszenieren und damit rechtspopulistische Ideologien zu normalisieren. Die Fallstudie der Schwedendemokraten ist indes besonders ergiebig, weil die Partei ihren Wäh-

21 Vgl. Rydgren 2002, 27–56.

22 Vgl. Elliot 2020; SVT 2020; Stigfur 2020.

23 Dabei gilt es jedoch festzuhalten, dass sich die inhaltliche Ausrichtung im Gegensatz zur Selbstdarstellung wenig geändert hat, und die Schwedendemokraten eindeutig dem Spektrum der Populist Radical Right Parties zuzuordnen sind. Vgl. Mudde 2007.

lerInnenzuwachs aus der sogenannten Mitte der Gesellschaft (und des politischen Spektrums) erfährt<sup>24</sup> und dabei sehr direkt mit populärer Musik arbeitet, um ihre Ideologien mainstreamfähig zu machen.

Die Verbindungen der Schwedendemokraten mit populärer Musik sind vielfältig. So sind (oder waren) viele der Abgeordneten selbst aktiv als PopmusikerInnen, DJs oder ProduzentInnen, was darauf schließen lässt, dass die Partei die gesellschaftliche Relevanz und gemeinschaftsbildende Funktion von Musik sehr genau versteht. Das musikalische Spektrum der Projekte von SD-MusikerInnen erstreckt sich von Folk-Pop über (Wikinger-)Rock zu Trance-Musik, wobei ein Großteil der Musik nicht explizit als politisch oder parteibezogen bezeichnet werden kann. Der Parteisekretär Richard Jomshof beispielsweise war vor seiner politischen Karriere aktiv in der Synth-Pop-Band *Elegant Machinery*, die bei Fans des Genres bis zur Auflösung der Band gutes Ansehen besaß und keiner politischen Richtung zugeordnet wurde.

Direkter wird die Verbindung von SD-Musik und politischen Inhalten in Wahlsongs, welche die Partei seit 2009 – also dem Wahlkampf, der zum Einzug in den Reichstag führte – selbst produziert. Diese poppigen Lieder, geschrieben, gesungen und produziert von Parteimitgliedern, werden auf CD veröffentlicht, vor allem aber auch über soziale Medien verbreitet und auf Parteiveranstaltungen gespielt. SD-Parlamentarier Alexander Christiansson nahm beispielsweise den Folk-Pop-Song *Vi är SD* [Wir sind SD] samt Musikvideo auf, den er über Facebook immer wieder mit seinen Followern teilt und live auf Wahlveranstaltungen spielt; Christiansson hat zum Beispiel auf dem SD-Sommerfestival 2019 ein komplettes Set gespielt. Sein Kollege Michael Rubbestad ist neben seiner Arbeit als SD-Parlamentarier auch als Psytrance-DJ unter dem Namen Aladdin bei Meira Records unter Vertrag und buchbar; auch Rubbestad performt auf Parteiveranstaltungen wie dem Sommerfestival 2018 als DJ. Selbst der langjährige Parteivorsitzende Jimmie Åkesson spielt Keyboard in einer Rockband namens *Bedårande Barn* (Bezauberndes Kind oder Bezaubernde Kinder), wobei die Band mit dem pop-rockigen Sound und den leicht rebellischen bis explizit nationalistischen Texten unmittelbar als musikalisches Sprachrohr der Partei verstanden werden kann. Alben wie *För Framtids Segar* [Für zukünftige Siege] (2017) und Songs wie *Fädernesland* [Vaterland] (2015) oder *Försvara och Bevara* [Verteidigen und Bewahren] (2017) bedienen die gleiche Rhetorik wie die Partei, indem sie von der ‚vaterländischen Kultur‘ erzählen, die bedroht sei und gegen externe Einflüsse verteidigt werden müsse.

Besonders anschaulich lässt sich die Verschränkung von populärer Musik als Ressource für die gesellschaftliche Normalisierung – und vorgebliche Entpolitisierung – radikaler und rechtspopulistischer Ideologien allerdings mit dem von den SD jährlich organisierten *Sommarfestivalen* [Das Sommerfestival] darstellen. Das Event findet im Rahmen der traditionellen *Sommartal* [Sommerrede] des Parteivorsitzenden statt, präsentiert sich dabei aber primär als inklusives Familienfest samt Essensständen, Kinderunterhaltung und Merchandise sowie mit Hauptprogrammpunkt Live-Musik

24 Vgl. Jylhä/Rydren/Strimling 2019, 220–244.



im Festzelt. Um das Verhältnis von populärer (schwedischer) Musik und den rechts-populistischen Schwedendemokraten besser zu verstehen, haben wir 2019 im Rahmen unserer Feldforschung unter anderem teilnehmende Beobachtungen auf dem Sommerfestival der Partei durchgeführt. Hierbei war besonders die Auswahl der Musik aufschlussreich: Eine bunte Mischung aus Tribute-Bands sehr beliebter schwedischer Pop-Acts,<sup>25</sup> Dansband-Pop<sup>26</sup> und Auftritten von 80er Jahre Pop-Legenden wie Tommy Ekman von *Freestyle*, einem Elvis-Tribute-Act sowie schwedendemokratischen Musikern (ausschließlich Männer). Schweden wird oftmals als „Pop-Land“ bezeichnet.<sup>27</sup> Dieser internationale Erfolg ist ein dominantes Narrativ und mit Diskursen über Nationalstolz verknüpft. Während des gesamten Festivals wurde derweil zwischen den Live-Acts Musik von einer Playlist gespielt, die ebenso vielseitig und ‚poppig‘ ist und sich damit wie die Liveauftritte musikalisch eindeutig am schwedischen Massengeschmack ausrichtet. Es wurden vor allem populärer Schlager, bekannte schwedische Sommer-Pop-Hits (von u. a. Ted Gärdestad, Tomas Ledin, Tommy Nilsson) sowie Songs von ABBA, die beim Publikum sentimentale oder nostalgische Gefühle wecken mögen, gespielt; ferner Hits aus den 1980er und 1990er Jahren sowie Aktuelles aus populären TV-Programmen wie *Allsång på Skansen* und dem Eurovision-Songcontest (vor allem der schwedischen Vorauswahl: dem sehr beliebten *Melodifestivalen*). Es handelt sich um Musiken, die zwar äußerst populär sind, aber in Fragen der gesellschaftlichen Anerkennung meist einen niedrigen Status innehaben und damit eine gemeinschaftliche, anti-elitäre Identifikation im Sinn von Affordanzen befördern respektive zulassen. Neben den oben genannten populären Musikern und (Tribute-) Bands treten seit einigen Jahren aber auch Jimmie Åkessons Band *Bedårande Barn* und die nationalistische *Vikingarock*-[Wiking-Rock]<sup>28</sup>-Band *Ultima Thule* als informelle Headliner am Samstagabend als Highlights des Festivals auf.

Das Festival und die Musikauswahl kennzeichnet das Bestreben der Partei, sich als Repräsentantin der ‚normalen Durchschnittsschweden‘<sup>29</sup>, der vermeintlichen Mehr-

25 2019 waren das z. B. Gyllene Tider, Magnus Uggla und Noice.

26 Populäre Live-Tanzmusik ist eine spezielle Mischung aus u. a. Schlager und Country, meist im 4/4-Takt.

27 Johansson 2020, 3.

28 *Vikingarock* ist ein skandinavisch – und insbesondere schwedisch – geprägtes Subgenre von Rockmusik, welches Rock- und Metal-Elemente mit Folk-musikalischen Einflüssen verbindet. Das Genre ist angesichts nationalistischer Texte und entsprechendem musikalischen Gestus historisch eng mit der rechtsextremen Szene verbunden und weist Parallelen zu White-Power-Rock und Rechtsrock auf. *Ultima Thule* gelten als Begründer des Genres.

29 Die Schwedendemokraten beziehen sich in ihrer Selbstdarstellung oft auf das ‚Normale‘ in der schwedischen Gesellschaft, was gleichgesetzt wird mit ‚schwedischer Kultur‘: „Die Werte und das Verhalten, welches in einer Gesellschaft als normal angesehen werden“, wie das Parteiorgan *SD-Kuriren* definiert (Hedary 2014, 3 [eigene Übersetzung]). Einer der zentralen Begriffe in Konstruktionen schwedischer Identität ist der Begriff *lagom*, der etwa durchschnittlich, aber gleichzeitig auch ‚genau richtig‘ bedeutet. Die Schwe-



heit der Gesellschaft, zu inszenieren; als eine ‚offene Gemeinschaft‘, in der grundsätzlich alle willkommen seien – solange sie sich den ‚schwedischen‘ Traditionen, der ‚schwedischen Kultur‘<sup>30</sup> und dem ‚normalen‘ Geschmack anpassten. Damit schreiben sich die SD mit ihrem Pop-Soundtrack ein in eine nationale Gemeinschaft des gesellschaftlichen Mainstreams – dem, was die Schwedendemokraten als die schwedischen nationalen *people* konstituieren. Die *implicit whiteness*<sup>31</sup> dieser Gemeinschaft wird auf dem Festival dabei stillschweigend unterstrichen: Nicht nur sind keine *people of color* auf dem Festival zu sehen, sondern es wird eine weiß codierte kulturelle Identität gefeiert, die unausgesprochen alles ‚Andere‘ exkludiert und somit beiläufig als nicht zugehörig (das heißt schlussendlich: ‚nichtschwedisch‘) kennzeichnet.

Somit präsentiert das Sommerfestival die Partei als harmlos, familienfreundlich, poppig, und damit vor allem: als ‚durchschnittlich‘ und auf den ersten Blick gar unpolitisch. Gleichzeitig artikulieren die Schwedendemokraten diese vermeintlich unpolitische Normalität und strategische Durchschnittlichkeit aber auch mit einem Gestus der Rebellion – im Namen der nationalen Gemeinschaft, gegen die politischen und gesellschaftlichen Eliten (das sogenannte ‚linksliberale Establishment‘ laut SD), die vor allem mit ihrer Migrationspolitik die so definierte ‚schwedische Durchschnitts-Normalität‘ systematisch unterminieren und damit in ihrer Existenz bedrohen würden, sowie gegen das ‚Andere‘ der Nation (womit aus Sicht der SD vornehmlich MigrantInnen gemeint sind). Dabei wird schwedische ‚Normalität‘ also mit implizit rassistischen Ausschlussverfahren verbunden und gleichzeitig werden mit explizit rechtspopulistischem Rock von *Bedårande Barn* und den Wiking-Rockern *Ultima Thule* auch Angebote für die ‚klassisch‘ nationalistische Wählerschaft gemacht, die seit

---

dendemokraten inszenieren sich als ‚normal‘ in diesem Sinne und beziehen sich z. B. in ihrer Wahlkampagne 2015 auf ‚lagom‘ und bezeichnen sich selbst als die ‚lagom‘ Partei: „Wir sind genauso ‚lagom‘ und schwedisch wie ‚mellanmjölken‘“ – wie die Halbfettmilch, die wörtlich übersetzt „Zwischenmilch“ oder „die Milch in der Mitte“ heißt (SD Kuriren 118/2015, 17).

- 30 Eines der zentralen Themen und Thesen der Schwedendemokraten ist, dass es eine ‚traditionell schwedische Kultur‘ gibt, welche als ‚normal‘ angesehen wird und damit als normative und exklusive Kategorie funktioniert. Auf der offiziellen Website wird ‚die schwedische Kultur‘ beschrieben als „unser Gemeinsames Erbe, Sprache, Traditionen, und eine Vielfalt an Ausdrucksformen, die unsere schwedische Gemeinschaft/Gesellschaft zusammenhalten“ (SD.se 2021 [eigene Übersetzung]). Konkret bedeutet das für SD z. B. das Feiern des „*Midssommarfestes* mit Erdbeeren und Blumen“ (Hedary 2014, 3), Traditionen wie die *Kräftskivra* [das Krebsfest], Alltägliches wie die *Fika* [Kaffepause] oder die beliebten Zimtschnecken; aber auch Verhaltensweisen und soziale Codes: „In Schweden ist es normal anzurufen, bevor man bei jemandem zur Abendessenszeit zu Besuch kommt, und es ist normal, physisch Abstand zu anderen Menschen zu halten“ (ebd.). Hier wird natürlich deutlich, dass vermeintlich ‚andere‘ Kulturen, welche nicht nach diesen Regeln leben, von der schwedischen ‚Normalität‘ ausgeschlossen werden.

- 31 Teitelbaum 2017b, 159–178.

Jahrzehnten die Basis der Partei darstellt.<sup>32</sup> Diese Kombination zeigt beispielhaft, wie die Schwedendemokraten versuchen, mit den Mitteln des Pop und der Musik soziale Gemeinsamkeiten im Namen der Nation zu stiften und politisch zu mobilisieren, um somit ihren Populismus in der Mitte der Gesellschaft zu popularisieren.

## Die afrodiasporischen Verweise populärer Musik und die Kosmopolitismus-Kritik der AfD

Bei der Alternative für Deutschland (AfD) handelt es sich im Vergleich zur Freiheitlichen Partei Österreichs und den Schwedendemokraten um eine relativ junge Partei, die „von Beginn an sowohl von wirtschaftsliberalen Nationalisten als auch von völkischen Reaktionären geprägt war“.<sup>33</sup> Daraus folgt nicht nur ein stärkeres Ringen um ihr inhaltliches Profil, sondern auch die Frage, wessen Ressentiments ‚gegen das Establishment‘ und die ‚Bedrohungen von außen‘ bedient werden sollen – jener, die tatsächlich unter den weitreichenden Kürzungen von Transferleistungen leiden; oder jener, die oft selbst leitende gesellschaftliche Positionen inne haben, sich aber dennoch als Unterdrückte in einer öffentlichen Debatte sowie als Retter einer angeblich bedrohten Meinungsfreiheit gerieren.<sup>34</sup> Der Historiker Bodo Mrozek hat in seiner Analyse des AfD-Feindbilds einer heimatlosen, kosmopolitischen Elite einen wichtigen Beitrag zu diesem Thema geliefert. Laut Mrozek geht es innerhalb des AfD-Diskurses weniger um eine dezidiert soziale Lesart der Gegenüberstellung von (armem) ‚Volk‘ und (reicher) ‚Elite‘, sondern um eine kulturelle: Es wird die angebliche kulturelle Hegemonie der ‚Globalen‘ angekreidet, der gegenüber der ‚einfache Mensch‘ mit seinem „natürlichen Bedürfnis nach Heimat“ ins Hintertreffen gerate.<sup>35</sup>

Vor diesem Hintergrund analysieren wir hier die Musikauswahl bei einer von der AfD propagierten Demonstration gegen den Bau einer Moschee<sup>36</sup> in Rostock 2019. Unsere These ist, dass die Auswahl der Musik auf ein grundlegendes Dilemma der AfD und ihres konservativen Umfelds hinweist. Die Konstruktion eines Gegensatzes zwischen einem angeblich moralisch ‚reinen Volk‘ und einer kosmopolitischen, entwurzelten ‚Elite‘ müsse, wie alle Konfliktlinien (*cleavages*), in Kultur und kulturellen Praktiken ankern<sup>37</sup> oder aktiv verankert werden, um erfahrbar, erlebbar, spürbar –

32 Also dem Bezug auf die Wurzeln der Partei in der schwedischen Neonazi-Szene der späten 1980er und 1990er Jahre, der rassistischen ‚Bevara Sverige Svensk‘ [Schweden soll Schwedisch bleiben]-Bewegung sowie der ‚Vitmaktrörelsen‘ [White Supremacy oder Suprematismus]-Bewegung.

33 Grigat 2017, 14.

34 Zum komplexen Zusammenhang von Neoliberalismus/Standortkapitalismus und rechts-extremen Einstellungen vgl. Heitmeyer 2018.

35 Mrozek 2019.

36 Anlass waren Berichte über angebliche Planungen eines Moscheebaus auf dem Holbeinplatz, über die u. a. die *Ostsee-Zeitung* berichtet hatte. Meyer 2019.

37 Best 1989.

und damit attraktiver und überzeugender zu sein.<sup>38</sup> In diesen Prozessen sind populäre Kulturen zentral, um eine möglichst große Anzahl an Menschen zu erreichen. Für rechtspopulistische Akteure besteht an dieser Stelle jedoch das Problem, dass sie ihre völkische Ideologie innerhalb moderner Gesellschaften verorten müssen, deren Lebensstil pluralisiert ist.<sup>39</sup> Nicht nur betrifft dieser pluralisierte Lebensstil alle Klassenlagen und Milieus; Impulse für die Internationalisierung der Populärkultur kamen insbesondere auch von jenen, die heute mitunter als „Bildungsferne“ bezeichnet werden.<sup>40</sup> Der Rückgriff auf populäre Musiken stellt aus diesem Grund für das Parteiumfeld der AfD ein besonderes Dilemma dar: Die herausragende Bedeutung afrodiasporischer und transnationaler Musikeinflüsse für populäre Musiken könnte den Widerspruch, der der Forderung nach einer kulturellen Homogenität im „gemeinen Volk“ innewohnt, unterstreichen.<sup>41</sup>

Am 25. März 2019 fand im Rostocker Stadtteil Reutershagen eine Demonstration der AfD unter dem Motto „Bürgerentscheid – Keine Moschee in Rostock“ statt.<sup>42</sup> Die Hauptrede wurde von Pegida-Aktivist Michael Stürzenberger gehalten. Der Einsatz von Musik war bei dieser Demonstration sowohl bei der Rahmung der Reden als auch bei dem Zug durch den Stadtteil zentral. Vor allem die Palette an Genres der Playlist sticht ins Auge:

Deutschsprachige Volkslieder wie *Die Gedanken sind frei* werden ebenso gespielt wie ein Stück von Reinhard Mey (*Sei wachsam*), Filmmusik wie das Stück *Conquest of Paradise* von Vangelis (bekannt geworden in den 1990ern als Einmarschhymne des Boxers Henry Maske) und das Thema aus *Pirates of the Caribbean*, eine Aufnahme eines Chors von Gotthilf Fischer, instrumentale Marschmusik, Richard Wagners *Walkürenritt*, Liebeslieder aus dem Schlager der 1960er Jahre wie *Marmor, Stein und Eisen bricht*, patriotische Schlagersongs wie Gunter Gabriels *Deutschland ist* und die deutsche Nationalhymne.<sup>43</sup>

Insgesamt zweimal wird außerdem der Song *Raus aus dem Reichstag* von Xavier Naidoo aus dem Jahr 2009 (vom Album *Alles kann besser werden*) gespielt, der verschwö-

38 Zum antisemitischen Gehalt des Populismus und Alexander Gaulands Verwendung antisemitischer Codes siehe Leo Roepert (im Erscheinen).

39 Charim 2018.

40 Mrozek 2019.

41 Vgl. Dunkel 2020, 79–100. Wie Teitelbaum (2017a, 61–62, 77) in seiner Studie zur Szene des Weißen Nationalismus in Schweden an den Beispielen von Rap und Reggae diskutiert, ist Black Music in die Vorgehensweisen der dortigen Akteure unter spezifischen (argumentativen) Voraussetzungen durchaus integrierbar.

42 Dunkel 2020, 84. Der Livestream der Veranstaltung ist auf YouTube nicht mehr verfügbar, befindet sich aber im Archiv der VerfasserInnen.

43 Dunkel 2020, 84–85.

rungs-ideologische Narrative wie den antisemitischen Rothschild-Verschwörungsmythos enthält.<sup>44</sup> So rappt Naidoo an einer Stelle:

Wie die Jungs von der Keinherzbank, die mit unserer Kohle zocken /  
Ihr wart sehr, sehr böse, steht bepisst in euren Socken /  
Baron Totschild gibt den Ton an, und er scheißt auf euch Gockel /

Der Schmock [gesinnungsloser Journalist, Schriftsteller] ist'n Fux [durch ihre Schläue und Gewitztheit andern überlegene männliche Person und/oder neues Mitglied einer Studentenverbindung] und ihr seid nur Trottel.<sup>45</sup>

Wie das obige Beispiel, aber auch unsere eingehende Musikgruppenanalyse (MGA) zeigen<sup>46</sup>, bietet der Song Affordanzen, die die Verachtung einer imaginierten Elite rechtfertigen.<sup>47</sup> Man kann argumentieren, dass die Playlist dieser Veranstaltung aus sechs Komponenten besteht, an denen ihre Ziele aber auch Widersprüche deutlich werden: (1) Volkslieder und Hymnen; (2) deutschsprachiger Schlager und Country; (3) moderner deutschsprachiger Pop/R&B mit einschlägigem Text; (4) klassisch-romantische Musik mit nationalistischer Verwendungsgeschichte; (5) Filmmusik, oft in einem heroischen Modus gehalten, und (6) deutschsprachige Chansons. Was einige der Stücke bei aller Vielseitigkeit verbindet, ist ein gewisser Pathos, der ein mitunter kämpferisches ‚Wir‘ etabliert (*Conquest of Paradise*, *Walkürenritt*), das gegen ein ‚Anderes‘ steht. Letzteres wird unter anderem durch Muezzin-Gesang verklänglicht, der auch Teil der Playlist ist.

44 Seine Beteiligung an den pandemieskeptischen Corona Protesten war begleitet von antisemitischen Äußerungen und Geschichten. Siehe Schwenck (im Erscheinen).

45 Im Booklet des Albums wird das Wort ‚Fuchs‘ mit x geschrieben, was als Verweis auf die von Studentenverbindungen gebrauchte Bezeichnung Fux für ein neues Mitglied gelesen werden kann. Diese Bezeichnung wurde im späten 19. Jahrhundert auch in jüdischen Studentenverbindungen verwendet, die sich in den 1880er Jahren als Reaktion auf die zunehmende Ausgrenzung von Juden aus den bestehenden studentischen Verbindungen in Deutschland gründeten (vgl. hierzu Rürup 2008). Da der Song-Text angebliche gesellschaftliche Zustände der späten 2000er Jahre schildert, wird eine Lesart erzeugt, die zum einen verschleiern, dass jüdische Studentenverbindungen aufgrund der nationalsozialistischen Herrschaft schon seit 70 Jahren nicht mehr in dieser Form in Deutschland existieren, und zum anderen ausblenden, dass der Großteil heute existierender Studentenverbindungen ideologische und personelle Überschneidungen mit der deutschen konservativen und extremen Rechten aufweist (vgl. hierzu Kurth/Weidinger 2017).

46 MGA am Institut für Musik der Universität Oldenburg, 3.4.2019.

47 Auf der Demonstration wird die für einen Popsong relativ lange Aufnahme von *Raus aus dem Reichstag*, wie viele der anderen verwendeten Stücke, jeweils nach einiger Zeit ausgeblendet. Unsere Interpretationen beziehen sich dennoch auf die Inhalte des gesamten Stücks, da durch das zweimalige längere Anspielen das Stück auch als Ganzes evoziert wird.

Offensichtlich ist einerseits, dass die AfD mit der Musikauswahl auch unterschiedliche Milieus ansprechen will. Die Milieus jener, die Schlager, Klassik und R&B hören, unterscheiden sich stark voneinander, wie Untersuchungen des Musikinformationszentrums (MIZ) zum Zusammenhang von Musikgeschmack und sozialer Zugehörigkeit zeigen.<sup>48</sup> Andererseits wird hier deutlich, dass Musik eingesetzt wird, um unterschiedliche Ideologien zusammenzuführen, die logisch nicht miteinander vereinbar wirken. Die Songs erzeugen in ihrer Abfolge eine eigene Erzählung, einen Plot.<sup>49</sup> Da ist einerseits all jene Musik, die als ‚modern‘ und ‚zeitgemäß‘ empfunden wird, und die durchgängig auf afrodiasporischer Musik beruht. Weder Country wäre ohne afrodiasporische Musiken denkbar, noch Xavier Naidoos R&B, dessen Song *Raus aus dem Reichstag* direkte Referenzen zu Aufnahmen der afroamerikanischen Rapper Dr. Dre, Snoop Dogg und Mobb Deep aufweist.<sup>50</sup> Dadurch entsteht ein Spannungsfeld, in dem die Geschichtlichkeit der Musik ihre versuchte Dingbarmachung für völkische Politik konterkariert. Dies kann man als ein Dilemma der AfD interpretieren: Dass es ihr bislang nicht gelungen ist, einen Soundtrack zu finden, der ihre Ziele einer ethnischen Homogenisierung einerseits und einer Modernisierung durch den Gebrauch populärer Kultur andererseits überzeugend verklängt.<sup>51</sup>

Gerade weil die AfD sich in ihrer Programmatik sowohl an einen (groß-)bürgerlichen Mainstream, als auch an potenzielle und tatsächliche VerliererInnen des Standortkapitalismus richtet, muss sie auf den popkulturellen Kosmopolitismus zurückgreifen, der in Deutschland in den 1950er und 1960er Jahren von jenen ‚bildungsfernen Nicht-Eliten‘ bejubelt wurde, deren angebliche heimatliche Verwurzelung die AfD heute zu konservieren sucht.<sup>52</sup> Die Analyse der von der AfD gewählten Musiken zeigt, dass die durch Alexander Gauland prominent vertretene These – dass kosmopolitische, entwurzelte Eliten, welche die Kultur mit ihrem globalistischen Geschmack dominierten, einem national einheitlichen, an der Heimat und ‚ihren‘ Werten orientierten Volk mit deutschümelndem Stilempfinden gegenüberstünden<sup>53</sup> – von den Organisatoren der AfD-Demonstration nicht als soziale Realität anerkannt wird, jedenfalls hinsichtlich ihrer Musikauswahl. Sich populäre Musiken als völkische Heimattradition *ungebrochen* anzueignen, wird durch den klanglich inhärenten Verweis letzterer auf afrodiasporische Musiken verhindert.

## Fazit

Wie aus unseren Darstellungen hervorgeht, hören wir die behandelte Musik in unseren Feldern tendenziell als freundlich, jedenfalls nicht als aggressiv. Die Beobachtung

48 Vgl. Reuband 2019, 510–535.

49 Polletta u. a. 2011, 109–130.

50 Vgl. Dunkel 2020.

51 Dunkel 2020, 79–100.

52 Mrozek 2019.

53 Gauland 2018.

gen, wie HörerInnen vor Ort auf diese Musik reagieren, entsprechen mehrheitlich diesen Eindrücken. Politische Akteure gebrauchen diese populären Musiken als strategisches Moment zur Selbstdarstellung: Wenn HörerInnen die Musik angenehm und wohlwollend erscheint, kann das positiv auf das Image dieser Akteure zurückwirken. In zwei unserer Fälle ist dieses Potenzial (noch?) eingegrenzt: zum einen, weil auch Musik von Bands mit nationalistischem Background (SD) verwendet wird; zum anderen aufgrund des Dilemmas, dass trotz des ideologischen Ziels nationalistischer, kultureller Homogenisierung auf heterogene, transnationale Musiken zurückgegriffen werden muss, will man als Partei innerhalb eines bestimmten Wählermilieus populär bleiben (AfD).

Das von uns in den vorangegangenen Analysen verwendete Konzept der Affordanzen erlaubt uns, eine nichtessenzialistische Perspektive auf die Verbindung zwischen nationalistischer Politik und populärer Musik einzunehmen. Unsere Forschung macht also lediglich auf das *politische Potenzial* populärer Musiken aufmerksam und richtet somit den Blick auf die Situationen und Kontexte<sup>54</sup> ihres Gebrauchs. Sie kann und soll keine Anleitung dazu geben, wo und wie sich so etwas wie ‚nationalistische Musik‘ erkennen ließe, sondern unterstreicht das Zusammenspiel zwischen politischen Praktiken und Affordanzen populärer Musik. Das Konzept der Affordanzen geht zwar von einer Vielschichtigkeit der Deutungshorizonte von Musiken aus. Da Affordanzen aber in der Klangstruktur verankert sind, handelt es sich weder um völlig beliebige Deutungsangebote, noch um eine unendliche Anzahl möglicher Deutungen. Affordanzen sind strukturiert und begrenzt durch Sound, die Situationen und Orte ihres Gebrauchs, die jeweilige Performance sowie die Rezeption durch Zuhörende.

Nation verstehen wir als politische Praxis: Nationen existieren nicht ‚an sich‘, im Sinne feststehender Einheiten, sondern als *imagined communities*.<sup>55</sup> Das Nationale wird durch eine Bandbreite kultureller Formen, materieller Umgebungen und Praktiken repräsentiert, materialisiert und immer wieder hervorgebracht.<sup>56</sup> Neuere Forschungen weisen darauf hin, dass bei der Hervorbringung und Reproduktion des Nationalen vor allem auch die ‚ordinary people‘ eine tragende Rolle spielen, also jene ‚Nicht-Eliten‘, die im Alltag, sozusagen ‚von unten‘, das Nationale stabilisieren.<sup>57</sup> Eine Aneignung des Populären durch rechte PolitikerInnen, die einflussreiche gesellschaftliche Positionen inne haben, lässt sich vor allem bei der AfD beobachten. Viele ihrer gesellschaftlich hochgestellten SpitzenpolitikerInnen schreiben sich die Verteidigung der Interessen und Lebensgewohnheiten weniger ökonomisch und kulturell einflussreicher Milieus auf die Fahnen. Wir haben es also analytisch weniger mit einem

54 Vgl. Schatzki 2002.

55 Anderson 1983.

56 Edensor 2002; Antonsich/Skey 2017, 1–16, hier: 5.

57 Wie Hobsbawm (1991, 10) feststellte, sei der Nationalismus zwar wesentlich von oben konstruiert, könne aber nicht verstanden werden „unless also analyzed from below, that is in terms of the assumptions, hopes, needs, longings and interests of ordinary people, which are not necessarily national and still less nationalist“.



Oben-Unten-Raster zu tun, als vielmehr mit einem rekursiven Prozess, in dem sich Populäres ‚von oben‘ angeeignet wird, um Nationalisierungsprozesse anzustoßen, die wiederum ‚unten‘ reproduziert, zurückgewiesen oder ignoriert werden.<sup>58</sup> Ein solcher Rückgriff einflussreicher politischer Akteure auf das Populäre mit dem Ziel Nationalisierungsprozesse anzustoßen, ist jedoch nicht nur ihrem Opportunismus<sup>59</sup> zuzuschreiben. Er wird auch, wie das Konzept der Affordanzen veranschaulicht, durch die Vieldeutigkeit populärkultureller Artefakte ermöglicht. Diese Vieldeutigkeit ist die Bedingung der Möglichkeit, dass der Einsatz populärer Musik nicht zur größeren Resonanz des beworbenen politischen Programms führt, sondern letzteres karikiert und unter Umständen sogar unterminiert.

Die in diesem Artikel analysierten Beispiele diskutieren die doppelte Qualität populärer Musik in Bezug auf Nationalisierungsprozesse. Unser Material zeigt, dass populäre Musik sowohl ermöglichend als auch beschränkend in Erscheinung tritt: Sie erzeugt und mobilisiert je nach Gebrauch und Kontext spezifische Affekte<sup>60</sup>, kann sich aber auch, beispielsweise aufgrund ihrer musikalischen Geschichtlichkeit, als widerständig erweisen.

Diese klangliche Widerständigkeit zeigt sich bei der Musikauswahl der AfD. Das Ziel der Partei – eine nationale, kulturelle Homogenität zu schaffen – und die musikgeschichtliche Vielfalt der verwendeten Klänge, die wie fast alle zeitgenössischen populären Musiken auf afrodiasporische zurückgehen, sprechen für eine solche Widerständigkeit. Dies bedeutet jedoch nicht, dass durch den Gebrauch dieser Musiken kein ‚Wir‘ etabliert werden könne. Zwar ringt die Partei mit der Ansprache unterschiedlicher Milieus und bedient sich deshalb sowohl am popkulturellen Kosmopolitismus der ‚Nicht-Eliten‘ der 1950er und 1960er Jahre (deren angenommene heimatliche Verwurzelung sie zu vereinnahmen sucht), als auch am Wagnerschen Œuvre, das ein bildungsbürgerliches Milieu anzusprechen, Assoziationen an den Nationalsozialismus zu wecken sowie an die Filmmusik Hollywoods anzuschließen vermag (vgl. den Soundtrack des Blockbusters *Apocalypse Now*). Der eingespielte Muezzin-Gesang und Xavier Naidoos *Raus aus dem Reichstag* stellen diesem klassenmäßig fragmentierten ‚Wir‘ jedoch ein feindliches ‚Ihr‘ aus Fremden und einer korruptierten Elite gegenüber. Dieses Feindbild kann unter Umständen die Klassen- und Milieu-Unterschiede innerhalb des konstruierten ‚Wir‘ verwischen.

Einen hohen Grad der populistischen Ermöglichung finden wir im österreichischen Beispiel vor. Hier ist durch die FPÖ seit Jahren eine ‚Musikpflege‘ des politischen Feldes anzutreffen. Ermöglicht wird die Stiftung eines ‚Wir‘, das zugleich eine entscheidende Eingrenzung erfährt. Die „große Familie“, die im *signature song* des Wahlkampfes besungen wird, kann in der ursprünglichen Studioversion von Peter Alexander musikalisch als inklusiv aufgefasst werden. Durch Kontext und Spezifika der Performance vor Ort wiederum wird sie klar verständlich eingegrenzt und auf ein

58 Schwenck 2018, 32–37.

59 Man könnte mit Wodak (2018) auch von schamloser Aneignung sprechen.

60 Zu Musik und Affekten vgl. DeNora 2004, 21–45.



bedrohliches Außen eingeschworen: Die „große Familie“, im situativen Verständnis die österreichische Nation, muss verteidigt werden.

Augenscheinliche Vielseitigkeit ist ein Merkmal der Musikauswahl der Schweden-  
demokraten. Die Selektionen sind jedoch spezifisch: Die Ansprache von WählerInnen  
wird zumeist über den Gebrauch allgemein bekannter Musiken mit nostalgischen  
Konnotationen und Mitsing-Qualitäten gesucht. Während – ähnlich der FPÖ – vor-  
nehmlich Unverfänglichkeit herrscht, was Auswahl und Einsatz der Musik betrifft,  
ist Schweden jedoch ein Sonderfall: Die Beteiligung der im rechten Spektrum ver-  
wurzelten Band *Ultima Thule* ist ein Fingerzeig. Ihr Wiking-Rock, bekannt für seine  
hymnischen Qualitäten, eignet sich zum Mitsingen und ermöglicht zugleich einen  
für sämtliche Beispiele charakteristischen körperlichen Mitvollzug, der potenziell Ge-  
meinschaft stiftet. Dieser Gemeinschaftsbildung inhärent ist eine *implicit whiteness*,  
die durch populäre Musiken beiläufig verfestigt wird.

Die drei Parteien sind unterschiedlich stark im jeweiligen Parteiensystem etabliert  
und auch unterschiedlich stark gesellschaftlich akzeptiert. Der Grad ihrer gesellschaft-  
lichen Akzeptanz, so unsere These, bedingt die Möglichkeiten der Aneignung popu-  
lärer Musiken. Die FPÖ koalierte auf Bundes- und Landesebene bereits mehrfach mit  
den großen Volksparteien. Dass die Partei einen auffällig mühelosen Anschluss an  
unverfängliche Stimmungsmusik findet, die aktiviert und ihr politisches Programm  
ins ‚Alltägliche‘ einbettet, hängt auch damit zusammen, dass sie als Machtfaktor im  
Parteiensystem etabliert ist. Die SD befinden sich in puncto Image und Anerkennung  
in einem fortgeschrittenen Normalisierungsprozess. Nicht nur ermöglicht Letzterer  
eine immer stärkere WählerInnenrekrutierung aus der sogenannten Mitte der Ge-  
sellschaft, er erlaubt auch, dass eine Zusammenarbeit mit den etablierten bürgerlich-  
konservativen Parteien inzwischen erfolgreich umgesetzt wird. Die „popification of  
nationalism“<sup>61</sup>, also der Ausdruck von Nationalismus mit den Mitteln des Pop und  
damit der Versuch der SD, sich in den nationalen Mainstream einzuschreiben, wird  
in diesem Fall durch die Codierung von Popmusik als nationalem Exportschlager  
vereinfacht. Der AfD schließlich verweigern sich bisher die Volksparteien in puncto  
Koalitionsbildung weitgehend. Das bedeutet ein größeres Risiko, wenn es um deren  
Versuch geht, sich den musikalischen Mainstream anzueignen. Da der öffentliche  
und mediale Diskurs nach wie vor, zumindest in großen Teilen, versucht, sich dem  
‚Adeln‘ der Partei durch das öffentliche Nachdenken über eine solche Koalition zu  
verweigern, wird es der AfD vorerst weiterhin schwer fallen, einen ‚Soundtrack‘ für  
sich zu finden, der die gesellschaftliche Akzeptanz der Partei und ihrer Programmatik  
vorantreibt.

Nicht zuletzt wollen wir darauf hinweisen, dass der Einsatz von Musik es gestattet,  
eindeutige Positionierungen zu vermeiden.<sup>62</sup> Die potenzielle Mehrdeutigkeit populä-  
rer Musik wird in mehreren unserer Beispiele nutzbar gemacht, um Botschaften zu  
transportieren, die ankommen können, ohne dass sie eindeutig formuliert und klar

61 Schiller 2019.

62 Adorno 1958, 679–691, hier: 680.

ausgesprochen werden müssten. Wer sie hören will, hört sie – und alle anderen können immerhin eine ‚gute Zeit‘ haben, wie die Untersuchungen aus Schweden und Österreich illustrieren. Das Prinzip der „dog whistle politics“<sup>63</sup> – des subtilen Platzierens von Botschaften, die kaum Empörung hervorrufen, da der Nachweis der getätigten Aussage und ihrer Intention nicht gebracht werden kann, ist also ein weiterer Aspekt, der Musik als Ressource für Nationalismus auszeichnet.

## Literatur

- Adorno, Theodor W.: Ideen zur Musiksoziologie. In: Schweizer Monatshefte 38 (1958), S. 679–691.
- Anderson, Benedict: Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. London/New York 1983.
- Antonsich, Marco/Skey, Michael: Introduction: The Persistence of Banal Nationalism. In: Antonsich, Marco/Skey, Michael (Hg.): Everyday Nationhood. Theorising Culture, Identity and Belonging after Banal Nationalism. London 2017, S. 1–16. [https://doi.org/10.1057/978-1-137-57098-7\\_1](https://doi.org/10.1057/978-1-137-57098-7_1)
- Appen, Ralf von/Doehring, André/Helms, Dietrich/Moore, Allan F.: Introduction. In: dies. (Hg.): Song Interpretation in 21<sup>st</sup>-Century Pop Music. Farnham 2015, S. 1–6. <https://doi.org/10.4324/9781315609881>
- Berezin, Mabel: The Normalization of the Right in Post-Security Europe. In: Streeck, Wolfgang/Schäfer, Armin (Hg.): Politics in the Age of Austerity. Cambridge 2013, S. 239–261.
- Best, Heinrich (Hg.): Politik und Milieu: Wahl- und Elitenforschung im historischen und interkulturellen Vergleich. Historisch-sozialwissenschaftliche Forschungen, Bd. 22. St. Katharinen 1989.
- Blaukopf, Kurt: Musik im Wandel der Gesellschaft: Grundzüge der Musiksoziologie. München 1984.
- Botsch, Gideon/Raabe, Jan/Schulze, Christoph (Hg.): Rechtsrock. Aufstieg und Wandel neonazistischer Jugendkultur am Beispiel Brandenburgs. Berlin 2019.
- Charim, Isolde. Ich und die anderen: Wie die neue Pluralisierung uns alle verändert. Wien 2018.
- DeNora, Tia: Music in Everyday Life. Cambridge 2004.
- Doehring, André/Ginkel, Kai/Krisper, Eva: Remixe. Remixen. Populärmusikforschung: Potentiale für methodologische Neugestaltungen. In: Appen, Ralf von/Dunkel, Mario (Hg.): (Dis-)Orienting Sounds – Machtkritische Perspektiven auf populäre Musik. Bielefeld 2019, S. 283–304. <https://doi.org/10.1515/9783839450581-014>
- Doehring, André/Ginkel, Kai: Musicological Group Analysis (MGA): Conceptual Basics and Rough Guide. Manuskript 2019.
- Dunkel, Mario/Barna, Emilia/Caiani, Manuela/Doehring, André/Niederauer, Martin/Schiller, Melanie: Popular Music and the Mainstreaming of Populist Ideologies in Europe. Proposal des Forschungsprojekts, finanziert durch die VolkswagenStiftung (Ref. 94 754–1) 2018.

---

63 Lempinen 2020.

- Dunkel, Mario: Zusammenhänge zwischen Populismus, Jazz und afrodiasporischen Musiken als Ausgangspunkt für Demokratiebildung. In: Knauer, Wolfram (Hg.): Positionen! Jazz und Politik. Darmstädter Beiträge zur Jazzforschung, Bd. 16. Hofheim 2020, S. 79–100.
- Edensor, Tim: *National Identity, Popular Culture and Everyday Life*. London 2002.
- Elliot, Katia: SD största parti i ny mätning – S fortsätter tappa [SD größte Partei in neuer Umfrage – S(ozialdemokraten) verlieren weiter] (20.2.2020). URL: <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/svt-novus-sd-storsta-parti> [13.10.2020].
- Gauland, Alexander: Warum muss es Populismus sein? Frankfurter Allgemeine Zeitung, 10.6.2018.
- Grigat, Stephan (Hg.): AfD & FPÖ: Antisemitismus, völkischer Nationalismus und Geschlechterbilder. Interdisziplinäre Antisemitismusforschung, Bd. 7. Baden-Baden 2017.
- Hederv, Gabriella: Svensk Kultur Finns [Schwedische Kultur gibt es]. In: SD-Kuriren 116/2014.
- Heitmeyer, Wilhelm: *Autoritäre Versuchungen*. 3. Auflage. Berlin 2018.
- Hobsbawm, Eric: *Nations and Nationalism Since 1780: Programme, Myth, Reality*. 2. Auflage Cambridge 1992. <https://doi.org/10.1017/CCOL0521439612>
- Johansson, Ola: *Songs from Sweden*. Singapore 2020. <https://doi.org/10.1007/978-981-15-2736-4>
- Jylhä, Kristi M./Rydgren, Jens/Strimling, Pontus: Radical Right-Wing Voters from Right and Left: Comparing Sweden Democrat Voters Who Previously Voted for the Conservative Party or the Social Democratic Party. *Scandinavian Political Studies* 42,3–4 (2019), S. 220–244. <https://doi.org/10.1111/1467-9477.12147>
- Keil, Charles: Participatory Discrepancies and the Power of Music. In: Keil, Charles/Feld, Steven (Hg.): *Music Grooves. Essays and Dialogues*. Tucson 2005, S. 96–108.
- Kurth, Alexandra/Weidinger, Bernd: *Burschenschaften: Geschichte, Politik und Ideologie*. bpb.de, 26.9.2017. URL: <https://www.bpb.de/politik/extremismus/rechtsextremismus/256889/burschenschaften> [18.3.2021].
- Lempinen, Edward: Ian Haney López: To Combat Racism, We Need to Talk About Economic Justice. *Berkeley News*, 28.10.2020. URL: <https://news.berkeley.edu/2020/10/28/ian-haney-lopez-to-combat-racism-we-need-to-talk-about-economic-justice/> [30.11.2020].
- Lepa, Steffen: Was kann das Affordanz-Konzept für eine Methodologie der Populärkulturforschung ‚leisten‘? In: Kleiner, Marcus S./Rappe, Michael (Hg.): *Methoden der Populärkulturforschung*. Münster 2012, S. 273–298.
- Meyer, Andreas: Rostock plant Moschee nahe dem Ostseestadion. In: [www.ostsee-zeitung.de](http://www.ostsee-zeitung.de) (17.1.2019). URL: <https://www.ostsee-zeitung.de/Mecklenburg/Rostock/Rostock-plant-Moschee-nahe-des-Ostseestadions> [22.3.2021].
- Mrozek, Bodo: Rechtspopulismus: Klassenkampf von rechts. *Die Zeit*, 28.7.2019. URL: <https://www.zeit.de/kultur/2019-07/rechtspopulismus-identitaetspolitik-alexander-gauland-heimat-rechte-afd/komplettansicht> [30.11.2020].
- Mudde, Cas: *Populist Radical Right Parties in Europe*. Cambridge 2007. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511492037>
- Mudde, Cas/Kaltwasser, Cristóbal Rovira: *Populism. A Very Short Introduction*. Oxford u. a. 2017. <https://doi.org/10.1093/actrade/9780190234874.001.0001>
- Niedermayer, Oskar: Der Aufstieg der Alternative für Deutschland. In: *Revue d'Allemagne et des pays de langue allemande* 2014/46, S. 231–241. <https://doi.org/10.4000/allemande.1445>

- Polletta, Francesca/Chen, Pang Ching Bobby/Gharrity Gardner, Beth/Motes, Alice: The Sociology of Storytelling. In: Annual Review of Sociology 2011/1, S. 109–130. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-081309-150106>
- Reuband, Karl-Heinz: Musikpräferenzen und Musikpublika. In: Deutscher Musikrat/Deutsches Musikinformationszentrum (Hg.): Musikleben in Deutschland. Bonn 2019, S. 510–535.
- Roepert, Leo (Hg.): Antisemitismus als Code. Forschung – Prävention – Intervention. In: Aschkenas – Zeitschrift für Geschichte und Kultur der Juden (im Erscheinen).
- Rürup, Miriam: Ehrensache: Jüdische Studentenverbindungen an deutschen Universitäten 1886–1937. Hamburger Beiträge zur Geschichte der deutschen Juden 33. Göttingen 2008.
- Rydgren, Jens: Radical Right Populism in Sweden: Still a Failure, But for How Long? In: Scandinavian Political Studies 25,1 (2002), S. 27–56.
- Scharsach, Hans Henning: Stille Machtergreifung. Hofer, Strache und die Burschenschaften. Wien 2017.
- Schatzki, Theodore R.: The Site of the Social: A Philosophical Account of the Constitution of Social Life and Change. University Park, Pennsylvania 2002. <https://doi.org/10.1515/9780271023717>
- Sd.se. Svensk kultur [Schwedische Kultur] (3.5.2020). URL: <https://sd.se/our-politics/svensk-kultur/> [10.3.2021].
- Schiller, Melanie: The Poppification of Nationalism. Paperpräsentation, GfPM-Tagung *One Nation Under a Groove*, Mainz 1.–3.11.2019.
- Schwenck, Anna: Legitimacy in an Authoritarian Polity: Government-Sponsored Summer Camps and Youth Participation in Russia. Diss. Berlin 2018.
- Schwenck, Anna: Performances Of Closeness and the Staging of Resistance with Mainstream Music. Analyzing the Symbolism of Pandemic Skeptical Protests. In: Daniel, Antje/Schwenck, Anna/ Virchow, Fabian: The Protests of Pandemic Skeptics in Germany and Austria: Prismatic Perspectives, Sonderheft, German Politics and Society (im Erscheinen).
- Stigfur, Sophie: Ulf Kristersson (M): Kan samarbete med Sverigedemokraterna [Kann zusammenarbeiten mit den Schwedendemokraten]. In: Aftonbladet, 5.6.2020. URL: <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/4q9ndg/ulf-kristersson-m-kan-samarbete-med-sverigedemokraterna> [19.3.2021].
- Swidler, Ann: Cultural Power and Social Movements. In: Gamson, William A./Johnston, Hank/Klandermans, Bert (Hg.): Social Movements and Culture. Minneapolis 1995, S. 25–40.
- SVT.se: Väljarbarometern (16.10.2020). URL: <https://www.svt.se/special/valjarbarometern/> [13.10.2020].
- Teitelbaum, Benjamin R.: Lions of the North. Sounds of the New Nordic Radical Nationalism. Oxford 2017a. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780190212599.001.0001>
- Teitelbaum, Benjamin: Implicitly White: Right-Wing Nihilism and the Politicizing of Ethnocentrism in Multiracial Sweden. In: Scandinavian Studies 2017b/89, S. 159–178. <https://doi.org/10.5406/scanstud.89.2.0159>
- Vienna Online: Proust-Fragebogen mit Norbert Hofer: „Hart in der Sache und verbindlich im Ton“ (13.9.2019). URL: <https://www.vienna.at/proust-fragebogen-mit-norbert-hofer-hart-in-der-sache-und-verbindlich-im-ton/6348002> [8.10.2020].
- Wodak, Ruth: Vom Rand in die Mitte – „Schamlose Normalisierung“. In: Politische Vierteljahresschrift 59,2 (2018), S. 323–335. <https://doi.org/10.1007/s11615-018-0079-7>



# Pop the Heartland?

Ein kulturanalytischer Versuch zu Andreas Gabalier

*Jens Wietschorke*

Einen wie ihn hat es in der deutschsprachigen Populärmusikszene noch nicht gegeben. Der steirische „VolksRock’n’Roller“ Andreas Gabalier füllt seit Jahren die Hallen und singt vor Zehntausenden begeisterter Fans über Heimat, Liebe und das kleine Glück im Winkel. Seine Embleme sind Hirschgeweih und Lederhose; Gabalier tritt mit Ziehharmonika auf, inszeniert sich als bodenständiger Junge vom Land und lässt keine Gelegenheit aus, seine steirische Herkunft zu betonen. Gleichzeitig bietet er seinen Fans das volle Leistungspaket der großen Bühnenshow: Mittlerweile ist Gabalier vier Mal im ausverkauften Münchner Olympiastadion mit rund 70.000 Fans pro Konzert aufgetreten. Laut einem Bericht der *New York Times* wurde der Song *Hulapalu* auf YouTube bis September 2019 140 Millionen Mal aufgerufen.<sup>1</sup> Seine „One Man Show“, die Gabalier im April 2020 während der Corona-Pandemie über Facebook gab, erreichte angeblich 500.000 ZuschauerInnen.<sup>2</sup> Solche Zahlen schreibt ein Mann, der eher simplen Gitarren-Rock anbietet, der aber auch das Edelweiß und die Bergbauern besingt, die steirischen Gipfelkreuze und Backhendl. Längst ist Gabalier zur eigenen Marke aufgestiegen – ein kommerzielles Phänomen erster Klasse mit ganzen Serien von Fanartikeln und einer eigenen Bekleidungskollektion.

Für öffentlichkeitswirksame Skandale sorgt Gabalier in regelmäßigen Abständen. Unter anderem werden ihm immer wieder sexistische und homophobe Äußerungen vorgeworfen. So ist die Liste der Kritiker lang. Als das Satiremagazin *titanic* im Februar-Heft des Jahrgangs 2019 seinen Rückblick auf „100 Jahre NSDAP“ veröffentlichte, landete Andreas Gabalier neben Hitler, Göring und Goebbels, aber auch Jörg Haider und Sebastian Kurz auf dem Cover. „Alpenkitsch“ und „völkisches Gedankengut“ sieht Sebastian Gloser von den *Nürnberger Nachrichten* in den Bühnenshows Gabaliers.<sup>3</sup> Für Jens Balzer macht Gabalier „zwangsheterosexuelle Brunftmusik“,<sup>4</sup> der *SPIEGEL* sprach in einer Meldung kalauernd vom „Volks-Rock’n’-Proll“<sup>5</sup> und die bayerischen Kollegen *Wellbrüder aus’m Biermoos* finden es angeblich bestürzend, wie Gabalier es schaffe, zugleich für den Rock’n’Roll und die Volksmusik eine Beleidigung

---

1 Rogers 2019.

2 Heute.at: 500.000 bei Gabalier-Solo-Show auf Facebook.

3 Gloser 2019.

4 Balzer 2016, 212.

5 Spiegel.de: Volks-Rock’n’Proll.

darzustellen.<sup>6</sup> Wofür also steht Andreas Gabalier? Der vorliegende Beitrag zeichnet den Stand der Debatte nach und setzt sich vor allem mit der Frage auseinander, inwiefern in Gabaliers öffentlichen Auftritten ein populistisches Moment auszumachen ist, mit dem der Sänger möglicherweise zu der von Georg Seeßlen diagnostizierten „rechte[n] Hegemonie“<sup>7</sup> im Pop der Gegenwart beiträgt. Die Antwort auf diese Frage muss differenziert ausfallen und erfolgt in fünf argumentativen Schritten: Erstens werden die musikalische Signatur und die popkulturelle Pose des Sängers näher beleuchtet, zweitens geht es um seine umstrittenen Positionierungen in der politischen Öffentlichkeit. In einem dritten Schritt untersuche ich Inhalt und Funktionen des von Gabalier bedienten Heimatdiskurses, wobei Paul Taggarts Konzept des „heartland“ eine zentrale Rolle spielt. Viertens wird anhand eines konkreten Konzertbeispiels gezeigt, wie Gabalier in seiner Performance einen symbolischen Raum artikuliert, in dem sich die von (rechts-)populistischer Seite adressierten ‚schweigenden Mehrheiten‘ wiederfinden und versammeln können. Im letzten Abschnitt gehe ich schließlich auf LeserInnenzuschriften ein, die ich infolge eines Radio- und eines Presseinterviews zum Thema Gabalier erhalten habe und die hier als zusätzliche reflexive Ebene genutzt werden.

## 1. Mountain Man – Umriss eines popkulturellen Phänomens

Auf den ersten Blick wirkt es erstaunlich, dass Gabalier mit Liedern wie *Steirerland*, *Probiert mal mit Gemütlichkeit*, *Mein Großvater hat gesagt* und *Ein kleines Haus* vom Album *Mountain Man* aus dem Jahr 2015 einen solchen massiven Publikumserfolg erzielt und dabei gerade auch viele Menschen unter Dreißig erreicht. Denn im Grunde singt er Texte, wie wir sie ansonsten nur aus dem alten Musikantenstadl und aus dem Dunstkreis von Carmen Nebel, Florian Silbereisen oder Stefan Mross kennen. Gabaliers Heimat ist dort, „[...] wo am Grimming noch die fischen Sennerinnen sind/Dort wo die Sonne noch einmal auf den Gletscher scheint/Und der Urgroßvater Steirergstanzln reimt“ (*Steirerland*), und er sieht sich „auf den Spuren meiner Ahnen, als Kind von Großeltern getragen,/die mein Leben prägten, bis in alle Zeit./Wo Väter stolz auf ihre Kinder schaun und Frauen sind voll Selbstvertraun,/mein Land, meine Liebe, mein Zuhause“ (*Meine Heimat*).<sup>8</sup>

Mit seinen Texten rund um Dirndl, Holzhütten und Edelweiß scheint Gabalier im Spektrum der „volkstümlichen Musik“ angesiedelt zu sein, diesem – so das *Handbuch der populären Musik* – „seit Mitte der 1980er Jahre verbreitete[n] Bereich der populären Musik, der aus marktstrategischen [...] und sendepolitischen [...] Gründen als Gegengewicht zur jugendorientierten Rock- und Popmusik konzipiert und forciert

6 Schütz 2019.

7 Seeßlen 2018, 169.

8 Wenn nicht anders angegeben, folgen alle Zitate aus Liedtexten der umfassenden Website songtexte.com. Vereinzelte Anpassungen von Orthografie und Interpunktion wurden von mir vorgenommen.



wurde“.<sup>9</sup> In seiner musikalischen Stilistik und mit seinen Bühnenperformances positioniert sich Gabalier allerdings zwischen den genannten Genres: Seine musikalische Basis ist zweifellos der volkstümliche Schlager im fließenden Übergang zum Austro-Pop, abgemischt mit Anklängen an Rock'n'Roll; im Vordergrund steht dabei eine betont maskuline Rockabilly-Ästhetik, die ihn in einem seltsamen Paradox als konservativen Rebellen in Szene setzt: „His look – a punkish combination of rockabilly elements, such as his quiff, with Bavarian *Lederhosen*, give him the aura of a rebel.“<sup>10</sup> Sein Album *Home Sweet Home* von 2013 wiederum nahm Gabalier als Hommage an die US-amerikanische Country-Tradition im legendären Sound Kitchen Studio unweit von Nashville auf – auch aus dieser musikalischen Tradition bedient sich der Sänger immer wieder. Gleichzeitig bemüht Gabalier aber auch die Attitüde des Liedermachers nach dem Modell ‚Junger Mann mit Gitarre‘ – wie etwa bei seinem Lied *Einmal sehen wir uns wieder*, das er nach dem Selbstmord seines Vaters und seiner Schwester 2006 beziehungsweise 2008 schrieb und das ihm als besonders emotionales, persönliches Stück viele Sympathien eingebracht hat.

Das musikalische Erfolgsrezept Gabaliers beruht also auf der Rekombination durchaus heterogener Vorbilder. Er selbst nennt Hubert von Goisern, aber eben auch Tina Turner, die *Rolling Stones* und AC/DC als wichtige Einflüsse<sup>11</sup> und ist selbst ein bekennender Fan von David Hasselhoff und Peter Alexander. Stellenweise wurde seine Musik mit der von *Bon Jovi* verglichen, Karl Fluch hat im *Standard* polemisch von einem „Bauern-Bon-Jovi“ gesprochen,<sup>12</sup> und Jens Balzer wiederum charakterisiert Gabaliers Musik als eine „Mischung aus Rammstein, Luis Trenker und Heino“.<sup>13</sup> Dabei lasse sich Gabalier auch als eine „Inversion“ von Helene Fischer verstehen,

[...] denn so wie diese das traditionell eher heimat- und provinzverhaftete Genre des Schlagers erfolgreich mit der Aura internationalen Pop-Glammers versehen hat, so hat Gabalier das traditionell eher kosmopolitische Genre der Rockmusik mit den schweren Zeichen der alten Volksmusik überformt und auf diese Weise zum ebenso großen Entzücken eines breiten Publikums provinzialisiert.<sup>14</sup>

Auch die Wiener Philosophin Isolde Charim hat die Frage aufgeworfen, ob Gabaliers musikalische Arbeit eher als Provinzialisierung des Rock oder als Modernisierung der volkstümlichen Musiksparte zu verstehen ist. Sie schlägt vor, den selbsternannten „Volks-Rock'n Roller“ nicht einseitig als regressiv oder reaktionär, sondern als Vertreter einer dualen Moderne zu charakterisieren: „Da geht es eben nicht einfach um

9 Wicke/Ziegenrucker/Ziegenrucker 2007, 794.

10 Mendivil 2017, 105.

11 Rottmann 2015.

12 Fluch 2019.

13 Balzer 2019, 105–106.

14 Ebd., 106.

Tradition gegen Moderne, Stadt gegen Land, Rock gegen Heimatmusik. [...] Gabalier schreibt die Heimattümelei ins Herz der Moderne ein.<sup>15</sup>



Abb. 1: Das Cover von Andreas Gabaliers Album *Mountain Man* (2015) zeigt den Musiker als hypermaskulinen Alpin-Superheld.

Das Cover seines Albums *Mountain Man* spiegelt diesen Befund: Als Superheld mit Hyper-Muskulatur, rot-weiß-kariertem Umhang und einem rothaarigen Mädchen mit Blütenkranz und Dirndl im Arm fliegt Gabalier durch eine surreal erleuchtete, phantastische Bergwelt. Die Ästhetik der Covergrafik folgt dem von Charim formulierten Prinzip: Sie schreibt die Heimatsemantik in die spätmoderne Popkultur ein. Nun ist klar, dass die Heimattümelei hier auch bewusst übersteigert und ironisiert wird. Die Zeichen von Tradition und Herkunft sind hier so stark dosiert, dass man sie nicht mehr so einfach als Repräsentationen „kommunitaristisch“ gedachter Zugehörigkeiten lesen kann.

Ein solches Spiel mit Zeichen gehört zur Logik von Pop schlechthin dazu, was die Frage nach der politischen Haltung des populären Künstlers zumindest relativiert, wie Diedrich Diederichsen in seinem 2014 erschienen Opus magnum *Über Pop-Musik* ausgeführt hat: „Es ist konstitutiv für alle Pop-Musik, dass in keinem performativen Moment klar sein darf, ob eine Rolle oder eine reale Person spricht. Dies ist eine entscheidende Spielregel.“ Deshalb sei die Rezeption von Pop-Musik immer von einem unerfüllbaren Wunsch begleitet: „Der Pop-Rezipient wird von einer unstillbaren Neugier nach der Identität seines doch namentlich und mythologisch bekannten Gegenübers angetrieben. Was ist das für ein Typ, für eine Person, wie ist der oder die drauf, welche Haltung vertritt sie, welche Pose hat sie generiert?“<sup>16</sup> Gabalier spielt das Vexierspiel zwischen Rolle und Person auf seine ganz eigene Weise. Seine Authentizitätsbehauptungen sind so explizit, dass sie schon wieder ins Artifizielle kippen – und sein Rollenspiel vermittelt für seine Fans umgekehrt eine erstaunliche Glaubwürdigkeit. Im Folgenden kann es daher nicht nur darum gehen, inwieweit Andreas Gabalier als Person bestimmte Positionen einnimmt. Es geht vielmehr um die Frage nach der kulturellen Logik seiner Pose.

<sup>15</sup> Charim 2018.

<sup>16</sup> Diederichsen 2014, XXIV–XXV.

## 2. „Kulturgut“ versus „Genderwahnsinn“

Zunächst aber sollen einige der kontroversen öffentlichen Debatten angesprochen werden, in die Andreas Gabalier immer wieder verwickelt war. Die wahrscheinlich größten Wellen schlug Gabaliers Auftritt beim Formel 1-Rennen in Spielberg in der Steiermark im Juni 2014, als sich der „VolksRock’n’Roller“ vor 100.000 ZuschauerInnen in der Red Bull Arena und 500 Millionen vor den Fernsehgeräten demonstrativ weigerte, den 2011 gesetzlich eingeführten neuen Text der österreichischen Bundeshymne zu singen. Zur Erinnerung: Die Zeile „Heimat bist du großer Söhne“ wurde damals ersetzt durch „Heimat bist du großer Töchter und Söhne“. Gabalier sang den alten Text, beschränkte sich auf die „großen Söhne“ und geriet dafür öffentlich in die Kritik. Die österreichischen Grünen verlangten eine Klarstellung von Gabalier, und er musste sich in mehreren Talkshows dieser Kritik stellen, unter anderem in einer Sendung mit der ehemaligen ÖVP-Bundesministerin für Gesundheit und Frauen Maria Rauch-Kallat, die 2011 das Bundesgesetz zur Änderung der Hymne eingebracht hatte. Bemerkenswert ist die Argumentation, mit der sich Gabalier wiederholt verteidigte:

Wer sich mit mir und meinen Liedern schon einmal auseinandergesetzt hat, dem dürfte es nicht entgangen sein, dass ich vor Frauen den allergrößten Respekt habe. 2014 muss man diesen ganzen Genderwahnsinn nicht auch noch betonen. [...] Ich habe die Hymne so in der Schule gelernt. Ich sehe keine Veranlassung, sie anders darzubieten.<sup>17</sup>

In der genannten Fernsehdiskussion mit Rauch-Kallat wiederholte Gabalier, er habe das Gesetz „nicht willkürlich ignoriert, sondern es so gelernt. Das ist ein Stück österreichisches Kulturgut, das darf nicht verloren gehen“.<sup>18</sup> Gabalier kokettiert auch immer wieder mit ostentativ altmodischen Positionen, etwa in einem Interview mit der deutschen Frauenzeitschrift *tina*: „Bei mir gibt es keinen Sex vor der Ehe. Das läuft bei uns in Österreich noch anders.“<sup>19</sup> Der Verweis auf Herkunft – „bei uns“ – wird hier, wie so oft bei Gabalier, verschränkt mit dem Verweis auf die gute, alte Zeit – „noch“. Unabhängig vom Wahrheitsgehalt solcher Aussagen positioniert sich Gabalier mit solchen öffentlichen Gesten und Aussagen als Vertreter eines traditionalistischen „Wir“, das über tatsächlich oder angeblich geteilte Selbstverständlichkeiten artikuliert wird: „So ist das bei uns“, „so sagt man das bei uns“, „so macht man das bei uns“.

Nachdem Gabalier im Februar 2019 der Karl-Valentin-Orden der Faschingsgesellschaft *Narrhalla* verliehen worden war, kam es nochmals zu einer öffentlichen Debatte. So ließen die Erben Karl Valentins über ihren Rechtsanwalt verlautbaren: „Es ist nicht hinzunehmen, dass Gabalier mit seinem offenkundigen Spiel mit faschistischen Symbolen [...], seiner Frauenfeindlichkeit und seiner Homophobie mit dem Namen

<sup>17</sup> Zeidler 2014, 210.

<sup>18</sup> Ebd., 211.

<sup>19</sup> Ebd., 157.

Karl Valentins in Verbindung gebracht wird.“<sup>20</sup> Und auch Michael Fischer, Direktor des *Zentrums für Populäre Kultur und Musik* in Freiburg, hat sich zum Fall Gabalier geäußert und ihm eine klare rechtspopulistische Schlagseite attestiert, die sich im Gebrauch von Symbolen wie dem Eisernen Kreuz und der Rede von „Kameraden“ und „Heimatsöhnen“ ebenso äußern würde wie in klar antifeministischen Liedtexten. „Im volkstümlichen Schlager werden meist nur Berge und Wiesen besungen, Gabalier aber wird politisch“, zitieren ihn das Online-Magazin *Bento* und der *SPIEGEL*.<sup>21</sup> Auf einem frühen Plattencover Gabaliers wollte die Kritik außerdem ein angedeutetes Hakenkreuz erkennen, worauf sich unter anderem die deutsche rechtsextreme Bewegung PEGIDA positiv bezog, indem sie im Internet eine Andreas Gabalier-Kreuz-Challenge veranstaltete.<sup>22</sup>

Solchen Vorwürfen weicht Andreas Gabalier pauschal aus: „Das Thema Rechts lasse ich nicht gelten.“<sup>23</sup> Wer dem Sänger explizite politische Bekenntnisse nachweisen will, geht dementsprechend leer aus, denn, wie Jens Balzer festgehalten hat,

[...] gründen seine eigenen künstlerischen und aufmerksamkeitsökonomischen Strategien gerade im Gegenteil in der fortwährenden Verschleierung dessen, was er eigentlich meint – nicht zuletzt damit er sich jedes Mal, wenn er für eine bestimmte Meinung in die Verantwortung genommen werden soll, als unschuldiges Opfer einer übelwollenden linken Mainstream-Öffentlichkeit inszenieren kann.<sup>24</sup>

So reklamiert der Sänger für sich stets die „Unschuldsvermutung vom Land“, wie es der Journalist Karl Fluch in einer Konzertkritik auf den Punkt bringt.<sup>25</sup> Darin verbinden sich spezifische Narrative über eine soziale Herkunft ‚von unten‘ und aus der Provinz mit nationalen Erzählungen vom schönen, aber immer auch ein wenig belächelten Österreich. Dass Gabalier in der österreichischen „second city“ Graz aufgewachsen ist, wird zugunsten des ländlichen Images gerne hintangestellt. Im Zweifelsfall ist und bleibt Gabalier der einfache Steirerbub, der sagt, was er denkt und nicht immer darüber nachdenkt, was er sagt. Gerade wenn sich Gabalier bewusst politisch exponiert – wie etwa bei der Entscheidung für den alten Hymnertext in Spielberg 2014 –, kann er dies so im Nachgang als authentische Geste dessen verkaufen, der das Herz eben auf der Zunge trägt. Vermeintliche Gedankenlosigkeit wird zur popularen Spontaneität umgedeutet; der antiintellektualistische Impuls darin darf nicht unterschätzt werden. Man darf vermuten, dass in solchen Szenen weitaus mehr Kalkül steckt als Gabalier zu erkennen gibt. Auch Spielberg 2014 war, so gesehen, ein wichtiger Baustein zur Imagekonstitution.

20 Bild.de: Streit um Preis für Andreas Gabalier.

21 Röhlig 2019.

22 Derstandard.at: Pegida unterstützt Gabalier.

23 So Gabalier in einem Interview mit der Plattform *STUGGLI.TV*: Andreas Gabalier (28.10.2015).

24 Balzer 2019, 109–110.

25 Fluch 2019.

### 3. Nachrichten aus dem *heartland*. Politische Lesarten von Populärkultur

Viele Songtexte Andreas Gabaliers operieren mit zwei spezifischen Zeitebenen, wie der Politikwissenschaftler Gideon Botsch hervorgehoben hat: „eine[r] Gegenwart in der etwas ‚noch‘ vorhanden ist [...] und eine[r] Vergangenheit, in der es [...] so ‚schön‘ gewesen sei. Was es offenbar nicht gibt, ist eine Zukunft“.<sup>26</sup> In der Tat erinnern diese Texte an Epistemologien der Liebhabervolkskunde von vorgestern, die in der entfremdeten Gegenwart nach den Resten einer angeblich vormalig blühenden Volkskultur suchte. In seinem Weihnachtslied *Es ist die Zeit* (Album *A Volks-Rock'n'Roll Christmas*, 2020) dichtet Gabalier: „Es is scho sonderboar/wann i denk wie's früher war/so anfoch und so scheen/i woas des gibt's noch wo/durt und do/du wirst schon sehn.“<sup>27</sup> Das Signalwort „noch“ zeigt es an: Der Blick auf die ‚gute alte Zeit‘ ist geprägt von einer Verlustperspektive, die Gabalier möglicherweise stärker kultiviert als alle anderen MusikerInnen im gegenwärtigen Feld der volkstümlichen Musik. Das Schöne, so legt diese Perspektive nahe, ist stets im Begriff unterzugehen. Neben das „noch“ vorhandene Althergebrachte tritt das Bedrohungsszenario des „nicht mehr“ Vorhandenen, wie etwa im Lied *Das kleine Haus*, das sich um ein verlassenes Anwesen im Wald dreht. Die Rückblende zeigt eine Idylle, wie sie klischeebeladener kaum denkbar ist: Der Mühlbach rauscht, Kinder spielen vor dem Haus, im Herrgottswinkel steht eine Kerze, und in der Werkstatt sitzt ein Mann am Lindenholz und schnitzt einen Kleiderhaken. Eine so ärmliche wie glückliche kleine Welt, die aber unwiederbringlich verloren ist: „Jetzt hab'n sie das Häuschen im Wald niedergerissen,/das da gestanden hat seit ein paar hundert Jahren. [...] /Bald weiß keiner mehr, wie schön es mal dort war.“<sup>28</sup>

Diese Szenarien verweisen auf einen Komplex, den der Populismusforscher Paul Taggart mit dem sehr instruktiven Begriff des *heartland* bezeichnet hat. Taggart argumentiert, dass der hauptsächliche Bezugspunkt neuerer (rechts-)populistischer Diskurse nicht unmittelbar das „Volk“ ist, sondern vielmehr eine imaginäre Landschaft, in der die Welt „noch in Ordnung“ war. Der Diskurs über das „Volk“ ist demgegenüber als sekundär zu betrachten: „The commitment to the ‚people‘ is in fast a derivative consequence of the implicit or explicit commitment to a ‚heartland‘. The ‚people‘ are nothing more than the populace of the heartland.“<sup>29</sup> Das *heartland* selbst repräsentiert eine bessere Vergangenheit, wobei die Verlustperspektive zentral ist: „The heartland is a construction of an ideal world but unlike utopian conceptions, it is constructed retrospectively from the past – it is in essence a past-derived vision projected onto the present as that which has been lost.“<sup>30</sup> „In seiner kaum übersetzbaren Bedeutung

26 Botsch 2020, 17.

27 Zit. nach Botsch 2020, 16.

28 Zit. nach ebd., 17.

29 Taggart 2003, 6.

30 Ebd., 6–7.

von Zentrum, Kernland, Landesinneres“, kommentiert die Soziologin Karin Priester, meint *heartland*

[...] ein emotionales, eher Herz und Gefühl als Verstand und Theorie ansprechendes, immer schon vorhandenes Wissen um die ‚gute Gesellschaft‘, die, ländlich oder kleinstädtisch geprägt, in ihrem So-Sein unhinterfragbar ist. In diesem mentalen Kernland des Populismus herrschen [...] die ‚Gewohnheiten des Herzens‘.<sup>31</sup>

Dabei ist das *heartland* als gefühlte Wirklichkeit, die auch in der Erinnerung immer mit Gefühlen verknüpft ist („felt rather than reasoned“<sup>32</sup>) eine inhaltlich nie ganz festgelegte Idee, deren konstitutive Offenheit („inherent incompleteness and flexibility“<sup>33</sup>) Spielraum für konkretere Deutungen und Imaginationen lässt.

Taggart zufolge drehen sich rechtskonservative politische Agenden und Ablehnungsdiskurse<sup>34</sup> vielfach – und nicht selten unausgesprochen – um diese Vorstellung einer verlorengegangenen besseren Welt: „There is a strong implied vision of a world as it ‚was‘ in the rejection of immigration, the complications of globalisation and the encroachment of taxation, and the intrusions of the state and its agents in the form of politicians, intellectuals, bureaucrats and boffins.“<sup>35</sup> Umgekehrt dient das *heartland* als Bezugspunkt für den Widerstand gegen alles, was es bedrohen könnte. Gabaliers Texten und Sujets ist in diesem Sinne insofern ein sozialkonservativer politischer Impuls eingeschrieben, als sie das Gute, Alte, von dem sie erzählen, immer wieder als etwas Bedrohtes präsentieren. Inwiefern aber lassen sich in Gabaliers popkultureller Beschwörung des *heartland* klare politische Implikationen ausmachen?

Die Sache ist kompliziert. Kaspar Maase hat eindringlich vor reflexartigen politischen Interpretationen populärkultureller Phänomene gewarnt. Meist seien es eigene „Vermutungen“ und „Befürchtungen“, die zur Grundlage von Analysen „politischer Pop-Effekte“ gemacht würden, während die Rezeptionsebenen oft unterbelichtet bleiben – nicht zuletzt aus forschungspraktischen Gründen. „Ein Großteil der Argumentation zur politischen Dimension von PK [Populärkultur] beruht auf *Interpretationen* der kulturellen Texte – Interpretationen von Kritiker\*innen oder Forscher\*innen, nicht von Nutzern.“ Und weiter: „Gerade die scheinbare Griffigkeit des Etiketts ‚politisch‘ verengt und vereindeutigt die Zusammenhänge. In der Realität einer heterogenen, pluralistischen Gesellschaft dienen Massenkünste schwerlich der erfolgreichen Formierung im Sinne bestimmter Interessen.“<sup>36</sup> Maase erinnert unter anderem an den konstitutiv fiktionalen Charakter von populärer Kultur sowie an die vielen unter-

31 Priester 2007, 19.

32 Taggart 2003, 7.

33 Ebd., 7.

34 Vgl. zum Begriff der „Ablehnungsdiskurse“ oder „Ablehnungskulturen“ die laufenden Arbeiten des Forschungsnetzwerks *cultures of rejection* (CURE). <https://www.culturesof-rejection.net/> (13.2.2021).

35 Taggart 2003, 7.

36 Maase 2019, 201.



schiedlichen Lesarten des gleichen kulturellen Textes, wie sie Ien Ang in den 1980er Jahren am Beispiel der Fernsehserie *Dallas* aufgezeigt hat.<sup>37</sup> Wenn es also, so Maase,

[...] um den Hauptstrom der Rezeption von PK [Populärkultur] zwecks Unterhaltung geht, dann führt die Frage nach politischen Effekten selten über unauflösbare Mehrdeutigkeiten und Spekulationen hinaus. Man ist geneigt, die Metapher vom Pudding zu benutzen, der sich nun einmal nicht an die Wand nageln lässt.<sup>38</sup>

Maases substanzielle Kritik trifft auch den vorliegenden kulturanalytischen Versuch, bei dem es ja durchaus um die Frage nach politischen Effekten geht. Denn zugegebenermaßen wurde für diese kleine Studie keine Rezeptionsforschung betrieben.<sup>39</sup> Und wie von Maase betont, ist es kaum zulässig, von den Songtexten Andreas Gabaliers auf eine politische Agenda des Sängers oder auf eine politische Wirkung im Kreis der RezipientInnen zu schließen, denen man einen ironischen, flexiblen und reflektierten Umgang mit dem merkwürdigen Hybriderzeugnis des „VolksRock’n’Roll“ prinzipiell zugestehen muss. Ist also auch die politische Dimension der Musik von Andreas Gabalier ein Pudding, der sich nicht an die Wand nageln lässt? Maase zitiert Simon Frith mit dessen Bemerkung, „Popmusik an sich ist weder revolutionär noch reaktionär. Sie ist eine Quelle starker Gefühle“.<sup>40</sup> Um der politischen Resonanz von Popmusik auf die Spur zu kommen, ist also die Untersuchung der emotionalen Praktiken, die mit ihr verknüpft sind, aussichtsreicher als die bloße Lektüre des kulturellen Textes. Sie trägt der Tatsache Rechnung, „dass die Gemeinschaftsbildungs- und Mobilisierungskraft der Popmusik dort entsteht, wo die Gefühle regieren, die in erster Linie durch den Sound erzeugt werden“.<sup>41</sup> Im folgenden Abschnitt möchte ich eine solche Untersuchungsperspektive andeuten und an einem konkreten Beispiel durchspielen. Dabei kommt die emotionale Dynamik des Live-Auftritts im Stadion ebenso in den Blick wie die konkrete Artikulation des Publikums vor Ort durch Ansprache und Performance.

#### 4. „A Meinung haben“. Der Populismus der *silent majority*

Im Verlauf von Andreas Gabaliers Konzert am 30. Juli 2016 im ausverkauften Münchner Olympiastadion kam es zu einer bemerkenswerten Szene, die auf einem You-

37 Vgl. ebd., 202–203.

38 Ebd., 242.

39 Im Nachgang zur Tagung „Pop the Nation“ hatte ich einen Besuch des großen Andreas Gabalier-Fan-Festivals im August auf dem Flughafengelände in München-Riem geplant; das Ticket war bereits gekauft. Im Rahmen einer kleinen Feldforschung wollte ich die Show miterleben, Beobachtungen zu Gabaliers Publikum anstellen und einige Gespräche führen. Aufgrund der COVID-19-Pandemie wurde das Festival schließlich abgesagt.

40 Zit. nach Maase 2019, 209.

41 Siegfried 2014, 34.



Tube-Mitschnitt festgehalten ist.<sup>42</sup> Gabalier sitzt mit seiner Gitarre da, breitbeinig, in eng anliegender kurzer Lederhose, mit gepolsterter Weste und rot-weiß karierten Tüchern, fest um den linken Ober- und den rechten Unterarm gebunden. Es ist eine Männlichkeitspose: Die für die Rockabilly-Szene typische „geschlechterbetonende Inszenierung über ästhetische Körperarbeit“<sup>43</sup> wird hier mit einem folkloristischen Akzent wiederholt. Bevor nun der Sänger sein Lied *A Meinung habn* intoniert, wendet er sich mit einer kleinen Ansprache an sein Publikum:

[...] Wenn man in der Öffentlichkeit steht, dann wird einem gesagt, wie man sich zu verhalten hat, dann gibts ein paar Spielregeln, um dort und da dabei zu sein. Und viele davon lassen sich auch weichspülen. Viele Herrschaften der Öffentlichkeit, die spielen auch mit. Vor euch, da sitzt ein gestandener junger Mann aus der Steiermark [Applaus], der halt ab und zu seine Meinung vertreten muss. Und es ist traurig genug, dass man sich überhaupt Gedanken machen muss, ob man an Tagen wie diesen noch auf Konzerte geht, ob man noch außer Haus geht, ob man irgendwo irgendwie noch in die Öffentlichkeit geht [Applaus]. Das ist ziemlich bitter, weil wir eigentlich eine sehr sehr fröhliche und gesellige Kultur sind – wir Österreicher genauso wie ihr Deutschen, und und - - - was soll ich jetzt sagen - - - Alles, was ich mir denk, das sag ich einfach lieber nicht, weil ich auf euch aufpassen muss. Aber eines kann ich nur sagen: Es freut mich so gewaltig, dass ihr heute da seids, und es freut mich, dass ihr auch einen jungen Steirerbuben aus Österreich so nehmts, wie er ist, der ab und zu auch einmal sagt, was er sich denkt [Applaus]. Weils immer noch schöner ist, trotz aller dieser Sorgen, die das Land momentan mit sich bringt, hier bei euch da in Germany und auch wir bei uns zu Hause in Österreich. Es ist eine große Herausforderung, der wir uns momentan stellen müssen, und - - - - - [großes Raunen im Publikum] Na, mehr sag ich net [Applaus]. Ich sag einfach nur Dankeschön, dass ihr da seids. Ich hab auf euch zum Aufpassen. Es ist immer noch schöner, mit Ecken und Kanten durchs Leben zu gehen als ohne eine eigene Meinung! [Applaus].<sup>44</sup>

Jemanden so nehmen, wie er ist, sagen, was man sich denkt: Solche Formulierungen feiern das Bodenständige und appellieren an den ‚gesunden Menschenverstand‘ derer, die mit den angeblichen „Spielregeln“ der öffentlich auftretenden Meinungseliten nicht sonderlich viel anfangen können. Die „große Herausforderung“, von der die Rede ist, situiert die Ansprache zugleich konkret im Rahmen der Flüchtlingsdebatte der Jahre 2015/16. Insofern sich seine Rede von einem „Ich“ an ein „Ihr“ wendet, konstituiert Gabalier ein „Wir“, das in seiner Sprechposition der *silent majority* populistischer Diskurse entspricht: „Was ich mir denk, das sag ich einfach lieber nicht, weil ich auf euch aufpassen muss.“ Mit dieser paternalistischen Geste erklärt Gabalier sein Publikum geradezu zur schweigenden Mehrheit derer, die ihre Meinung (noch) nicht äußern (können), weil sie (noch) nicht gegen die Spielregeln der Öffentlichkeit ver-

42 Auf YouTube findet sich ein Mitschnitt dieser Szene. Berger, Ralph: Gabalier sagt wie es ist.

43 Wustmann/Kirchner/Meuser 2019, 32.

44 Eigenes Transkript des YouTube-Mitschnitts (siehe Anm. 42).

stoßen wollen. Er selbst inszeniert sich als Repräsentant seines Publikums, indem er ihm seinen persönlichen Schutz verspricht: „Ich hab auf euch zum Aufpassen.“ Damit unterbreitet er der zur schweigenden Mehrheit umfunktionierten Menge im Stadion ein starkes Identifikationsangebot mit konspirativen Untertönen: Ich bin einer von euch, ich passe auf euch auf, wir müssen uns aber vorsehen.

Im Anschluss an seine kleine Zwischenrede bringt Gabalier seine Gitarre in Position und intoniert sein Lied *A Meinung haben*. Niels Penke hat diesen Song einer eingehenden Analyse unterzogen und aufgezeigt, dass die selbstreferentielle Struktur des Textes eine genuin populistische Logik in Gang setzt.<sup>45</sup> „Wos is des bloß,/Wo kummt des her?/Neue Zeit, neues Land,/Wo führt des hin?/Wie kann des sein,/Dass a poar Leut/Glauben zu wissen,/Wos a Land so wü?/Is des der Sinn einer Demokratie?/Dass ana wos sogt und die andern san stü?“ Der offene Bezug zu den Prinzipien der Demokratie, die Gegenüberstellung von Elite („a poar Leut“) und Mehrheit („a Land“) spannt den Referenzrahmen auf, in dem der folgende Refrain zu verstehen ist: „A Meinung ham, dahinter stehn,/Den Weg vom Anfang zu Ende gehen,/Wenns sei muaß, ganz allan/Do oben stehn.“ Ohne zu sagen, worum es ihm inhaltlich gehen könnte, ohne sich in irgendeiner Weise festzulegen, posiert Gabalier hier als Streiter für Meinungsfreiheit und eine diffuse Zivilcourage, die sich – wie die einleitende Ansprache ebenso deutlich macht wie das Lied selbst – gegen ‚die da oben‘ wendet. Damit nimmt er sein Publikum in ein heimliches Einverständnis mit hinein, das im Kontext des Sommers 2016 klar gegen die „Willkommenskultur“ und die Geflüchtetenpolitik der Regierung Merkel gerichtet ist. Wenn Gabalier schließlich noch andeutet, dass sich die schweigende Mehrheit einmal in eine Mehrheit verwandeln könnte, die „aufsteht“, dann bedient er vollends das populistische Pathos des potentiell widerstandsbereiten „Wir“. So heißt es weiter: „Doch irgendwann kummt dann der Punkt,/Wo’s am reicht, dann wird’s z’vü./Dann schauns di an/Mit ganz großen Augen/Wenn ana aufsteht und sagt was er si denkt.“

Musik und Gestik unterstreichen diese Botschaft: Die viermal wiederholte melodische Kurzformel des Refrains hat etwas Suggestives; Gabalier trägt das Lied mit einem mimischen Ausdruck vor, der Ernsthaftigkeit und Entschlossenheit vermittelt. „Wenns sein muss, ganz allein da oben stehn“ – mit dieser Geste inszeniert sich Gabalier als Rebell und „Querdenker“ *avant la lettre*. Hier – so scheint es – spricht ein Außenseiter, ein *outlaw*, der sich aber nicht kleinkriegen lässt, der auf seinem Standpunkt beharrt, und der zugleich eine offensichtlich gewaltige AnhängerInnenschaft hat. Gabaliers Biograf Thomas Zeidler hat im Hinblick auf die Spielberg-Affäre 2014 darauf verwiesen, wie der Sänger sich durch seine Äußerungen in der Hymnen-Debatte als „Stimme des Volkes“ positioniert hat.<sup>46</sup> Der neue Text der österreichischen Nationalhymne sei 2011 schließlich vom Parlament verabschiedet worden; das Volk sei darüber nicht befragt worden. „Das Gros der Menschen“, so Gabalier damals, „will

45 Penke 2020, 348–353.

46 Zeidler, 212.

diese Hymne nicht, vielleicht soll man darüber doch einmal abstimmen lassen“.<sup>47</sup> Und auch der damalige FPÖ-Chef Heinz-Christian Strache nahm Bezug auf Gabaliers Position und brachte das „Volk“ ins Spiel: „Respekt vor Gabalier und seinem sympathischen Auftritt. Die neue Hymne wird klar abgelehnt. Das Volk lässt sich eben nicht jeden künstlichen Unsinn aufzwingen.“<sup>48</sup> Strache argumentiert hier ganz im Sinne des auch von Gabalier bedienten *heartland*-Diskurses: eine Parlamentsentscheidung erscheint hier als „künstlicher Unsinn“, während die vermeintliche „Volksmeinung“ als natürlich, normal und echt imaginiert wird.

Die referierte Szene aus dem Münchner Olympiastadion folgt einer ähnlichen Logik. Gabalier verteilt die Sprechpositionen: Dort die Wenigen, die das Sagen haben, hier die Vielen, die schweigen. Und dann ist da noch der eine, der „ganz allein da oben“ steht und die unerwünschten Wahrheiten ausspricht. Der Politikwissenschaftler Sebastian Reinfeldt hat in seiner Studie zur populistischen Rhetorik der FPÖ ein Viereck der Positionen und Positionierungen skizziert, das nahezu allen populistischen Diskursen in dieser oder ähnlicher Weise zugrundeliege: Demnach sind die Abgrenzungen zwischen „Wir (fleißige, tüchtige Österreicher)“, „Die-da (die Politiker)“ und „Nicht-die-da (die anderen Österreicher)“, „Nicht-Wir (andere Österreicher)“ für diese Diskurse konstitutiv. Das „Wir“ wendet sich gegen „Die-da“ und wirbt damit um „Nicht-die-da“ als die schweigende Mehrheit der Bevölkerung. Diese drei Positionen produzieren eine ausgeschlossene Position, nämlich die der „Nicht-Wir (Fremde, Ausländer)“.<sup>49</sup> Zwar bleibt diese Position bei Gabalier unbesetzt. Keine offene Xenophobie, kein offener Rassismus ist zu verzeichnen. Durch die klare Adressierung der anderen drei Positionen, wie sie in der Münchner Szene des Jahres 2016 und im Lied *A Meinung haben* greifbar wird, lässt Gabalier die vierte Position – das „Nicht-Wir“ – aber als eine Leerstelle offen. Sie ist vom Publikum implizit mitzudenken. Das „Alles, was ich mir denk, das sag ich einfach lieber nicht“ ist in diesem Sinne ausgesprochen beredt.

Um auf Kaspar Maases kritische Bemerkungen zur politischen Interpretation von Populärkultur zurückzukommen: Weder auf der inhaltlichen Ebene der Texte, noch in der musikalischen Faktur der Gabalier-Produktionen lässt sich eine manifeste „rechtspopulistische“ Tendenz feststellen. Aber „bei entsprechenden Voraussetzungen und Konstellationen im Publikum können Massenkunst-Texte – vermittelt über begleitende Kommunikation! – zum relevanten politischen Faktor werden“.<sup>50</sup> Im vorstehenden Beispiel handelt es sich um eine solche „begleitende Kommunikation“. Im Zusammenspiel mit seinen öffentlichen Äußerungen wird Gabalier zum „Empörungsgenerator“,<sup>51</sup> wie Peter Temel formuliert hat. Seine Pose ist die eines Rebellen gegen den linksliberalen Zeitgeist, dessen Meinung – was immer sie auch sei – allein

---

47 Ebd.

48 Zit. ebd., 211.

49 Reinfeldt 2000.

50 Maase 2019, 212.

51 Temel 2019.

deswegen ernst genommen werden muss, weil er ein Multiplikator ist: Mittels seines Publikums verleiht er seinen Aussagen Resonanz, umgekehrt eröffnet er seinem Publikum Resonanzräume, in denen sie sich als Teil eines fröhlich-rebellischen Kollektivs begreifen können. Diese Resonanzräume sind emotional aufgeladen: Christoph Bareither hat im Anschluss an Barbara Rosenwein und Monique Scheer von „vergemeinschaftenden Emotionspraktiken“ gesprochen, über die sich – gerade in einem ausverkauften Stadion, das über 70.000 ZuschauerInnen fasst – „Wir-Gefühle“ herstellen.<sup>52</sup> Somit stellt Gabalier nicht nur einen symbolischen Raum bereit, in dem sich das „Volk“ im Sinne des *heartland* potentiell versammeln kann, sondern er füllt diesen Raum zugleich ganz konkret mit vergemeinschaftenden Gefühlsangeboten. Die Übergänge zu politischen Emotionen sind hier durchaus fließend.

## 5. „Muss ich dafür studiert haben um so einen Blödsinn zu verzapfen?“

Dieser Text basiert auf einem Vortrag, den ich am 20. Februar 2020 auf der Tagung *Pop the Nation* in München gehalten habe. Bereits zwei Tage zuvor, am 18. Februar, erreichte mich eine Anfrage aus der Redaktion von *Deutschlandradio Kultur*, ob ich zu einem kurzen Live-Interview für die Musiksendung *Tonart* bereit sei. Es gab also ein mediales Interesse an unserem Tagungsthema; auch Marketa Spiritova als (Co-) Organisatorin der Veranstaltung war zuvor von *Deutschlandradio Kultur* interviewt worden.<sup>53</sup> Und insbesondere Andreas Gabalier schien eine Kontroverse zu versprechen. Ich sagte zu, und nachdem das Interview am 19. Februar gesendet wurde,<sup>54</sup> kam auch gleich die nächste Anfrage – ein Redakteur der *Augsburger Allgemeinen* (AZ), der sich bereits verschiedentlich mit Gabalier auseinandergesetzt und von seinen Live-Konzerten berichtet hatte, plante ein längeres Zeitungsinterview mit mir, das schließlich am 6. März 2020 publiziert wurde.<sup>55</sup> In der Folge erhielt ich eine Reihe von Leserzuschriften, die hier abschließend thematisiert werden sollen – nicht etwa, weil die Interviewtexte selbst besonders brisant oder erwähnenswert wären, sondern weil sich der Tenor der Zuschriften bestens eignet, um die komplexe Artikulation der *silent majority* nachzuvollziehen, die Gegenstand dieses kulturalistischen Versuchs ist. Es geht mir im Folgenden keineswegs darum, die KritikerInnen meiner Äußerungen vorzuführen, sondern vielmehr darum, die Kritik selbst in die Analyse einzubeziehen. Sie ist sehr aufschlussreich, wenn es um die Interpretation des popukulturellen Phänomens Andreas Gabalier geht, denn sie macht deutlich, dass die Debatte um den angeblichen Rechtspopulismus des Sängers strukturell die Logik seiner populistischen Performance spiegelt.

52 Bareither 2019, 37–50.

53 Deutschlandfunkkultur.de: Nationalismus als Mainstream.

54 Deutschlandfunkkultur.de: „Andreas Gabalier öffnet eine Resonanzkammer für rechte Ideen.“

55 Schütz 2020.

Zunächst sind einige Grundmotive der Texte festzuhalten: Erstens war unter den insgesamt zwölf LeserInnenzuschriften, die mich entweder direkt (in einem Fall) oder über den Redakteur der *Augsburger Allgemeinen* (in elf Fällen) erreicht haben, keine einzige zustimmende Rückmeldung.<sup>56</sup> In allen Fällen meldeten sich empörte LeserInnen, die das Zeitungsinterview als ungebührlichen Angriff auf einen zu Recht populären Unterhaltungsmusiker empfanden, etwa als „üble Nachrede und Ausgrenzung“. Zweitens enthielt kein einziger Beitrag irgendein Bekenntnis zu rechtsorientierten politischen Positionen, fast durchgehend herrscht in den Texten ein Ton der Distanzierung vor. Auch von Gabalier als Sänger distanzieren sich einige LeserbriefschreiberInnen. Die in einer Zuschrift geäußerte Formel „Ich bin ja nicht einmal ein Gabalier Fan, aber [...]“ hat in dieser Hinsicht exemplarischen Charakter. Und drittens artikuliert sich in den LeserInnenzuschriften unverkennbar eine tiefsitzende Skepsis gegenüber der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Thema. Dass Gabalier da von „einem gewissen Dr. Jens Wietschorke“ verunglimpft wird, erscheint schlicht als „unerträglich“ und „unfassbar“ oder „einfach nur lachhaft“. „Perfide“ und „echter Meinungsjournalismus“ sei es, was da „unter dem Deckmantel einer ‚Wissenschaftlichkeit‘“ vorgetragen werde. Ein anderer Leser oder eine andere Leserin fragt sich angesichts dessen, was „ein Herr PD Dr. Jens Witschorke [sic]“ zu Gabalier zu sagen hat: „[M]uss ich dafür studiert haben um so einen Blödsinn zu verzapfen?“

Einige LeserInnen deuten Konsequenzen an: Andreas Gabalier wird nahegelegt, „Strafanzeige wegen Rufschädigung“ zu erstatten, zudem wird mit der Kündigung des AZ-Abonnements gedroht. Die AZ sei, so ein weiterer LeserInnenbrief, ein „linkspopulistisches Hetzblatt [...], das vom Verfassungsschutz beobachtet werden sollte“. Für eine konjunkturanalytisch interessierte Populärkulturforschung wird es dann dort besonders interessant, wo die Konturen einer Auseinandersetzung sichtbar werden, die in den letzten Jahren im wissenschaftlichen wie im öffentlichen Diskurs unter verschiedenen Überschriften verhandelt wurde: Liberale gegen Konservative, Kosmopoliten gegen Kommunitaristen, *anywheres* gegen *somewheres*. Diese dichotomen Deutungsmuster, die man unter dem Stichwort des *cultural cleavage*, der kulturellen Klassenspaltung, zusammenfassen könnte, folgen in wesentlichen Punkten der rechtspopulistischen Diagnose, dass die spätmodernen westlichen Gesellschaften der Gegenwart in zwei unversöhnliche Lager zerfallen seien.<sup>57</sup> Dabei leide die schweigende Mehrheit unter der angeblich von den Liberalen etablierten „Meinungsdiktatur“ der *political correctness*. Antirassismus, *gender mainstreaming*, *diversity* und andere Theorie- und Praxisstränge des linksliberalen Diskurses werden als hegemoniale Denk- und Sprechverbote aufgefasst. Auf diesen Komplex spielt Andreas Gabalier immer wieder implizit und explizit an, wenn er gegen „Genderwahnsinn“ antritt oder

56 Die folgenden Zitate stammen aus der direkt an mich gerichteten E-Mail sowie aus einem Konvolut von Zuschriften, das mir Wolfgang Schütz von der *Augsburger Allgemeinen* am 10. März 2020 per E-Mail übersandt hat. Auf einen Abgleich mit den tatsächlich veröffentlichten LeserInnenbriefen verzichte ich an dieser Stelle.

57 Vgl. dazu Wietschorke 2020, 21–35.

von den „Herrschaften der Öffentlichkeit“ spricht, die sich „weichspülen lassen“ oder „mitspielen“. So schlug mir denn auch aus den LeserInnenzuschriften der Vorwurf entgegen, zu dieser anderen Seite zu gehören: „Offenbar vertreten Sie auch den urbanen Lebensstil der ‚Anywheres‘, die mit einem fast schon totalitär zu nennenden Impetus die eigenen ideologischen Vorstellungen durchzusetzen versuchen.“

Kritischer Journalismus und der liberale akademische Diskurs als totalitäres Meinungsregime: In gewisser Weise bestätigen gerade diese Reaktionen, dass es bei Gabalier implizit um politische Fragen geht: Das von Reinfeldt vorgeschlagene „populistische Viereck“ steht immer im Raum. Nach der Logik dieses Vierecks wurde auch ich der Kategorie „Die-da“ zugeschlagen, in der sich „verschrobene linksdiffuse Betonköpfe aus diversen Feuilletons und auch Universitäten“ versammeln, die gut kosmopolitisch für die Rechte des „Nicht-Wir“ eintreten und dabei alle Artikulationen des „Wir“ als Gefahr für den linksliberalen *common sense* abqualifizieren. Denn „Heimat und Tradition, das ist für globalisierende Kulturwissenschaftler natürlich nur Pfui“. Man dürfe „Meinungen und Vorlieben nicht frei äußern“, eine Leserin oder ein Leser hatte angesichts dessen sogar „persönlich das Gefühl, [sich] von einer Demokratie immer weiter zu entfernen“. Damit spiegeln die LeserInnenzuschriften – in Reaktion auf meine kritische Besprechung Gabaliers in Presse und Rundfunk – genau die von Gabalier selbst in einigen Texten und Äußerungen in Umlauf gebrachte Deutung der Gegenwartsgesellschaft als einer kulturell gespaltenen Gesellschaft. Diese Deutung gehört damit nicht nur zur Performance an sich, sondern auch zum Rezeptionsmodus mit dazu. Sie ist in einem umfassenden Sinn Teil des Phänomens Andreas Gabalier.

Wie also ist es um die Möglichkeiten einer politischen Interpretation dieses Phänomens bestellt? Man macht es sich zu einfach, wenn man Gabalier wegen seiner Heimattümelei, des eventuell angedeuteten Hakenkreuzes auf einem Plattencover oder seiner antifeministischen und homophoben Äußerungen pauschal ein „völkisches Gedankengut“ diagnostiziert und ihn – wie einige LeserbriefschreiberInnen es formuliert haben – „in die rechte Ecke stellt“. Andreas Gabalier ist selbstverständlich kein Exponent der *Neuen Rechten*. Und generell ist die Popmusik der Gegenwart – trotz der Existenz von Bands wie *Frei.Wild* oder Künstlern wie *Fler* – keine Arena, in der sich ein explizit politischer Rechtspopulismus unmittelbar formieren würde. Allerdings kommt es in diesem Fall nicht auf die Heimatsemantiken, nicht auf die manifesten Botschaften, sondern auf die Zwischentöne an, auf die kulturelle Pose, die „begleitende Kommunikation“ und die vergemeinschaftenden emotionalen Praktiken. Auf dieser Ebene gehen von Gabalier irritierende Signale aus. Seine Performance artikuliert einen Raum, in dem das *heartland* noch intakt ist, einen Raum der *silent majority*, in dem sich die Unverstandenen, die Zensierten, die „normalen Leute“ jenseits der angeblichen linksliberalen Meinungshegemonie potentiell als ein „Wir“ versammeln können. Und eben damit folgt das populärkulturelle Produkt Gabalier einer (rechts-)populistischen Logik. Wenn der Sänger angesichts seines Massenpublikums im Jahr 2019 schließlich auch noch davon spricht, dass das, was mit seinem Bühnendebüt zehn Jahre zuvor im Kleinen begonnen habe, mittlerweile zu einer riesigen „Be-



wegung“ angewachsen sei,<sup>58</sup> dann ist der Rahmen eines harmlosen „VolksRock’n’Roll“ vielleicht doch signifikant überschritten.

## Literatur

- Balzer, Jens: Pop. Ein Panorama der Gegenwart. Berlin 2016.
- Balzer, Jens: Pop und Populismus. Über Verantwortung in der Musik. Hamburg 2019.
- Bareither, Christoph: Wir-Gefühle: Vergemeinschaftende Emotionspraktiken in Populärkulturen. In: POP. Bricolage. Innsbrucker Zeitschrift für Europäische Ethnologie 10 (2019), S. 37–50.
- Berger, Ralph: Gabalier sagt wie es ist (3.8.2016). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vZeSmp9oRyo> [20.2.2020].
- Bild.de: Streit um Preis für Andreas Gabalier (29.1.2019). URL: <https://www.bild.de/unterhaltung/leute/leute/andreas-gabalier-harsche-kritik-an-ehrung-mit-valentin-orden-59823354.bild.html> [13.2.2021].
- Botsch, Gideon: „Wann I’ denk wie’s früher war.“ Nationalismus in der postnationalen Konstellation. In: Appen von, Ralf/Hindrichs, Thorsten (Hg.): One Nation under a Groove. „Nation“ als Kategorie populärer Musik. Bielefeld 2020, S. 15–29. <https://doi.org/10.1515/9783839455814-002>
- Charim, Isolde: Die Heimholung des Rock’n’Rolls (11.7.2014). URL: [https://www.wienerzeitung.at/meinung/gastkommentare/644540\\_Die-Heimholung-des-RocknRolls.html](https://www.wienerzeitung.at/meinung/gastkommentare/644540_Die-Heimholung-des-RocknRolls.html) [13.2.2021].
- Cultures of Rejection. URL: <http://www.culturesofrejection.net> [13.2.2021].
- Derstandard.at: Pegida unterstützt Gabalier mit „Gabalier-Kreuz-Challenge“ (5.2.2019). URL: <https://www.derstandard.at/story/2000097557316/pegida-unterstuetzt-gabalier-mit-gabalier-kreuz-challenge> [13.2.2021].
- Deutschlandfunkkultur.de: Nationalismus als Mainstream. Marketa Spiritova im Gespräch mit Gesa Ufer (19.2.2020). URL: [https://www.deutschlandfunkkultur.de/tagung-pop-the-nation-nationalismus-als-mainstream.2156.de.html?dram:article\\_id=470629](https://www.deutschlandfunkkultur.de/tagung-pop-the-nation-nationalismus-als-mainstream.2156.de.html?dram:article_id=470629) [13.2.2021].
- Deutschlandfunkkultur.de: „Andreas Gabalier öffnet eine Resonanzkammer für rechte Ideen“. Jens Wietschorke im Gespräch mit Andreas Müller (19.2.2020). URL: [https://www.deutschlandfunkkultur.de/forscher-ueber-den-musiker-andreas-gabalier-oeffnet-eine.2177.de.html?dram:article\\_id=470667](https://www.deutschlandfunkkultur.de/forscher-ueber-den-musiker-andreas-gabalier-oeffnet-eine.2177.de.html?dram:article_id=470667).
- Diederichsen, Diedrich: Über Pop-Musik. Köln 2014. [https://doi.org/10.30965/9783846757673\\_010](https://doi.org/10.30965/9783846757673_010)
- Fluch, Karl: Andreas Gabalier: Der Feldherr des Normalen (1.9.2019). URL: <https://www.derstandard.de/story/2000108093770/andreas-gabalier-der-feldherr-des-normalen> [13.2.2021].
- Gloser, Sebastian: Kommentar: Gabalier als Brückenbauer zur Neuen Rechten (15.7.2019). URL: <https://www.nordbayern.de/kommentar-gabalier-als-bruckenbauer-zur-neuen-rechten-1.9107190> [13.2.2021].
- Heute.at: 500.000 bei Gabalier-Solo-Show auf Facebook (14.4.2020). URL: <https://www.heute.at/s/gabalier-vielleicht-ist-das-eine-ermahnung-von-oben--53906497> [13.2.2021].

58 So im August 2019 im Wiener Ernst-Happel-Stadion. Vgl. Fluch 2019.



- Maase, Kaspar: Populärkulturforschung. Eine Einführung. Bielefeld 2019. <https://doi.org/10.1515/9783839445983>
- Mendivil, Julio: Rocking Granny's living room? The new voices of German schlager. In: Ahlers, Michael/Jacke, Christoph (Hg.): Perspectives on German Popular Music. Abingdon 2017, S. 100–107.
- Penke, Nils: Populistischer Pop. Zum Beispiel Andreas Gabalier. In: Koch, Lars/König, Torsten (Hg.): Zwischen Feindsetzung und Selbstviktimsierung. Gefühlspolitik und Ästhetik politischer Kommunikation. Frankfurt am Main 2020, S. 331–360.
- Priester, Karin: Populismus. Historische und aktuelle Erscheinungsformen. Frankfurt am Main 2007.
- Reinfeldt, Sebastian: Nicht-wir und Die-da. Studien zum rechten Populismus. Wien 2000.
- Röhlig, Marc: Was ein Experte für Nazi-Liedgut zu Andreas Gabaliers Texten sagt (8.2.2019). URL: <https://www.spiegel.de/panorama/ist-andreas-gabalier-rechts-experte-fuer-nazi-liedgut-analysiert-seine-texte-a-7c6cbf73-b4f2-4505-95d3-78160bd56e53> [13.2.2021].
- Rogers, Thomas: Rocking Out in Lederhosen, With a Hint of Populism (10.9.2019). URL: <https://www.nytimes.com/2019/09/10/arts/andreas-gabalier.html> [13.2.2021].
- Rottmann, Kerstin: „Ich bin keine Helene Fischer in Lederhose“ (10.6.2015). URL: <https://www.welt.de/vermischtes/article142247730/Ich-bin-keine-Helene-Fischer-in-Lederhose.html> [13.2.2021].
- Schütz, Wolfgang: Jetzt will Gabalier „deutsche Eventgeschichte schreiben“ (4.11.2019). URL: <https://www.augsburger-allgemeine.de/kultur/Jetzt-will-Andreas-Gabalier-deutsche-Eventgeschichte-schreiben-id55882586.html> [13.2.2021].
- Schütz, Wolfgang: „Gerade in Gabaliers vermeintlicher Harmlosigkeit steckt eine Gefahr.“ Interview mit Jens Wietschorke. In: Augsburger Allgemeine, 6. März 2020, S. 14.
- Seeßlen, Georg: Is This the End? Pop zwischen Befreiung und Unterdrückung. Berlin 2018.
- Siegfried, Detlef: Pop und Politik. In: Geisthövel, Alexa/Mrozek, Bodo (Hg.): Popgeschichte. Band 1: Konzepte und Methoden. Bielefeld 2014, S. 33–56. <https://doi.org/10.1515/transcript.9783839425282.33>
- songtexte.com: Andreas Gabalier Songtexte. URL: <https://www.songtexte.com/artist/andreas-gabalier-63d45663.html> [13.2.2021].
- Spiegel.de: Volks-Rock'n'Proll (16.12.2018). URL: <https://www.spiegel.de/kultur/musik/andreas-gabalier-aetzt-in-der-wiener-stadthalle-gegen-oesterreichische-medien-a-1243989.html> [13.02.2021].
- STUGGI.TV: Andreas Gabalier: „Das Thema Rechts lasse ich nicht gelten“ (28.10.2015). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=n851guh6QiE> [13.2.2021].
- Taggart, Paul: The Populist Turn in the Politics of the New Europe, University of Sussex, Brighton 2003. Presentation Paper. URL: <http://aei.pitt.edu/2962/1/165.pdf> [13.2.2021].
- Temel, Peter: Wie der Empörungsgenerator Gabalier funktioniert (31.1.2019). URL: <https://kurier.at/kultur/wie-der-empoeerungsgenerator-andreas-gabalier-funktioniert-eine-rueckschau/400393529> [25.1.2021].
- Wicke, Peter/Ziegenrucker, Kai-Erick/Ziegenrucker, Wieland: Handbuch der populären Musik. Geschichte, Stile, Praxis, Industrie. Mainz 2007, S. 794.
- Wietschorke, Jens: Kulturelle Spaltung als Narrativ. Zur Politik und Poetik des Cultural Cleavage. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 116,1 (2020), S. 21–35
- Wustmann, Julia/Kirchner, Babette/Meuser, Michael: Von Theatral bis Retro – Inszenierung von Männlichkeit(en) in den Szenen Visual Kei und Rockabilly. In: Fleischer, Laura Patri-

zia/Heesch, Florian (Hg.): „Sounds like a real man to me“ – Populäre Kultur, Musik und Männlichkeit. Wiesbaden 2019, S. 21–38. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-22307-6\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-658-22307-6_2)  
Zeidler, Thomas: Andreas Gabalier. Aus dem Leben des VolksRock'n'Rollers. 3. Auflage. München 2018.

## Abbildungen

Abb. 1: Andreas Gabalier: „Mountain Man“. Electrola, Stall-Records (UMG) 2015.

# „Inzwischen bin ich kosmopolitischer“

Bezugnahmen in der Living History zwischen persönlicher Biografie und Transnationalität

Stefanie Samida & Miriam Sénécheau

Jaja, klar, es fing alles an als: ‚Wir sind Alamannen‘. Inzwischen bin ich kosmopolitischer. Weil die Welt damals kosmopolitischer ist und war. [...] Also wir hatten eben Auftritte in Bulgarien und dann ist Alamannia ja zu klein, um das zu fassen – dann ist das plötzlich Imperium. Und Auftritte in England und dann wird man plötzlich Förderat und ist nicht mehr nur der Stammesbauer. Und so vermischt man dann immer ein bisschen das, was einem wirklich geschieht [...] mit der Rolle.<sup>1</sup>

Diese Schilderung stammt von einem Living Historian. Er beschrieb in einem Interview im Sommer 2013 ausführlich, wie er zur Living History kam beziehungsweise wie alles begann.

Living History und historische Reenactments gehören seit einigen Jahren zu den prominentesten Ausprägungen einer multisensorischen und spielerischen Aneignung von Vergangenheit.<sup>2</sup> Verwiesen sei hier lediglich auf die 2013 von mehreren tausend Darstellern inszenierte sowie massenmedial ausgiebig begleitete Nachstellung der Völkerschlacht von Leipzig oder die über ganz Europa verteilten ‚Schottenspieler‘.<sup>3</sup> Besonders beliebt sind darüber hinaus Kulturgruppen der Ur- und Frühgeschichte wie etwa die römischen Kelten und Germanen, die mittelalterlichen Wikinger und die im obigen Zitat genannten frühmittelalterlichen Alamannen. Es vergeht in

---

1 SD, Interview vom 20.8.2013. Alle hier zitierten Ausschnitte aus Interviews fanden, wenn nicht anders vermerkt, im Rahmen des von der VolkswagenStiftung 2012 bis 2015 geförderten Forschungsprojekts *Living History: Reenacted Prehistory between Research and Popular Performance* (Stefanie Samida) statt. Weitere Ergebnisse, die in diesen Beitrag einfließen, stammen aus dem Teilprojekt *Kelten, Römer und Germanen: Konstruktionen antiker Lebenswelten in Kontexten politischer Sinnstiftungen* (Miriam Sénécheau) in der DFG-Forschergruppe 875 *Historische Lebenswelten in populären Wissenskulturen der Gegenwart*.

2 In der Regel fasst man unter Reenactment das Nachspielen bzw. Wiederholen historischer Ereignisse an Originalschauplätzen – konkret Schlachten wie z.B. die Schlacht bei Waterloo (1815) oder die Schlacht bei Gettysburg (1863) – in möglichst historisch exakten Gefechtsformationen und originalgetreu nachgebildeten Ausrüstungen. Das Reenactment ist als ein Modus der Living History zu begreifen. Zur Living History z.B. Tomann 2020 und zum Reenactment z.B. Agnew/Lamb/Tomann 2020; Jureit 2020.

3 Zum ersten z.B. Haude 2015, 1–12, zum zweiten z.B. Hesse 2014.

den Frühjahrs- und Sommermonaten kaum ein Wochenende, an dem ihr Alltagsleben nicht von DarstellerInnen in historischen Kostümen in einem Freilichtmuseum oder auf einem historischen Event präsentiert wird. In all den Aufführungen werden über performative Praktiken und über einen spielerischen Umgang – die Anglistin Vanessa Agnew spricht von „imaginative play“<sup>4</sup> – sinnlich-emotionale Verbindungen zwischen einer wie auch immer vorgestellten Vergangenheit und Gegenwart zu schaffen versucht.<sup>5</sup> Hierbei findet eine starke Identifikation mit der von den AkteurInnen dargestellten Zeit und den imaginierten Personen und Kulturen statt.

Im Bereich des Mediums Film gehören Living Historians und Reenactments inzwischen zu wesentlichen Bestandteilen von dokumentarischen oder semi-dokumentarischen Fernsehformaten. Entsprechende Spiel- oder Erklärsszenen dienen dort der Verlebendigung und Veranschaulichung von Sachinhalten.<sup>6</sup> Freilichtmuseen mit rekonstruierten Bauten werden dankbar als Kulisse genutzt, um mit den Living Historians und ihren Gebrauchsgegenständen eine lebendige Szenerie zu schaffen. Das Medium Film bedient sich der Living History, um durch gespielte Realität eine größtmögliche Nähe zwischen Filminhalt und ZuschauerInnen herzustellen. Gleichzeitig werden die in der Living History entstandenen Szenerien zur Unterstützung von Narrativen eingesetzt, die an individuelle, rollengebundene oder gesellschaftliche Identitäten des Publikums anknüpfen. Die TV-Dokumentationen transportieren das ‚doing history‘ der Living Historians letztlich in eine große Öffentlichkeit.

Im folgenden Beitrag widmen wir uns verschiedenen Identifikationsprozessen in der Living History. Anhand von Fallbeispielen, die uns in unserer Forschung zu Living History im Museum und auf historischen Events sowie in TV-Dokumentationen begegnet sind, wollen wir zeigen, wie heterogen das Feld ist. Das Nationale, auf das dieser Sammelband fokussiert, bildet nur eine von mehreren identifikatorischen Bezugsgrößen und tritt in der Regel zugunsten anderer in den Hintergrund. Fragen der individuellen als auch kollektiven Form der Identitäts- und Sinnstiftung spielen ebenso eine Rolle wie die jeweilige Quellenlage, auf die für die zu bespielende Epoche Bezug genommen wird. Um diese Phänomene zu fassen und zu gruppieren, wollen wir im Folgenden von ‚Identifikationsfiguren‘ sprechen. Mit diesem etwas sperrigen Begriff versuchen wir, empirische Befunde zu umschreiben. Denn es fällt auf, dass die AkteurInnen und Gruppen Bezüge zwischen Vergangenheit und Gegenwart suchen beziehungsweise etwas, mit dem sie sich identifizieren können. Bevor wir diese unterschiedlichen Identifikationsfiguren beschreiben, stellen wir zunächst einige grundsätzliche Bemerkungen bezüglich des Identifikationspotentials archäologischer und historisch überlieferter Kulturen voran.

4 Agnew 2004, 299–312, hier: 327.

5 Wir haben es mit einem „affective turn“ (Agnew 2007, 299–312) und einem „performative turn“ (Otto 2012, 228–254, hier: 244) zu tun.

6 Zu urgeschichtlichen Reenactments in TV-Dokumentationen siehe auch Koch 2019.

## Identifikationsangebote archäologischer Kulturen und historisch überlieferter Gemeinschaften

Die Living History ist ein beliebtes Sujet im weiten Feld der Geschichtskultur. In den letzten rund 30 Jahren war ein Anstieg zu verzeichnen, der sich recht gut am Beispiel der sogenannten ‚Römergruppen‘ zeigen lässt. Zählte man beispielsweise 1985 in Deutschland nur zwei ‚Römergruppen‘, so waren es 2001 bereits 20<sup>7</sup> und 2013 rund 40 Gruppen<sup>8</sup>, die sich allein mit der Römerzeit beschäftigen. Andere Epochen, wie etwa das Mittelalter, sind schon seit Jahrzehnten bei weiten Teilen der Bevölkerung populär, so dass Valentin Groebner vor einigen Jahren sein Buch treffend mit dem Titel *Das Mittelalter hört nicht auf* überschrieb.<sup>9</sup> Es sind vor allem die Mittelaltermärkte, auf denen sich neben den üblichen SchaustellerInnen auch Living History-AkteurInnen finden. Es gibt offenbar Epochen, die besonders attraktiv erscheinen. Das bestätigt auch eine Umfrage aus dem Jahr 2013, wonach vor allem das Mittelalter und die Römische Kaiserzeit zu den am meisten ‚bespielten‘ Epochen gehören.<sup>10</sup>

Auffällig ist, dass die historische Quellenlage mehr oder weniger eine unsichtbare Grenze darstellt. Denn je weiter wir zurück in die Vergangenheit blicken und je ‚unschärfer‘ die Quellenlage und das Identifikationsangebot der jeweiligen Epoche sind, desto weniger ‚attraktiv‘ erscheint das zu bespielende Sujet. Dazu ein Beispiel: In der Archäologie wird allenthalben von ‚Kulturen‘ gesprochen, die in der Regel unter anderem anhand ähnlicher Keramikstile und Bestattungssitten gebildet werden und kaum mehr als ein heuristisches Mittel sind. So wird zum Beispiel am Ende der Jungsteinzeit eine sogenannte ‚Schnurkeramische Kultur‘ auf diese Weise definiert. Sie heißt so, weil sich in Mitteleuropa über einen langen Zeitraum – von ca. 2800 bis 2200 v. Chr. – ähnliche Bestattungssitten<sup>11</sup> und eine charakteristische Gefäßverzierung (ein Rillenmuster, das mit einer Schnur eingedrückt wurde) finden. Doch ‚die Schnurkeramiker‘ – wie alle Träger archäologischer Kulturen – repräsentieren keine homogene soziale Gruppe und ethnische Einheit, sondern sind ein modernes Konstrukt. Archäologische Kulturen, die ausschließlich mittels materieller Kultur überliefert sind, bieten in dieser Weise kein oder kaum Identifikationspotential. Das liegt zum einen darin begründet, dass die Quellenlage vielfach äußerst dürftig ist und aus Sicht potentieller Living Historians die Rekonstruktion des damaligen Lebens schwieriger erscheint; zum anderen bleiben diese archäologischen Kulturen gegenüber den historisch überlieferten Gemeinschaften diffus. Die ‚Wikinger‘ dagegen kennt jeder, sie sind uns aus Schriftquellen bekannt, lassen sich geografisch ein- beziehungsweise zuordnen, es gibt

7 Sauerborn 2002, 91–93, hier: 92.

8 Die Zahl stützt sich auf Recherchen von David Felthaus und Miriam Sénécheau im Rahmen der DFG-Forschergruppe 875 (Stand: 8/2013). Eine Umfrage aus dem Jahr 2013 stützt den Befund, wonach besonders ab den 2000er Jahren eine deutliche Zunahme an Gruppen bzw. AkteurInnen zu verzeichnen ist (Samida/Liburkina 2014, 191–197, hier: 192–193).

9 Groebner 2008.

10 Siehe dazu Samida/Liburkina 2014, 191–197.

11 Einzelbestattung in Hockerlage mit bipolarer Bestattungsweise.

eine gewisse ‚zeitliche‘ Nähe, sie werden als ethnische Gruppe (miss-)verstanden und jeder hat ein Bild vor Augen, weil es eben zahlreiche populäre Geschichtsbilder gibt – etwa von plündernden Wikingerhorden, die im 10. Jahrhundert auf ihren Beutezügen Europa in Angst und Schrecken versetzten (was in dieser Form nicht den Quellen entspricht). Ähnlich verhält es sich mit den ‚Kelten‘ oder ‚Germanen‘, zu denen es zahlreiche archäologische Funde und vereinzelte schriftliche Quellen aus dem benachbarten Römischen Reich gibt. Die bestehenden Lücken in der Überlieferung scheinen hier mühelos über die Fantasie oder den Rückgriff auf andere Epochen geschlossen werden zu können und machen einen besonderen Reiz für diejenigen aus, die sich mit jenen Kulturen beschäftigen wollen. Die schon erwähnten ‚Schnurkeramiker‘ bleiben hingegen blass: Es gibt nur materielle Hinterlassenschaften, ihr Siedlungsgebiet und das, was wir über die damalige Gesellschaft wissen, ist nur unter Spezialisten bekannt, sie sind zeitlich weit von uns entrückt, populäre Geschichtsbilder gibt es keine. Kurz: Das Identifikationspotential mit archäologischen Kulturen, von denen uns nicht mehr als die materielle Kultur überliefert ist, ist ungleich geringer als zu solchen Gruppen, von denen uns in den Schriftquellen berichtet wird und die uns dort mit einem konkreten Namen gegenüberstehen wie etwa die Kelten, Germanen, Römer, Alamannen, Langobarden, Wikinger und andere mehr.

Eine Ausnahme aus schriftlosen Zeiten bilden lediglich die sogenannten jungsteinzeitlichen, durch Feuchtbodenfunde gut überlieferten ‚Pfahlbauern‘ Mitteleuropas, mit denen sich insbesondere die SchweizerInnen des 19. Jahrhunderts identifizierten.<sup>12</sup> Sie konnten dadurch benachbarten Staaten, die sich in ihrer nationalen historischen Identität auf die Kelten, Germanen oder Römer beriefen, eine noch ältere Kultur als eigenen Ursprung gegenüberstellen – eine Kultur, die sich überdies gut in das für die schweizerische Geschichtsschreibung bedeutende Ideal des Bauerntums einpassen ließ.<sup>13</sup>

Auf welche Art von Identifikationsfiguren trifft man nun in der Living History? Wie äußern sie sich?

### Identifikationsfigur I: Vom Ich oder dem Vorfahren erzählen

Der Geschichtsdidaktiker Michele Barricelli hat vor knapp zehn Jahren Geschichte als „großes *Identitätsprojekt*“ bezeichnet und hervorgehoben, dass menschliche Identität immer narrative Identität ist.<sup>14</sup> Man könnte also sagen, der Mensch ist ein Geschichtenerzähler. In Bezug auf Identität bedeutet das: Das Erzählen besitzt grundlegende Bedeutung für das „Selbstverständnis und die Darstellung der eigenen Person“<sup>15</sup>, der Mensch erschafft sich sozusagen in seinen Narrationen.<sup>16</sup>

12 Dazu z. B. Kaeser 2008.

13 Gramsch 2009, 71–85.

14 Barricelli 2011, 61–82, hier: 77 f.

15 Von Engelhardt 2011, 39–60, hier: 39.

16 Zum Komplex ‚Identität und Narration‘ siehe auch Bamberg 2013.

Es gibt zahlreiche Living History-Gruppen, in denen sich die AkteurInnen in eine ‚Rolle‘ begeben. Wie eng diese Rollen dabei teilweise mit ihrer jeweiligen Gegenwart verbunden sind, zeigen die ‚Lebensläufe‘ ihrer Figuren, die sie repräsentieren. So hat sich beispielsweise ein Darsteller der Alamannengruppe *Ask* den Namen *Wulfilo* gegeben und begründet das mit dem Hinweis auf seinen richtigen Vornamen Ralf. Denn in dem Namen „Radolf und in Ulf – also Radolf oder Radulf“ stecke der Name ‚Wolf‘ und den, so berichtet er, habe er für die Verkleinerungsform *Wulfilo* benutzt.<sup>17</sup> Nicht selten wird die angenommene Rolle auch dem eigenen, realen Lebenslauf – dem Ich – angepasst. Eine Darstellerin derselben Gruppe, die aus Darmstadt kommt, äußerte sich zu ihrer Rolle so:

Also ich, ich stell’ wirklich ne Frau der Oberschicht dar. Und das ist natürlich grad’ in der Zeit super spannend, weil man da nicht mehr so genau sagen kann ‚Ja, das ist jetzt die Alamannin‘, sondern in der Zeit waren die Alamannen gar nicht die Oberschicht, sondern die Franken waren die Oberschicht, sodass ich also eine Franko-Alamannin bin und das passt auch ganz gut zu meinem Dialekt, weil ich ja aus Darmstadt bin.<sup>18</sup>

An den Beispielen wird deutlich, wie die Gruppenmitglieder versuchen, ihre gegenwärtige Identität mit einer vergangen (konstruierten) Identität zu verknüpfen, und dabei – wo immer möglich – auf generelle Erkenntnisse aus der Überlieferung zurückgreifen.

Für jüngere Epochen wie das 19. und 20. Jahrhundert wird nicht selten die Geschichte von Familienmitgliedern zum Vorbild genommen, die in Familienerzählungen oft noch präsent sind und so Ausgangspunkt für die Beschäftigung beispielsweise mit dem Ersten Weltkrieg werden. Es muss aber nicht immer zwingend eine familiäre Beziehung geben. Viele DarstellerInnen betreiben intensive Recherchen und stoßen dabei auf Feldpostbriefe, Tagebücher, Fotos oder andere persönliche Gegenstände von Soldaten. Diese Überlieferungen dienen dann als Vorbild für die eigene Darstellung. Die AkteurInnen schlüpfen sozusagen in die Rolle eines Großvaters, (Groß-)Onkels oder Freundes der Familie. Ein Beispiel dazu:

Also mein Großvater ist Jahrgang 1889 – der war also noch selbst aktiv im Ersten Weltkrieg und im Zweiten. [...] Und den hab’ ich noch kennengelernt, der ist 95 geworden. Und als der starb, war ich 21. Also da hab’ ich viele Fotos von ihm auch und der hat mir viel erzählt – also generell über die Zeit an sich, jetzt nicht nur über den Krieg [...]. Dann bin ich mal dahin gefahren – also auf die, in die Schlachtfelder [...] und hab’ das mir dann angesehen, von dem er mir erzählt hat. Da war er dann schon tot, aber da hab’ ich die Regimentsgeschichte gelesen. Dann hab’ ich also direkt die Stelle gefunden auf, ich sag’ mal, 20 x 30 Meter, wo er wohl gefangen genommen wur-

17 Interview mit RK, 23.7.2012. – Zu dieser Gruppe siehe auch Samida 2012, 209–218, hier: 211–213.

18 Interview mit CE, 24.7.2012.



de und so. Also da hatte ich dann so nen persönlichen Bezug dazu, so. Also das war für mich dann nicht mehr so ganz abstrakt.<sup>19</sup>

Die dargestellte Figur wird zum Alter Ego beziehungsweise als alternatives Selbst zum Teil der eigenen Identität und vice versa: Die eigene Identität wird in die Vergangenheit ‚eingelezen‘ beziehungsweise projiziert.<sup>20</sup>

Die auf den eigenen Vorfahren bezogene Identitätsfigur ist in Filmen nicht unmittelbar greifbar, was damit zusammenhängt, dass die Living Historians hier selten als InterviewpartnerInnen dazu befragt werden, warum sie genau in die Rolle, die sie darstellen, geschlüpft sind. Persönliches aus dem gegenwärtigen Lebenslauf der DarstellerInnen fließt dennoch in das Gezeigte hinein – beispielsweise, wenn ein Junge aus dem Team des Alamannen-Museums Vörsstetten, der in seinem aktuellen Leben Harfe spielt, in einer TV-Dokumentation bei einer Tischszene auf dem Nachbau einer frühmittelalterlichen Leier musiziert.<sup>21</sup> So manifestieren sich individuelle Brücken zwischen Vergangenheit und Gegenwart indirekt auch über die Living History im Film.

## Identifikationsfigur II: Das Lokale betonen

Eine zweite Identifikationsfigur wollen wir mit ‚Das Lokale betonen‘ überschreiben. Zwei Interviewsequenzen machen deutlich, wie wichtig der lokale und regionale Bezug für Mitglieder von Living History-Gruppen ist. Ein zentraler Akteur der schon erwähnten Alamannen-Gruppe Ask berichtete mir, wie es damals zur Gründung der Gruppe kam beziehungsweise warum letztlich die Alamannen in den Fokus rückten.

Ja, also eigentlich waren wir erst mal nur zu zweit und haben das ausbaldowert und gesagt, ja, [...] es wäre jetzt eigentlich super für unsere Lokalität hier in Südwestdeutschland und auch aus Gründen der zeitlichen Kontinuität, Alamannen-Darstellung zu machen. [...] Und irgendwas Exotisches zu machen – Wikinger oder Skythen oder so was oder mykenische Griechen – das finde ich alles cool, aber das macht hier keinen Sinn. Ich find’, das muss schon irgendwie eine lokale Verbindung sein. Ja. Nicht für mich, nicht weil ich so ein Lokalpatriot bin – ich hätt’ super gern ne Skythen-Darstellung gemacht oder noch lieber Mykener, aber das bringt halt in Anführungszeichen den Leuten hier nix. Es wird kaum mal irgendwie im Museum gefragt sein, das heißt die werden auch nie Öffentlichkeit finden und dann ist’s ein Selbstzweck. Nee, und deswegen waren für uns die Alamannen eigentlich super, die hatten

19 RE, Interview vom 14.6.2014. Dieses Interview wurde im Rahmen des o. g. VW-Projekts 2014 am Rande der Veranstaltung „Mindener Zeitinseln“ durchgeführt. Das Feldtagebuch und die Interviews führte damals Ruzana Liburkina (Berlin). Mehr zum WK I-Reenactment siehe Samida/Liburkina 2016, 41–54.

20 Ähnlich O’Brien Backhouse 2009, 113–130, hier 118: „they create a narrative of their own personal history, or identity“.

21 BR 2019, 14:40. Dass der am Film beteiligte Junge Harfenunterricht hat und zusammen mit seiner Familie Teil des Teams der ‚Hofbelebungen‘ ist, geht aus einer E-Mail vom 16.6.2020 von Annika Heider, *Alamannen-Museum*, an Miriam Sénécheau hervor.

einen lokalen Bezug, die haben uns interessiert, weil sie kaum abgearbeitet waren. [...] Und von daher – die waren mysteriös und enigmatisch genug, dass es für uns ein Reiz war, da reinzuarbeiten.<sup>22</sup>

Auch wenn der Akteur sich davon distanziert, ein „Lokalpatriot“ zu sein, so wird an dieser Aussage doch deutlich, wie wichtig für ihn selbst, aber auch für das Umfeld – sprich die BesucherInnen möglicher Auftrittsorte – der lokale Bezug ist. Denn zu Südwestdeutschland passten nun einmal die Alamannen besser als Skythen oder Wikinger, zu denen es keinen (historischen) Bezug im ‚Ländle‘ gebe. Es geht hier also, so könnte man sagen, um regionale Identitätsstiftung.

Auch ein anderer Darsteller, der in einer Mittelaltergruppe aktiv ist, betont die Bedeutung des lokalen Bezugs. Er hob im Interview hervor:

Die ersten drei Jahre hießen wir Freie Ritterschaft zu Staufen. Und dann haben wir uns überlegt: Okay, „Freie Ritterschaft“ ist vollkommener Quatsch, keiner wusste, was es eigentlich sein soll – so heißt jede Mittelalter-Gruppe und keiner weiß, was eine Freie Ritterschaft sein soll. [...] Ich mein, Ritter ist per Definition frei. [...] Und, und Staufen war auch irgendwie anmaßend. Und zum einen auch zu anonym. [...] staufisch war damals halb Europa. Und das war blöd. Und dann haben wir gesagt, wir brauchen irgendwas, was unser Konzept auch beschreibt. Und da ist eben die ‚familia‘, also als kleine soziale Einheit, wo wir unser Gesellschaftsbild wiederfinden; [...] eben nicht im biologischen Sinne, sondern im gesellschaftlichen Sinne. Und ‚swevia‘ heißt eben Schwäbisch, also die schwäbische Haus- und Hofgemeinschaft so ein bisschen.<sup>23</sup>

Dieses Zitat belegt nicht nur, wie wichtig der Bezug zur Region für die AkteurInnen einerseits ist – die Gruppe *Familia Swevia* setzt sich aus Mitgliedern aus der Umgebung der im Schwäbischen liegenden Kreisstadt Waiblingen zusammen –, sondern auch die Bedeutung der Namensgebung (die zugleich auch Authentizität erzeugen soll). Denn der erste Name *Freie Ritterschaft zu Staufen* ließ zu vieles offen und signalisierte darüber hinaus eine mehr oder weniger transnationale Ausrichtung, die man aber zweifellos so nicht repräsentieren wollte oder konnte. Über die neue Bezeichnung und den lateinischen Begriff der ‚familia‘ verweist die Gruppe nicht nur auf eine soziale Einheit, wie sie auch noch im frühen 13. Jahrhundert vorzufinden war, sondern hebt mit der adjektivischen Beschreibung ‚swevia‘ auch auf die regionale Verortung ab. Allerdings, so äußerte sich der Interviewpartner selbstkritisch, würde das häufig von Außenstehenden nicht verstanden beziehungsweise es kämen hierzu immer Nachfragen.<sup>24</sup>

Die beiden Beispiele verdeutlichen zweierlei: Es wird erstens auf lokale Traditionen rekurriert, die sich in der Zusammensetzung der Mitglieder und der Namensgebung der Gruppe widerspiegeln (können). Und zweitens: Die Vergangenheit bestimmt die Gegenwart beziehungsweise verweist auf heute.

<sup>22</sup> MT, Interview vom 13.9.2012.

<sup>23</sup> FB, Interview vom 29.11.2012.

<sup>24</sup> Ebd.

Die in den antiken Schriftquellen (z. B. bei Caesar, Strabon, Tacitus) genannten Stämme der Kelten oder der Germanen dienen in der Living History nicht nur als Vorbild für die Gründung von Gruppen, sondern auch oftmals als Ankerpunkt für die Errichtung von Freilichtmuseen. Die Anknüpfung an durch römische und griechische Autoren für die Region überlieferte Stammennamen und das Aufgreifen von Funden vor Ort oder aus der nahen Umgebung sind dabei die Regel. Für Filme stellen die durch Living Historians bespielten Freilichtmuseen beliebte Drehorte dar, die zu verschiedenartigen Identifikationsfiguren führen können. Darstellungen aus der Living History werden in Filmen für die Konstruktion von Narrativen genutzt, darunter auch für die Betonung des Lokalen oder Regionalen. Die Dokumentation *Die Germanen im Südwesten* aus dem Jahr 2017 beispielsweise, gerichtet an ein Fernsehpublikum im Senderadius des SWR, schlägt eine Brücke von den „Sueben und Alamannen“ zu heutigen „Schwaben und Alemannen“.<sup>25</sup> Dies geschieht an mehreren Stellen des Films: Die Frage „Was haben sie [die Sueben und Alamannen] gegessen?“ ist mit einer Kochszene aus der Living History bildlich untermalt – und bei der Frage „Kannten sie schon Linsen mit Spätzle?“ sehen wir den Moderator genau vor dem genannten Gericht der heutigen regionalen Küche sitzen und es probieren.<sup>26</sup> Die Überlegung, ob die Sueben ins heutige Südwestdeutschland kamen, weil es „damals schon eine boomende Region war“, ist hinterlegt mit Bildszenen, in denen Living Historians alte Handwerkstechniken vorführen: Töpfern, Weben, die Herstellung von Glasschmuck.<sup>27</sup> Gedreht sind diese Reenactments im *Alamannen-Museum Vörsstetten*, einem Freilichtmuseum nahe Freiburg im Breisgau. Der Träger des Museums ist ein Verein, dessen Mitglieder die frühmittelalterliche Geschichte der Region lebendig veranschaulichen wollen. Wie flexibel Szenen aus diesem Museum auch für nationale Narrative genutzt werden, zeigen wir weiter unten.

Ein mit dem *Alamannen-Museum* vergleichbares Beispiel ist *Coriobona*, ein rekonstruiertes Keltendorf in Frankreich. Es geht auf die Initiative der *Gaulois d'Esse* zurück, einem im Jahr 2001 gegründeten Verein mit etwa 50 Mitgliedern. Dieser hatte 2003 bei Esse ein 4 ha großes Gelände erworben, um dort „die materielle Welt der gallischen Lemovicer im 1. Jh. v. Chr. nachzubauen und einen Ort zu schaffen für den Empfang der Öffentlichkeit, kulturelle Veranstaltungen und experimentelle Archäologie“.<sup>28</sup> Wie auch in Vörsstetten beleben die Mitglieder des Vereins das Museum an bestimmten Tagen im Jahr und bieten Führungen an. Regelmäßig finden Bautage statt, zu denen sich auch Nicht-Mitglieder anmelden können. Das komplette Gelände wird darüber hinaus an interessierte Firmen, Gruppen, Live-RollenspielerInnen etc. vermietet.<sup>29</sup> Die *Gaulois d'Esse* wirkten ebenso bereits an mehreren TV-Dokumen-

25 SWR 2017, 00:08.

26 SWR 2017, 00:34.

27 Ebd., 00:26.

28 Coriobona Village Gaulois: Histoire d'un projet [Übersetzung: MS].

29 Les Gaulois d'Esse: Reconstitution.

tationen mit, in denen der für die Region überlieferte Stamm dann für die Kelten beziehungsweise Gallier insgesamt steht (s. u., zu Identifikationsfigur III).

Während in Frankreich mit den Kelten eine Verbindung vom Lokalen zum Nationalen aufgrund der historischen Gegebenheiten leicht geknüpft werden kann, ist in Deutschland der Rückbezug auf die Kelten ein fast immer regionales Phänomen, bedingt durch die Tatsache, dass ihre materielle Kultur auf Mittel- und Süddeutschland beschränkt war. Wir greifen ein Beispiel heraus: Die TV-Dokumentation *Die Kelten im Südwesten*<sup>30</sup> aus dem Jahr 2012 wurde unter anderem im nachgebauten Dorf *Cernubona* bei Treuchtelfingen an der Altmühl gedreht. Es handelt sich um die Rekonstruktion einer sogenannten ‚Viereckschanze‘ nach einem archäologischen Vorbild nahe des Ipf bei Bopfingen.<sup>31</sup> Der Bau von *Cernubona* ging auf eine Initiative des *Fördervereins für keltische und eisenzeitliche Geschichte im Altmühltal e. V.* zurück, gegründet 2006 von der Gruppe *Cernunnos Celtoi*.<sup>32</sup> In den letzten zehn Minuten der Sendung sind Mitglieder der Gruppe zur Veranschaulichung technischer Aspekte des Bauens zu sehen, aber vor allem verlebendigen sie das Thema Kult und Religion.<sup>33</sup> Dieser besondere Fokus ergibt sich einerseits durch den Drehort, eine ‚Viereckschanze‘ interpretiert „als Kultstätte, als Druidenburg“ (was einer veralteten Deutung solcher Anlagen entspricht).<sup>34</sup> Er hängt andererseits mit gelebten Werten der *Runicati-Celtoi* zusammen, einer anderen Gruppe, die dem Verein zum Bau der ‚Viereckschanze‘ beigetreten war.<sup>35</sup> So wollen Mitglieder der *Runicati-Celtoi* die „alten Wurzeln unseres heimischen Brauchtums [...] zur Gestaltung unseres heutigen Lebens“ nutzen, „die Anerkennung der Naturreligionen in Deutschland fördern“, „die Verbindung mit Fa-

30 SWR 2012.

31 Der Begriff ‚Viereckschanzen‘ wird in der Archäologie für eine charakteristische Form von baulichen Überresten aus der Zeit der Kelten verwendet. Die Strukturen wurden schon in kultischem Zusammenhang gedeutet (als Spuren von ‚Tempeln‘ oder Opferungen) oder aber als landwirtschaftliche Einheiten (im Sinne etwa eines heutigen ‚Bauernhofs‘ oder neuzeitlichen ‚Herrenhofs‘), wofür die Mehrheit der ArchäologInnen heute plädiert. Dazu Büchsenschütz/Nicolai 2012, 382–387.

32 Der Verein heißt heute Förderverein Kelten im Altmühltal e. V. Cernunnos Celtoi.

33 Aus dem Film *Die Kelten im Südwesten* wurde auch die Reihe *Das Kelten-Experiment* für den Schulgebrauch hergestellt, abrufbar auf der Plattform *planet schule* in drei Teilen. In Teilfilm 3 des *Kelten-Experiments* bilden Szenen mit den *Runicati-Celtoi* und den *Cernunnos Celtoi* den Hauptteil des Bildmaterials; eine letzte Szene zeigt auch hier Mitglieder der Gruppen bei einem druidischen Ritual im Wald. SWR 2010, *Das Kelten-Experiment*, Teil 3, insbes. 12:48–13:44.

34 SWR 2012, rund um Filmminute 38:00. Insbesondere für die Viereckschanze von Bopfingen, die Vorbild für *Cernubona* gewesen sein soll, sprechen ArchäologInnen vom Mittelpunkt einer Siedlung, nicht von einer Kultanlage. Siehe Büchsenschütz/Nicolai 2012, 382–387, hier: 384.

35 Morgaine vom Bärenclan 2011. Sie ist Mitglied sowohl der *Runicati-Celtoi* als auch der *Naturreligiösen Siedlungsgemeinschaft Dorflinde von 1992 e. V.*: Dorflinde, Reiter „Dorflinde“ und „Vereinsgeschichte“.

milie, Sippe und unseren Ahnen pflegen und fördern“, „unsere Geschichte erforschen und vermitteln“, „unsere heimischen Bräuche wiederentdecken und fördern“. <sup>36</sup> Das Lokale als Bezugsebene verband sich in diesem Beispiel also mit Auffassungen zu „Heimat“, „Brauch[tum]“ und „Naturreligion“. Weil viele dieser hier zitierten Werte Parallelen zu völkischen Ideologien und somit zum Nationalsozialismus aufweisen, wo national konstruierte Rückbezüge – damals in Verbindung mit den Germanen als Vorfahren der Deutschen – eine wichtige Rolle gespielt haben, wurden der Film und einzelne Mitglieder der Gruppe in der Vergangenheit schon stark kritisiert. <sup>37</sup>

### Identifikationsfigur III: Das Nationale als Bezugsebene

Das Nationale ist in der Living History eher außen vor; es kommt vor allem dann ins Spiel, wenn es selbst zum Thema wird oder für die bespielte Epoche (beziehungsweise für ihre Rezeptionsgeschichte in einem Nationalstaat) relevant ist. <sup>38</sup> Bei den Gruppen etwa, die den Ersten Weltkrieg darstellen, markiert der Nationalstaat den maßgeblichen inhaltlichen Bezugsrahmen. Im Vordergrund deutscher Gruppen stehen beispielsweise die Gesellschaft des Kaiserreichs, das Militär (über Uniformen und Ausrüstung), die Zivilbevölkerung, Konflikte zwischen Nationen etc. <sup>39</sup> Auffällig ist insgesamt, dass die in diesem Feld überwiegend männlichen Darsteller fast ausschließlich ihre eigene Geschichte spielen – also Österreicher österreichische, Franzosen französische und Deutsche deutsche Soldaten darstellen – und so auf das Nationale rekurren. <sup>40</sup> Hier finden sich also Elemente eines kriegsspezifischen nationalhistorischen Gedächtnisses, das aber durchaus aufgebrochen wird, wie wir wei-

36 Dorflinde, Reiter „wir über uns“. Manche hierauf bezogene Veranstaltungen (Feier der Wintersonnwende und von Samhain, Beltainefest, Imbolc-Fest, Julfeier, Mittsommerfest, Ostarafest) fanden 2008 bis 2011 zusammen mit den *Cernunnos Celtoi* bzw. in der rekonstruierten ‚Viereckschanze‘ *Cernubona* statt. Siehe Dorflinde, Reiter „Termine“. Zur politischen Ausrichtung der Naturreligiösen Siedlungsgemeinschaft: Anon. 2015, 21; Andreasch 2007.

37 Zum Thema Sénécheau 2020, 140–173.

38 Wir verzichten an dieser Stelle auf eine detailliertere Diskussion nationalistischer und völkischer Strömungen in der Living History, da wir dazu bereits in einem anderen Kontext Stellung genommen haben. Siehe Sénécheau/Samida 2015; außerdem Sénécheau 2020. Für ein Beispiel zur Wikingerszene Banghard o. J.

39 Ausführlich dazu Samida/Liburkina 2016, 41–54.

40 Aufgebrochen wird diese Praxis in den USA, denn die Amerikaner müssen – notgedrungen – alle Parteien repräsentieren (Hochbruck 2008, 157–168, hier: 161, 163). Siehe dazu auch die Auflistung auf der Website der *Great War Association*. Neben deutschen und kuk-Einheiten werden auch russische, französische, britische Truppen sowie solche des Commonwealth (z. B. Australien) aufgeführt – diese Gruppen sind durchweg in den USA beheimatet. Gleiches gilt übrigens für Großbritannien – die Darstellung vor allem deutscher Einheiten wird auch hier rege praktiziert, siehe z. B. das *Infanterieregiment von Goeben* Nr. 28.

ter unten noch verdeutlichen. In Bezug auf Themen der Ur- und Frühgeschichte fällt auf, dass die Living History-Gruppen selten Stämme als Vorbilder wählen, die einst auf dem Gebiet einer heutigen Nachbarnation siedelten. Französische Gruppen beispielsweise thematisieren allenfalls dann frühmittelalterliche ‚germanische‘ Stämme, wenn diese den Schriftquellen folgend als eingewanderte Gruppen mit der Geschichte des heutigen Frankreich tatsächlich in Verbindung standen.<sup>41</sup>

Im Folgenden wollen wir mit dem Nationalen als Bezugsebene vor allem auf Beispiele aus Dokumentarfilmen eingehen. Hier fällt auf, dass man sich in Deutschland gerne auf die Germanen, in Frankreich vor allem auf die Kelten beruft. Diese Rückbezüge zur Konstruktion historischer Identität besitzen eine lange Tradition. Sie haben ihre Wurzeln in der Antike, als sich die griechischen und römischen Autoren von den verschiedenen ‚barbarischen‘ Völkern abzugrenzen versuchten. Durch die Beschäftigung mit den antiken Schriftquellen im Humanismus lebte diese Abgrenzung erneut auf. Für die Kelten in Frankreich fand sie einen Höhepunkt in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts mit der Verehrung des keltischen Anführers Vercingetorix, der 52 v. Chr. mehrere Stämme im Kampf gegen die römischen Eroberer unter Gaius Iulius Caesar geeint hatte. In Frankreich sind die Kelten (dort auch Gallier genannt) bis heute identitätsstiftend – und befinden sich zugleich in Konkurrenz mit den Römern, deren ‚fortschrittliche Kultur‘ zumindest in der humanistischen Bildungstradition immer eine große Rolle gespielt hat.<sup>42</sup> In Deutschland bezog man sich auf die Germanen, insbesondere auf ‚Hermann den Cherusker‘ beziehungsweise Arminius, der zusammen mit mehreren germanischen Stämmen im Jahr 9 n. Chr. drei römische Legionen unter der Führung des Feldherrn Varus besiegte. Für Arminius wurde 1875 das Hermannsdenkmal in Detmold errichtet; 1909 feierte man ihn zur 1000-Jahr-Feier mit einem historischen Umzug. Während der Zeit der nationalsozialistischen Diktatur stellten die Germanen insgesamt den zentralen geschichtskulturellen Fluchtpunkt sowie ein wesentliches Element der Propaganda dar.<sup>43</sup>

Nach heutigem Stand der Wissenschaft ist die Auffassung von Kelten und Germanen als „ethnische, kulturelle und politische Einheit ein Konstrukt“.<sup>44</sup> Das bedeutet, dass sich weder ‚die Franzosen‘ oder ‚Frankreich‘ noch ‚die Deutschen‘ oder ‚Deutschland‘ unmittelbar auf ‚die‘ Kelten beziehungsweise ‚die‘ Germanen rückbeziehen können. Nicht zuletzt deswegen nehmen viele Living Historians und Freilichtmuseen ‚keltische‘ oder ‚germanische‘ Stämme eher als kleinere, klar zu verortende, lokale Einheiten in den Fokus (s. o. zu Identifikationsfigur II). Dennoch dienen sie in manchen Filmen als Pars pro Toto für eher national gedachte Bezugsgrößen: *Checker Ju-*

41 Ein Beispiel bildet die Living History-Gruppe der *Taifali* in der französischen Region Poitou.

42 Ein Überblick zur französischen und deutschen Rezeptionsgeschichte mit weiterführender Literatur findet sich in Sénécheau 2010, 125–142, hier: 125–130.

43 Zur Rezeptionsgeschichte der Germanen siehe z. B. Wiwiorra 2020, 40–68; Puschner 2020, 70–100; Sénécheau/Samida 2015, 90–113; Sénécheau 2016, 231–253; Halle 2020, 103–138.

44 Sénécheau/Samida 2015, 21. Siehe zu den Germanen auch Meier 2020, 14–38.



lian etwa sucht in seinem *Germanen-Check*<sup>45</sup> zur Veranschaulichung ‚germanischer‘ Lebenswelten das *Alamannen-Museum* in Vörsstetten bei Freiburg auf. Dortige Vorführungen von Handwerk, Schmuck, Kleidung, Siedlungsweise und religiösen Praktiken früher Alamannen sollen im Film für ‚die Germanen‘ insgesamt stehen. Überreste aus der Germanenrezeption des 19. und 20. Jahrhunderts prägen im Film allerdings einige Narrative,<sup>46</sup> die ergänzt werden um neue Charakterisierungen der Germanen als buntes, sauberes, handwerklich geschicktes ‚Völkchen‘, mit dem eine Identifikation leicht fällt.<sup>47</sup>

In Frankreich haben rezeptionsgeschichtlich unter anderem die Asterix-Comics seit den 1960er Jahren populäre Vorstellungen über die Kelten beziehungsweise Gallier geprägt. Auch wenn dies immer von einem Augenzwinkern begleitet ist, so resultiert aus den Comics ein Bild von unorganisierten und streitsüchtigen Barbaren. In den letzten Jahren ist das Bemühen auffällig, die Gallier als ‚würdige‘ Vorfahren der Franzosen zu rehabilitieren. TV-Produktionen nutzen hierfür gerne Bilder, die auf Aktivitäten von Living Historians zurückgehen, um den Eindruck einer ‚modernen Kultur‘, auf die die Franzosen stolz sein können, entstehen zu lassen.

Sprechendes Beispiel hierfür ist die TV-Dokumentation *Les Gaulois – et si leur vie était plus agréable que la notre?*<sup>48</sup> Darin besucht ein ‚keltisch‘ gekleideter Moderator ein ‚keltisches‘ Dorf, um sich bei dessen ‚BewohnerInnen‘ über das Leben der Kelten zu informieren.<sup>49</sup> 62 Prozent der Filmminuten stellen Bildmaterial dar, das auf Living History zurückgeht. Gedreht wurde überwiegend im rekonstruierten Keltendorf *Coriobona* mit der Gruppe *Les Gaulois d’Esse*.<sup>50</sup> Die ‚Zeitreise‘ dient explizit dazu, ein gängiges Keltensbild zu revidieren: Die Kelten – so gibt bereits das Intro die Stoßrichtung des gesamten Films an – seien nicht „undiszipliniert, streitsüchtig und derb“ gewesen, oder „primitive Wilde, die in runden und verrauchten Hütten leben“, sondern „unglaublich gute Erfinder, bei denen Komfort Priorität hatte“.<sup>51</sup> Wir verwenden im Folgenden bewusst viele Direktzitate, um zu verdeutlichen, wie die an sich noch wertungsfreien Bilder, die die Living History für den Film bereitstellt, durch die Art und Weise der Kommentierung mit stark subjektiven Beurteilungen versehen werden.

Als ZuschauerInnen begleiten wir zunächst den Moderator und ein Mitglied der Living History-Gruppe in das „Haus eines Aristokraten“, zu dem es heißt: „Im Gegen-

45 BR 2019.

46 Hierzu ausführlicher Sénécheau 2020, 231–253.

47 Ebd., 231–253, hier: 165 f.

48 Link Production 2014. Übersetzt bedeutet der Titel: „Die Gallier – was wäre, wenn ihr Leben sogar angenehmer war als das unsere?“ Wir geben im Folgenden französische Filmzitate direkt in deutscher Übersetzung wieder [Übersetzungen: MS].

49 In Frankreich finden die Begriffe ‚Gallier‘ und ‚gallisch‘ Verwendung. Sie beziehen sich dort auf jenen Teil der Kelten, der vor der römischen Eroberung im heutigen Frankreich ansässig war und in der Folge romanisiert wurde. Da im Deutschen der Begriff ‚Kelten‘ gebräuchlicher ist, setzen wir im Text beide Bezeichnungen als Synonyme ein.

50 Coriobona Village Gaulois.

51 Link Production 2014, 00:00–00:38, 01:08.



satz zu den kleinen Hütten in unseren alten Schulbüchern waren die keltischen Behausungen geräumig und komfortabel, wie unsere heutigen“, und „extrem gut entworfen“ – denn der Rauch sei durch das Schilfdach abgezogen, das nach außen gegen Regen dicht war, und habe dabei Mücken, Spinnen und Läuse abgetötet, wodurch man ein „absolut gesundes Haus“ gehabt hätte.<sup>52</sup> Extrem gut isoliert sei es außerdem gewesen, was zusammen mit dem Heizen durch Holz und dem Bauen mit natürlichen Materialien ein „Niedrig-Energie-Haus“ mache, das nachwachsende Rohstoffe nutzte.<sup>53</sup> „Technisch ausgereift“ seien die Bauten manchmal auch mit Farbe oder Schnitzereien versehen gewesen und somit Teil einer „wahrhaft urbanen Architektur“, die von den Kelten als „großen Baumeistern“ zeuge.<sup>54</sup> Solche „architektonischen Heldentaten“ habe man natürlich nur mit „sehr leistungsstarken Werkzeugen“ realisieren können, „und die Gallier waren außergewöhnliche Handwerker, die insbesondere in der Bearbeitung von Metall brillierten“, heißt es.<sup>55</sup> Sie hätten Werkzeuge hergestellt, die es teilweise heute noch gibt, und seien als Spitzentechnologen „die besten Metallurgen der europäischen Antike“ gewesen.<sup>56</sup>

In puncto Ernährung wird das bei Asterix kolportierte Klischee von Wildschwein als „Hauptmahlzeit“ revidiert: Die Gallier hätten „unzweifelhaft nicht viel anders als wir“ gegessen, was ein Mitglied der Living History-Gruppe als „Expertin für gallische Küche“ anhand einiger Beispiele demonstriert.<sup>57</sup> Die Kelten hätten, heißt es im Kommentar, als „große Viehzüchter“ und „hervorragende Ackerbauern“ „Methoden zur Verbesserung des Bodens erfunden“, und dabei über „moderne Geräte“ verfügt, darunter Pflug und Mähmaschine.<sup>58</sup> Zu festlichen Ereignissen hätten sie „Wein getrunken, wie wir [die Franzosen] heute Champagner“ und hierfür weitreichenden Handel betrieben.<sup>59</sup> Schafe haltend hätten sie Reichtum produziert, durch Wolle, mit der sie „moderne und elegante Kleidungsstücke serienmäßig [...] auf perfektionierten Webstühlen“ herstellten.<sup>60</sup> Das Können in diesem Bereich sei von den Römern so sehr geschätzt worden, dass sie „Kleidung made in Gallien“ in großen Mengen importiert hätten.<sup>61</sup> Die Kleidung sei „extrem bequem“ gewesen und die Hose – ebenso eine „gallische Erfindung“ – „genauso stabil wie eine Jeans“, alles aus Lein, Hanf oder Schafwolle stilvoll gearbeitet.<sup>62</sup>

52 Ebd., 02:34–04:18.

53 Ebd., 06:15–06:50.

54 Ebd., 06:46–07:09.

55 Ebd., 07:10–07:30.

56 Ebd., 08:04–08:15.

57 Ebd., 10:47–10:59, 11:04–13:43.

58 Ebd., 11:54–13:08.

59 Ebd., 16:00–16:06, 16:48–16:50.

60 Ebd., 16:50–17:07.

61 Ebd., 17:11–17:18.

62 Ebd., 17:19–18:12.

In Sachen Körperpflege findet die „gallische Seife“ besondere Hervorhebung – auch durch diese Erfindung seien die Kelten „weit fortschrittlicher“ gewesen als vielfach angenommen.<sup>63</sup> Zur Vorführung kommt ebenso ein gallisches Toilettenbesteck („das wahrhaftige Schweizermesser der gallischen Körperpflege“) mit Pinzette, Ohrenlöffel und Nagelschneider, komplettiert durch eine Schere zum Haareschneiden und ein Rasiermesser für den Bart.<sup>64</sup> Auch einen Druiden gibt es unter den Living Historians, er steht hier – anders als im oben genannten deutschen Filmbeispiel – weniger für religiöse Aspekte als für „elaboriertes medizinisches Wissen“.<sup>65</sup> Der Film schließt mit einer Hinwendung zu Schutzausrüstung im Kampf, mit „extrem perfektionierten Helmen, Kettenhemden und Schilden, die an der Spitze der zeitgenössischen Technologie standen“, und widerspricht damit dem bisherigen Klischee von „undisziplinierten, streitsüchtigen, nackt herumrennenden Galliern“.<sup>66</sup>

Diese vielen Details ergeben das Bild einer modernen Kultur, auf die die Franzosen als ihre Nachfahren stolz sein können. Das von Living Historians erbaute und von ihnen bespielte Keltendorf wird für die Weitergabe dieses neuen Keltenbildes funktionalisiert.

#### **Identifikationsfigur IV:**

#### **Kosmopolitismus oder Das Regionale und Nationale überwinden**

Die Living History greift nicht nur auf lokale, regionale und nationale Bezüge zurück beziehungsweise wird nicht nur in dieser Funktion genutzt, sondern sie ist auch Ausgangspunkt einer transnationalen Erinnerung und einer transnationalen Praxis – das zeigt wiederum die WK I-Reenactment-Szene. So kam es beispielsweise 2014 auf einer Veranstaltung in Frankreich, bei der die Marne-Schlacht des Jahres 1914 nachgestellt wurde, zu einer Art Verbrüderung. Es fanden sich Darsteller aus Frankreich und Großbritannien in deutschen Uniformen ein: „Wenn das nicht gelebtes Europa ist, was ist es dann?“, so ein Kommentar.<sup>67</sup> Die Mitglieder dieser Gruppen erschließen sich somit gemeinsam und aktiv europäische Dimensionen des Erinnerns an den Ersten Weltkrieg.<sup>68</sup> Während die Szene hinsichtlich der zu vermittelnden Inhalte zwar eher zu nationalhistorischen Repräsentationen neigt, agieren die Reenactors in der Praxis – vielfach notgedrungen – jedoch grenzübergreifend und -überschreitend;

63 Ebd., 21:04–21:57.

64 Ebd., 21:58–22:28.

65 Ebd., 25:09.

66 Ebd., 27:23–27:43.

67 Verein Historische Uniformen des Deutschen Kaiserreiches 1871–1918 e. V.

68 Der Anglist Wolfgang Hochbruck hob vor wenigen Jahren hervor, dass die Szene „im Hinblick auf die Schaffung gemein-europäischer historischer Identität“ sogar weiter fortgeschritten sei als die Politik; siehe Hochbruck 2013, 105.

über ein nationalhistorisch gedachtes Phänomen entsteht gewissermaßen eine kosmopolitische Form des Erinnerns.<sup>69</sup>

Ganz ähnlich lässt sich auch das eingangs zitierte Beispiel deuten.<sup>70</sup> Nicht nur, dass der Akteur über Jahre einen Prozess durchgemacht hat und davon spricht, er sei selbst kosmopolitischer geworden: Er stellt darüber hinaus fest, dass auch das Leben in der Spätantike und im Frühmittelalter nicht auf die Region allein beschränkt, sondern deutlich offener und kosmopolitischer war, als er anfangs angenommen hatte. Damit passt er seine persönliche Sichtweise aktuellen gesellschaftspolitischen Trends und – hiermit ebenso verflochtenen – wissenschaftlichen Diskursen an.<sup>71</sup>

## Fazit

*„Pop the Nation! Das Nationale als Ressource und Argument“* – für die Living History ist das nur eine Dimension, die sicherlich noch einer intensiveren und systematischeren Auseinandersetzung bedarf. Die von uns vorgenommene Klassifikation ist kaum mehr als ein erster Versuch einer solchen Systematik. Die hier präsentierten Identifikationsfiguren – wir müssen uns auch fragen, ob das überhaupt ein passender Begriff ist – sind idealtypische Figuren, denn realiter sind sie miteinander verwoben, die Grenzen fließend.

Was bleibt also? Auch wenn bei näherer Betrachtung durchaus nationale Erscheinungsformen auftauchen, spielt das Nationale in den von uns analysierten Beispielen eine eher untergeordnete Rolle. Es tritt uns vor allem bei der Darstellung von jüngeren Epochen wie etwa dem Ersten Weltkrieg entgegen; hier werden nationale Geschichte(n) fortgeschrieben. Ähnliches zeigt sich für die Fernsehdokumentationen. Die Filme setzen ganz bewusst und auf lebendige Art und Weise auf nationale Narrative, um diese zu stärken. Viel häufiger als dem Nationalen begegnet man hingegen dem Lokalen und Regionalen – bedingt durch den engen Bezug zur eigenen Lebenswelt und der lokalen und regionalen Geschichte – sowie dem Alter Ego der AkteurInnen. Die eigene Identität wird nicht selten über die Einbindung biografischer Facetten in die Vergangenheit ‚eingelese‘ beziehungsweise in die Vergangenheit projiziert und erscheint jetzt im wahrsten Sinne des Wortes in einem ‚neuen Gewand‘.

## Quellen

BR: Checker Julian. Der Germanen-Check. TV-Dokumentation (2. Staffel, 2. Folge). Regie: Judith Issig. 24 min. Produktion megaherz im Auftrag des Bayerischen Rundfunks. Deutschland 2019.

<sup>69</sup> Samida/Liburkina 2016, 41–54, hier: 54, 52.

<sup>70</sup> SD, Interview vom 20.8.2013.

<sup>71</sup> Wir möchten an dieser Stelle darauf verweisen, dass auch extrem rechts motivierte, transnationale Engführungen in Randbereichen der Living History existieren. Zu einem Beispiel Banghard o. J., 3–10.

- Cernunnos Celtoi: URL: [www.cernunnosceltoi.de](http://www.cernunnosceltoi.de) [15.11.2020].
- Coriobona Village Gaulois: URL: <http://coriobona-village-gaulois.com/village-gaulois/le-village/histoire-dun-projet/> [29.7.2018].
- Dorflinde: Naturreligiöse Siedlungsgemeinschaft Dorflinde von 1992 e. V. URL: [www.dorflinde.org/](http://www.dorflinde.org/) [11.8.2018].
- Great War Association: URL: [www.great-war-assoc.org/GWAUnits.html](http://www.great-war-assoc.org/GWAUnits.html) [16.11.2020].
- Infanterieregiment von Goeben Nr. 28: URL: [www.ir28.org.uk](http://www.ir28.org.uk) [16.11.2020].
- Les Gaulois d'Esse: URL: <http://gaulois-esse.fr/reconstitution/les-gaulois-desse/> [29.7.2018].
- Link Production: Les Gaulois – et si leur vie était plus agréable que la notre? e=m6. TV-Dokumentation. Regie: Mac Lesggy. 30 min. Frankreich 2014.
- Morgaine vom Bärenclan: Cernubona – wir bauen eine Keltenschanze (12.4.2011). URL: [www.mittelalterforum.com/index.php/Thread/11080-Cernubona-wir-bauen-eine-Keltenschanze/](http://www.mittelalterforum.com/index.php/Thread/11080-Cernubona-wir-bauen-eine-Keltenschanze/) [11.8.2018].
- planet schule: Das Kelten-Experiment (2012). URL: [www.planet-schule.de/wissenspool/das-kelten-experiment/inhalt.html](http://www.planet-schule.de/wissenspool/das-kelten-experiment/inhalt.html) [11.8.2018].
- SWR: Das Keltenexperiment. TV-Dokumentation (3 Teile à 15 min., für den Schulgebrauch). Deutschland 2012. URL: [planet-schule.de/wissenspool/das-kelten-experiment/inhalt.html](http://planet-schule.de/wissenspool/das-kelten-experiment/inhalt.html) [11.8.2018].
- SWR: Die Germanen im Südwesten. TV-Dokumentation (2 Folgen). Folge 1: Krieger und Siedler. Regie: Peter Prestel. 45 min. Deutschland 2017. Fassungen für den Unterricht: Germanen im Südwesten. Online: <https://www.planet-schule.de/rss/article/490.html> [6.6.2020].
- SWR: Die Kelten im Südwesten. TV-Dokumentation. Regie: Peter Prestel. 45 min. Deutschland 2012.
- SWR: Odysso – Das will ich wissen! Die geheimnisvolle Welt der Kelten (4 Teile à 5–7 min). Deutschland 2012.
- Taifali: URL: <https://www.taifali.org/site/> [15.11.2020].
- Verein Historische Uniformen des Deutschen Kaiserreiches 1871–1918 e. V.: URL: <https://www.historische-uniformen.de/veranstaltungsruueckblicke/veranstaltungen-2014/villero-2014> [31.3.2021].

## Literatur

- Agnew, Vanessa: Introduction. What is re-enactment? In: *Criticism* 46,3 (2004), S. 327–339. <https://doi.org/10.1353/crt.2005.0001>
- Agnew, Vanessa: History's affective turn. Historical re-enactment and its work in the present. In: *Rethinking History* 11,3 (2007), S. 299–312. <https://doi.org/10.1080/13642520701353108>
- Agnew, Vanessa/Lamb, Jonathan/Tomann, Juliane (Hg.): *The Routledge handbook of reenactment studies. Key terms in the field.* London/New York 2020. <https://doi.org/10.4324/9780429445637>
- Andreasch, Robert (20.11.2007): Nationales Siedeln in Bayerisch-Schwaben. URL: [www.aida-archiv.de/2007/11/20/nationales-siedeln-in-bayerisch-schwaben/](http://www.aida-archiv.de/2007/11/20/nationales-siedeln-in-bayerisch-schwaben/) [15.11.2020].
- Anon.: Armanische Weisheit im Schulfernsehen. In: *der rechte rand* 152/2015, S. 21.
- Bamberg, Michael: Identity and narration. In: Hühn, Peter et al. (Hg.): *The living handbook of narratology.* Hamburg 2013. URL: <http://www.lhn.uni-hamburg.de/article/identity-and-narration> [25.5.2016]. <https://doi.org/10.1515/9783110316469.241>

- Banghard, Karl: Nazis im Wolfspelz. Germanen und der rechte Rand. Archäologisches Freilichtmuseum Oerlinghausen o. J.
- Barricelli, Michele: Historisches Erzählen: Was es ist, soll und kann. In: Hartung, Olaf/Steininger, Ivo/Fuchs, Thorsten (Hg.): Lernen und Erzählen interdisziplinär. Wiesbaden 2011, S. 61–82. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-93478-5\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-531-93478-5_4)
- Büchschütz, Olivier/von Nicolai, Caroline: Gut geschützt im Viereck. Leben auf dem Lande in spätkeltischer Zeit. In: Archäologisches Landesmuseum Baden-Württemberg (Hg.): Die Welt der Kelten. Zentren der Macht – Kostbarkeiten der Kunst. Ostfildern 2012, S. 382–387.
- Gramsch, Alexander: „Schweizerart ist Bauernart“. Mutmaßungen über Schweizer Nationalmythen und ihren Niederschlag in der Urgeschichtsforschung. In: Grunwald, Susanne/Koch, Julia Katharina/Mölders, Doreen/Sommer, Ulrike/Wolfram, Sabine (Hg.): Artefact. Festschrift für Sabine Rieckhoff zum 65. Geburtstag, Teil I. Bonn 2009, S. 71–85.
- Groebe, Valentin: Das Mittelalter hört nicht auf: Über historisches Erzählen. München 2008.
- Halle, Uta: Archäologie, Germanen und Wikinger im Nationalsozialismus. In: Langebach, Martin (Hg.): Germanenideologie. Einer völkischen Weltanschauung auf der Spur. Bonn 2020, S. 103–138.
- Haude, Bertram: Krieg als Hobby? Das Leipziger Völkerschlacht-Reenactment und der Versuch einer Entgegnung. In: Forum Kritische Archäologie 4/2015, S. 1–12. doi: 10.6105/journal.fka.2015.4.1 [25.5.2016].
- Hesse, David Maria: Warrior dreams. Playing Scotsmen in mainland Europe. Manchester 2014. <https://doi.org/10.7765/9781847799173>
- Hochbruck, Wolfgang: Von ‚Flanders Field‘ bis ‚Fort Mutzig‘. ‚Living histories‘ des Ersten Weltkriegs als zweite Ableitungen der Vergangenheit. In: Korte, Barbara/Paetschek, Sylvia/Hochbruck, Wolfgang (Hg.): Der Erste Weltkrieg in der populären Erinnerungskultur. Essen 2008, S. 157–168.
- Hochbruck, Wolfgang: Geschichtstheater. Formen der „Living History“. Eine Typologie. Bielefeld 2013. <https://doi.org/10.1515/transcript.9783839424469>
- Jureit, Ulrike: Magie des Authentischen. Das Nachleben von Krieg und Gewalt im Reenactment. Göttingen 2020.
- Kaese, Marc-Antoine (Hg.): Visions d’une civilisation engloutie. La représentation des villages lacustres, de 1854 à nos jours. Ansichten einer versunkenen Welt. Die Darstellung der Pfahlbaudörfer seit 1854. Hauterive 2008.
- Koch, Georg: Funde und Fiktionen. Urgeschichte im deutschen und britischen Fernsehen seit den 1950er Jahren. Göttingen 2019.
- Meier, Mischa: Caesar hat die Germanen erfunden – oder doch nicht? In: Langebach, Martin (Hg.): Germanenideologie. Einer völkischen Weltanschauung auf der Spur. Bonn 2020, S. 14–38.
- O’Brien Backhouse, Meghan: Re-enacting the wars of the roses. History and identity. In: Ashton, Paul/Keen, Hilda (Hg.): People and their pasts. Public history today. Basingstoke 2009, S. 113–130. [https://doi.org/10.1057/9780230234468\\_7](https://doi.org/10.1057/9780230234468_7)
- Otto, Ulf: Re:Enactment. Geschichtstheater in Zeiten der Geschichtslosigkeit. In: Roselt, Jens/Otto, Ulf (Hg.): Theater als Zeitmaschine: Zur performativen Praxis des Reenactments. Theater- und kulturwissenschaftliche Perspektiven. Bielefeld 2012, S. 228–254. <https://doi.org/10.1515/transcript.9783839419762.229>

- Puschner, Uwe: Die Germanen im völkischen Weltanschauungskosmos. In: Langebach, Martin (Hg.): Germanenideologie. Einer völkischen Weltanschauung auf der Spur. Bonn 2020, S. 70–100.
- Samida, Stefanie: Re-Enactors in archäologischen Freilichtmuseen: Motive und didaktische Konzepte. In: Archäologische Informationen 35 (2012), S. 209–218.
- Samida, Stefanie/Liburkina, Ruzana: Living History und Reenactment. Erste Ergebnisse einer Umfrage. In: Archäologische Informationen 37 (2014), S. 191–197.
- Samida, Stefanie/Liburkina, Ruzana: Living History-Darstellungen zum Ersten Weltkrieg als erinnerungskulturelles Phänomen. Nationalhistorische Narrative und Europäisierungstendenzen. In: Bayerisches Jahrbuch für Volkskunde 2016, S. 41–54.
- Sauerborn, Ulrich: „Römerboom“. In: Jensen, Inken/Wieczorek, Alfred (Hg.): Dino, Zeus und Asterix: Zeitzeuge Archäologie in Werbung, Kunst und Alltag heute. Mannheim u. a. 2002, S. 91–93.
- Sénécheau, Miriam: Sprechen auch Bilder verschiedene Sprachen? Illustrationen in Schulbuchkapiteln zu Kelten, Römern und Germanen im deutsch-französischen Vergleich. In: Heinze, Carsten/Matthes, Eva (Hg.): Das Bild im Schulbuch (Beiträge zur historischen und systematischen Schulbuchforschung). Bad Heilbrunn 2010, S. 125–142.
- Sénécheau, Miriam: Living History, Archäologie und NS-Propaganda. Der ‚Germanenzug‘ zur Sonnenwendfeier im Berliner Grunewaldstadion 1933. In: Willner, Sarah/Koch, Georg/Samida, Stefanie (Hg.): Doing History. Performative Praktiken in der Geschichtskultur. Münster/New York 2016, S. 231–253.
- Sénécheau, Miriam: Die ‚Germanen‘ und ‚wir‘ – Germanenbilder in gegenwärtigen Geschichtskulturen. In: Langebach, Martin (Hg.): Germanenideologie. Einer völkischen Weltanschauung auf der Spur. Bonn 2020, S. 140–173.
- Sénécheau, Miriam/Samida, Stefanie: Living History als Gegenstand Historischen Lernens. Begriffe – Problemfelder – Materialien. Stuttgart 2015.
- Tomann, Juliane: Living History, Version: 1.0. In: Docupedia-Zeitgeschichte, 18.5.2020. <http://dx.doi.org/10.14765/zzf.dok-1755> [16.11.2020].
- von Engelhardt, Michael: Narration, Biographie, Identität. Möglichkeiten und Grenzen des lebensgeschichtlichen Erzählens. In: Hartung, Olaf/Steininger, Ivo/Fuchs, Thorsten (Hg.): Lernen und Erzählen interdisziplinär. Wiesbaden 2011, S. 39–60. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-93478-5\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-531-93478-5_3)
- Wiwjorra, Ingo: Der Germanenmythos in der deutschen Altertumsforschung des 19. Jahrhunderts. In: Langebach, Martin (Hg.): Germanenideologie. Einer völkischen Weltanschauung auf der Spur. Bonn 2020, S. 40–70.

# Die chinesische Nation als pop-kulturelles Konzept und Identitätsmarker

Internet-Praktiken der neuen Generation chinesischer Online-NationalistInnen

*Chenyang Song*

## 1. Einführung

Das Wort „postfaktisch“ – Wort des Jahres 2016 – bezeichnet eine neue Form politischer Debatten im Internet, insbesondere in sozialen Netzwerken. Dabei spielen Meinungen oder Emotionen – so das gängige Bild – eine größere Rolle als Fakten.<sup>1</sup> Dieses Phänomen einer durch digitale Medien bedingten Emotionalisierung politischer Meinungsbildung wird dabei häufig mit als „populistisch“ oder „nationalistisch“ bezeichneten NutzerInnengruppen in Verbindung gebracht. Bemerkenswert ist, dass sich diese Gruppen in ihren digitalen Medienpraktiken häufig populärkultureller Elemente bedienen, wie zum Beispiel der Art des Umgangstons oder der Nutzung von Memes, Bildern, Zitaten aus Populärkulturen und Emojis. Dabei offenbart sich ein Spannungsfeld zwischen einer populistischen und oftmals nationalistisch ausgerichteten Art der politischen Meinungsbildung einerseits und ihrer Verflechtung mit populärkulturell geprägten Kommunikationsmustern andererseits.

Während sich dieses Phänomen in Europa sowie in den USA zuletzt mit dem Brexit, der Präsidentschaft Donald Trumps und den Wahlerfolgen der AfD assoziierte, betrifft es zeitgleich auch eine der am schnellsten wachsenden Nationen der Welt: China. Aktuell lässt sich in China eine neue populistisch-nationalkonservative Welle mit einer auffällig hohen Anzahl von jungen Nutzerinnen beobachten, die sich *Little Pink* nennt. Diese Gruppe bedient sich intensiv einer populärkulturellen, modernen und dabei sehr ‚westlich‘ anmutenden Sprache, wobei sie – und für genau dieses Spannungsfeld interessiert sich der vorliegende Beitrag – zugleich die nationalkonservative beziehungsweise nationalistische Ideologie der Chinesischen Kommunistischen Partei vertritt.

Der vorliegende Aufsatz ist folgendermaßen aufgebaut: Zuerst skizziere ich den historischen Kontext des Nationalismus in der chinesischen Internetkultur und die Entstehung der neuen Generation chinesischer Online-NationalistInnen. Daran

---

1 Bethke 2016.



knüpfen an: die Formulierung der Fragestellung; ein Überblick über den relevanten Forschungsstand – das sind hier die politischen Debatten und die Partizipation sowie die popkulturellen Praktiken im Internet; schließlich die theoretischen und methodologischen Zugänge der Forschung. Den Hauptteil bildet dann, basierend auf meiner bisherigen Feldarbeit,<sup>2</sup> die Vorstellung und Analyse der konkreten Internet-Praktiken der neuen Generation chinesischer Online-NationalistInnen. Der Beitrag schließt mit einem kurzen Fazit ab.

### 1.1 Zur Vorgeschichte des chinesischen Online-Nationalismus

Die starke Resonanz auf nationalistische Töne stellt im chinesischen sozial-ideologischen Spektrum bereits seit Mitte des 19. Jahrhunderts einen langfristigen, markanten und sehr beständigen Faktor dar – jener Zeit, als China von den europäischen Großmächten der Zeit angegriffen und teilweise kolonialisiert wurde. „Make America Great Again“ war nicht nur ein unter anderem in den Präsidentschaftskampagnen von Ronald Reagan und Donald Trump verwendeter Slogan, die dahinterstehende Idee des „Make Motherland Great Again“ bildet auch seit den chinesischen Kolonialerfahrungen einen der wichtigsten Teile des tagesaktuellen politischen Diskurses in China, egal welche Partei oder Führung in Peking regiert.<sup>3</sup>

Mit dem Beginn der Reform- und Öffnungspolitik am Ende der 1970er Jahre öffneten China und die chinesische Bevölkerung wieder ihre „Türen und Geist“ gegenüber dem Rest der Welt. Während dieses Prozesses gelangten auch westliche liberal-demokratische Ideologien in China an Einfluss. Seitdem könnten die ideologischen Debatten als ein Konflikt zwischen „der Linken“ und „der Rechten“ im spezifisch chinesischen Kontext, oder „der Autoritär-Nationalistischen“ und „der Liberal-Globalen“ bei politischen Themen, beschrieben werden: Die „Linke“ charakterisiert sich dabei eher durch ihre Anhängerschaft an die Lehren der Kommunistischen Partei Chinas mit Unterstützung des „Ein-Parteien-System“ sowie der Befürwortung wirtschaftlicher Regulierung. Dies ist grundsätzlich also eine nationalistische Haltung, die sich gegen die Entfaltung einheimischer und internationaler Industriemagnaten und deren Kapital wendet. Auf der anderen Seite stehen „die Rechten“ im Kontext chinesischer Politik eher als Verfechter liberal-demokratischer Ideologien mit toleranten

---

2 Die Feldarbeit wurde in Rahmen meines Dissertationsprojekts durchgeführt. Die Datenerhebung umfasst hauptsächlich die relevanten popkulturell und nationalistisch orientierten Hashtag-Seiten und Chatgruppen auf der chinesischen Social-Media-Plattform *Sina Weibo*, wobei andere Social-Media-Plattformen wie *Twitter*, *Instagram* usw. auch eine Rolle spielen. Die zentrale Forschungsfrage bezieht sich auf die Interaktion oder Vermischung der chinesischen Online-Popkultur und politischer Online-Partizipation mit einem Fokus auf der neuen Generation von Cyber-NationalistInnen.

3 Schneider 2018, 3, 53.

Ideen eines offenen Chinas in einer offenen Welt der Marktwirtschaft, also eher pluralistisch, „pro-Markt/Kapital“ und regimekritisch.<sup>4</sup>

Nach der Einführung der sozialen Netzwerke in China fanden sich diese politischen Widersprüche auch im chinesischen Internetraum wieder. In den Anfangszeiten dieser Technologie diente er zuerst primär als ein Versuchsfeld und ein fiktiver Sehnsuchtsort – ein „Shangri-La“ für Eliten wie Intellektuelle, Studierende oder ExpertInnen, die tendenziell liberal-demokratische Ideologien bevorzugen.<sup>5</sup> Während der nachfolgenden rapiden Entwicklung der chinesischen sozialen Netzwerke (wie zum Beispiel *WeChat*, *Sina Weibo*, *Zhihu* usw.) fanden indes immer mehr die breiteren Bevölkerungsteile einen Platz im neuen Medium, um ihre Emotionen und Meinungen zu äußern: Nach den Statistiken wird die Anzahl der chinesischen InternetnutzerInnen bis 2021 auf 989 Millionen steigen, das sind ca. 70% der Bevölkerung Chinas. Davon besitzen etwa 20 Prozent einen Hochschulabschluss.<sup>6</sup> Auf *Sina Weibo* zum Beispiel, hatte die Anzahl der DAU (daily active users) bis September 2020 224 Millionen erreicht. 80 Prozent der NutzerInnen sind nach 1990 geboren, wobei 54,6 Prozent weiblich sind. Außerdem stammen die Weibo-NutzerInnen hauptsächlich aus den wirtschaftlich und infrastrukturell höher entwickelten östlichen Regionen sowie den dicht bevölkerten südwestlichen Provinzen des Landes.<sup>7</sup> Im Zuge dieser Entwicklung gewinnen auch populistische und nationalistische Diskurse in den chinesischen Social Media zusehends an Bedeutung.

Neben der Popularisierung der sozialen Netzwerke wurde das ideologische Onlinespektrum in China durch verschiedene lokale und internationale Ereignisse im Zeitraum von 2008 bis 2013 stark beeinflusst. Einerseits stimulierte die wachsende nationale Stärke und die offizielle Förderung des Bildes eines starken China in der Welt die patriotischen und nationalistischen Emotionen in den sozialen Medien des Landes.<sup>8</sup> Andererseits nahm die Internetzensur nach Xi Jinpings Machtübernahme seit dem Jahr 2012 zu. Dabei wurden nicht nur eine Reihe von Social Media Accounts liberal-demokratischer InfluencerInnen blockiert, sondern einige davon sogar verhaftet.<sup>9</sup> All diese Faktoren führen zu einem ideologischen Gesamtbild des chinesischen Online-Spektrums: Es ist gezeichnet vom Aufstieg der staatstragenden Ein-Parteien-Lehre sowie einem Zurückdrängen von liberal-demokratischem Gedankengut.

4 Xu/Pan 2018, 255–273, hier: 255.

5 Han 2018, 174–190.

6 Cyberspace Administration of China/Office of the Central Cyberspace Affairs Commission: Di 47 ci zhongguo hulianwangluo fazhan zhuangkuang tongji baogao [The 47<sup>th</sup> China Statistical Report on Internet Development] (3.2.2021).

7 Sina Weibo: Weibo 2020 yonghu fazhan baogao [Entwicklungsbericht den Weibo-NutzerInnen im Jahrgang 2020] (12.3.2021).

8 Wang/Li/Wu 2016, 33–53, 40, 47.

9 Creemer 2017, 85–100, hier: 91–99; Repnikova/Fang 2018, 763–779, hier: 765–772; Han 2018, 66–67.

Vor diesem Hintergrund beginnt die Geschichte der neuen Generation chinesischer Online-NationalistInnen.

## 1.2 Die Entstehung der neuen Generation chinesischer Online-NationalistInnen

Die Geschichte der neuen Generation chinesischer Online-NationalistInnen lässt sich bis ins Jahr 2008 zurückverfolgen. Das Label *Little Pink* wurde im rosafarbenen Online-Literaturforum *Jinjiang Literature City* geschaffen. Im Jahr 2015 wurde ein Konflikt auf *Sina Weibo*, der chinesischen Version von Twitter, online ausgetragen. Der berühmte liberale Influencer Daguguguji (chinesisch: Großer knurrender Hahn) stritt dabei aggressiv mit einigen aktiven jungen nationalistischen *Weibo*-Nutzerinnen, die ursprünglich aus dem zuvor genannten Literaturforum stammten. Während dieses Streits wurde die Bezeichnung *Little Pink* von Daguguguji ironisch genutzt, um seine Gegnerinnen zu erniedrigen und bloßzustellen. Seitdem verbreitet sich das Label *Little Pink* und ist zu einer abwertenden Bezeichnung für junge Online-Nationalistinnen geworden.<sup>10</sup>

Während des Winters 2015/2016 gelangte *Little Pink* im chinesischen Internet zu allgemeiner Bekanntheit. Im November 2015 zeigte die populäre, aus Taiwan stammende, 16-jährige Popsängerin Chou Tzuyu die Fahne der Republik China (Taiwan) in einer koreanischen Variété-Show. Als sich entsprechende Videos und Berichte im chinesischen Internet verbreiteten, warfen wütende chinesische InternetnutzerInnen der Sängerin vor, eine „Taiwan-Separatistin“ zu sein, die mit ihrem Auftritt eine politische Botschaft verbreiten möchte. Nach monatelangem hin- und herwogendem Kampf in den chinesischen sozialen Medien postete Chou Tzuyu Anfang Januar 2016 ein Entschuldigungsvideo an die chinesischen InternetnutzerInnen auf *Weibo*. Kurz vor der Präsidentschaftswahl im Jahr 2016 schockierte und erzürnte diese Aktion wiederum das taiwanesisches Publikum<sup>11</sup> und beeinflusste indirekt auch die Wahl des neuen Staatsoberhauptes in Taiwan: Die chinakritische und für eine Unabhängigkeit Taiwans stehende Kandidatin Tsai Ing-wen gewann die Wahl und wurde neue Präsidentin des Landes.

Diesem Votum in Taipeh folgte ein Aufruf auf *Di Ba* („帝吧“ auf Chinesisch, ein männlich dominiertes Subforum von *Baidu Tieba*<sup>12</sup>), der von zehntausenden chinesischen InternetnutzerInnen beantwortet wurde. Als Reaktion auf das Wahlergebnis organisierten sich diese und ‚fluteten‘ die Kommentarzonen bestimmter Facebook-Seiten (zum Beispiel die Seiten von *Chou Tzuyu*, *Tsai Ing-wen* sowie von relevanten taiwanesischen Medien) mittels einer Vielzahl von Kommentaren und Beleidigungen

10 Fang/Repnikova 2017, 1–24, hier: 9–10.

11 Buckley/Ramzy 2016.

12 *Baidu Tieba* (百度贴吧) ist ein populäres chinesisches Online-Diskussionsforum, das vom IT-Konzern Baidu etabliert wurde.

in Form von Memes, Satiren oder chinesischen Online-Slang-Ausdrücken. TeilnehmerInnen benannten diese Kampagne in der Folge „Di Ba Kreuzzug“.<sup>13</sup>

Nach diesen Ereignissen wurde die Bezeichnung *Little Pink* ein gebräuchliches Label für alle neuen Generationen chinesischer Online-NationalistInnen. Wegen der Verbindung zwischen diesem Label und der Online-Slash-Fan- oder Fandom-Kultur werden die *Little Pinks* von Medien und ihren GegnerInnen oft als eine Gruppe unwissender, junger, weiblicher Online-Fans beschrieben, obwohl der „Online-Kreuzzug“ hauptsächlich von männlichen Nutzern von *Di Ba* initiiert worden war.<sup>14</sup>

Seitdem ist die Diskussion über *Little Pink* in den öffentlichen Fokus geraten. Diese NutzerInnengruppe tritt sehr aktiv bei öffentlichen Online-Debatten über diverse Ereignisse auf, zum Beispiel dem Schiedsspruch zum Südchinesischen Meer,<sup>15</sup> den Protest und Boykott gegen den Einsatz des THAAD-Systems in Südkorea<sup>16</sup> usw. Während der politischen Onlinedebatten und -kampagnen bedienen sich diese Gruppen in ihren digitalen Medienpraktiken häufig populärkultureller Elemente, wie zum Beispiel einer spezifischen Art des Umgangs mit, der Nutzung von Memes, Bildern, Zitaten aus der Fandom-Kultur und Emojis. Dies ist derzeit unter anderem auch bei den Kampagnen der chinesischen Online-GegnerInnen zu den aktuellen Protesten in Hongkong zu beobachten.

## 2. Fragestellung, Forschungsstand, theoretische und methodologische Zugänge

Es stellt sich die folgende Frage: Wie hat sich der Begriff der „chinesischen Nation“ als ein popkulturelles Konzept und Identitätsmarker im Diskurs der neuen Online-NationalistInnen entwickelt? Um diese Frage zu untersuchen, sollen zunächst der aktuelle Forschungsstand in den relevanten Bereichen sowie theoretische und methodologische Zugänge der Forschung erläutert werden. Das Thema berücksichtigt dabei hauptsächlich diese beiden Forschungsbereiche: 1) Forschung zu politischen Debatten oder Partizipation in politischen Prozessen im Internet; 2) Forschung zu populärkulturellen Praktiken im Internet.

13 The Economist: Youthful Nationalists: the East is pink. (13.8.2016)

14 Fang/Repnikova 2017, 1–24, hier: 1.

15 Es bezieht sich hauptsächlich auf den Schiedsspruch für Territorialkonflikte zwischen China und den Philippinen im Jahr 2016: Chinas Ansprüche (die sog. „Neun-Striche-Linie“) im Südchinesischen Meer wurde vom internationalen Schiedsgericht in Den Haag abgewiesen. Das Urteil wurde von der chinesischen Regierung abgelehnt und zog große Proteste im chinesischen Internet nach sich.

16 Im Jahr 2017 trieben die USA und Südkorea den Einsatz des THAAD-Raketenabwehrsystems in Südkorea voran, was von China als eine ernsthafte Bedrohung seiner Staatssicherheit wahrgenommen wurde. Um den Einsatz zu verhindern, hatte die chinesische Regierung massive Proteste und Boykotte gegen koreanische Popstars sowie koreanische Konzerne wie Lotte Co. Ltd organisiert.

Aus den ethnografischen und kulturalanthropologischen Disziplinen hat eine Vielzahl von Studien und Arbeiten zum Verständnis dieses Themas beigetragen. Viele davon zielen auf ein Verständnis von Cyberkultur als Konzentration auf *cultural politics* oder Internetkultur beziehungsweise Social Media-Popkultur. Diese können in zwei Bereiche eingeteilt werden: Einerseits handelt es sich um Studien zu politischen Online-Praktiken und Inhalten von NutzerInnen und zu digitalen politischen Prozessen, wie zum Beispiel die Mobilisierung, Vernetzung und Community-Bildung. Andererseits existiert ein Bestand von Studien zu Funktionsmechanismen der digitalen Medien sowie zu den technischen Affordanzen von Social Media und damit verbundenen Machtdynamiken im Internet.<sup>17</sup> Historisch relevant für das hier vorgestellte Thema ist Yongming Zhous Forschung zu Online-NationalistInnen auf chinesischen Internetplattformen, die der Autor, basierend auf langfristigen teilnehmenden Beobachtungen und Interviews, als „informierte NationalistInnen“ beschrieben hat: „Online Chinese nationalists, who have the access to the Internet and are well informed about the outside world, yet are still very anti-American“.<sup>18</sup>

In den Politik- und Kommunikationswissenschaften sowie der Soziologie sind politische Debatten und Partizipation im Internet ein ebenso großes Thema. Viele der Arbeiten haben ihren Schwerpunkt auf die politische Partizipation der jüngeren Generationen gelegt. Diese weichen durch neue digitale Plattformen dem politischen „Establishment“ aus oder kämpfen gegen dieses an.<sup>19</sup> Als Theorie-Kontext spielen daneben Anthony Giddens Modernitätstheorien eine aufschlussreiche Rolle. Sein Konzept der „Liberal/Life politics“<sup>20</sup> hilft dabei, die sozio-kulturellen Hintergründe des *Little Pink*-Phänomens im Rahmen des Modernisierungsprozesses in China zu ergründen.

Über den aktuell aufgestiegenen Populismus und Nationalismus im Internet liegen ebenfalls einige Arbeiten vor.<sup>21</sup> Viele der AutorInnen argumentieren, dass die technischen Affordanzen von Social Media das politische Engagement der Massen verstärkt haben, während PolitikerInnen das Netz nutzten, um populistische Ideologien durch Social Media zu verbreiten.<sup>22</sup> Insofern ist es wichtig herauszufinden, wie spezifische technische Affordanzen in den chinesischen sozialen Medien Meinungsbildung und Internet-Praktiken der neuen Generation von Online-NationalistInnen wie den *Little Pinks* prägen.

17 Coleman 2010, 487–505, hier: 487; Postill 2012: 163–184, hier: 168–169; Juris 2012, 259–279, hier: 266–271; Bonilla/Rosa 2015, 4–17, hier: 7–11; Wilson/Peterson 2002, 449–467, hier: 453–461.

18 Zhou 2005, 211.

19 Dahlgren 2005, 147–162, hier: 148–150; Castells 2010, 69; Yang 2009, 25–43; Brady u. a. 2012, 2; Loader/Vromen/Xenos 2014, 143–150, hier: 143.

20 Giddens 1991, 209.

21 Büchel u. a. 2017, 1109–1126, hier: 1109; Gerbaudo 2018, 745–753, hier: 745; Alvares/Dahlgren 2016, 46–57, hier: 46; Ingleharts/Norris 2016, 1.

22 Ebd.

Wenn aktuelle populistische und nationalkonservative Online-Bewegungen mit praxis-theoretischen Zugängen analysiert werden, erscheinen ihre Online-Tätigkeiten zunächst als Medien- beziehungsweise Internet-Praktiken. Wie Dang-Anh, Pfeifer, Reisner und Villioth in ihrem Essay zusammenfassen: Medien-Praktiken sind „was Menschen mit Medien tun und was Medien mit Menschen machen“,<sup>23</sup> sie konstituieren sich also im Wechselspiel zwischen menschlichen und medialen/technischen Tätigkeiten. In ähnlicher Weise definiert Christoph Bareither Internet-Praktiken: Alltägliche Tätigkeiten, die mit technischen und materiellen beziehungsweise körperlichen Artefakten verwoben sind.<sup>24</sup> Diese Perspektive findet auch in meinem Forschungsprojekt Anwendung.

In meiner Arbeit möchte ich solche populärkulturellen Praktiken (wie das Verwenden von Internet-Memes) auch im Rahmen der Forschung zu Fandom-Kultur und kulturellem Konsum betrachten. Mit John Fiske und Henry Jenkins lassen sie sich als eine Form des „Wilderns“ in den originalen Kulturprodukten und damit als eine Selbstermächtigung des Publikums betrachten.<sup>25</sup> Um so gezielt die Online-Praktiken der neuen Generation chinesischer NationalistInnen zu untersuchen, setzt dieser Beitrag methodologisch auf eine Internet-Ethnografie nach Christine Hine: „Ethnography for the Internet can usefully consider both forms of discourse, exploring connections and disconnects between policy and practices, mass media portrayals, and everyday experience.“<sup>26</sup> In diesem Sinne gestaltet sich mein methodisches Vorgehen vor allem als eine multimodale und *multi-sited* Internet-Ethnografie, die sowohl eine reflexive Einbettung des Forschenden in das Feld einschließt, als auch durch Mixed-Methods-Ansätze bereichert wird.

Im Rahmen meiner Internet-Ethnografie kommen primär qualitative Methoden wie die teilnehmende Beobachtung und Online-Interviews zur Anwendung.<sup>27</sup> In Hinblick auf mein Projekt bedeutet teilnehmende Beobachtung eine persönliche und dauerhafte *real-time* Einbettung in das *multi-sited* Online-Feld, konkret über Social-Media-Plattformen und Webseiten, über welche die *Little Pinks* ihre Online-Medien-Praktiken realisieren und sich in Verbindung setzen. Als Quellen sollen nicht nur verschiedene Arten öffentlicher Postings (zum Beispiel Kommentare über bestimmte politische Themen, Likes, Verwendungsweisen von Memes oder Emojis), sondern auch Material aus der ethnografischen Interaktion (Chat-Protokolle, Feldnotizen) gesammelt werden. Ergänzt wird die teilnehmende Beobachtung durch kontextualisierende, qualitative, leitfadengestützte Online-Interviews mit ausgewählten NutzerInnen, wobei die konkreten Regeln, Praktiken und Bedeutungen der jeweiligen

23 Dang-Anh u. a. 2017, 7–37, hier: 7.

24 Bareither 2017, 11–35, hier: 25.

25 Fiske 1992, 31–37, hier: 35; Jenkins 1992, 28.

26 Hine 2015, 90.

27 Vgl. Lüders 2007, 384–401, hier: 386–389; Hauser-Schäublin 2008, 37–58, hier: 38; Schmidt-Lauber 2007, 219–248, hier: 220.

Online-Kulturen eingehender fassbar werden.<sup>28</sup> Die ethnografische Perspektive wird zudem durch eine „Mixed-Methods-Datenanalyse“<sup>29</sup> kontextualisiert. Dabei handelt es sich um eine Kombination zwischen Feldbeobachtung und quantitativer Methodik, gestützt auf einer softwarebasierten Analyse und Codierung mit MAXQDA<sup>30</sup>.

### 3. Aktuelle Konjunkturen chinesisch-nationalistischer Online-Praktiken

In meiner Feldforschung ist ein deutliches Vergnügen an der Vergötterung der chinesischen Nation und der staatlichen Führung zu beobachten. Während der Online-Bewegungen gegen die Proteste in Hongkong seit 2019 bezeichneten sich viele nationalistische Nutzerinnen selbst als „Fandom girl (der chinesischen Nation)“ („饭圈女孩“ auf Chinesisch) oder „iZhong“ (ein abgekürztes Homophon von „liebe China“ im Chinesischen). Gleichzeitig wird die chinesische Nation im Image eines männlichen Popstars mit dem Namen „A Zhong Gege“ („阿中哥哥“ auf Chinesisch, also der ältere Bruder A Zhong) vergöttert. In der ostasiatischen Fandom-Kultur ist es üblich, männliche Idole „(Älterer) Bruder“ zu nennen. Diese Praxis wurzelt in der konfuzianischen patriarchalen Familienstruktur und den gesellschaftlichen Hierarchien, was aktuell von Fan Yang und Qing Yan als eine „Parakin relationship“, also eine fantasierte Verwandtschaft zwischen Fans und ihren Idolen beschrieben wird.<sup>31</sup> Unter diesem Label organisierten sie sich selbst und kooperierten mit anderen männlichen UserInnen, um die eigenen Kampagnen massiv und gleichzeitig durchzusetzen.

Die Betonung des Geschlechts und der starken Fandom-Eigenschaft dieser Nutzerinnen hat Kecheng Fangs und Maria Repnikovas Forschung im gewissen Sinne widerlegt. Die beiden argumentieren, dass die Bezeichnung *Little Pink* eher ein erfundenes Label ist und das Geschlecht von GegnerInnen-Gruppen genutzt wird, um Vorstellungen des Nationalismus umzustrukturieren.<sup>32</sup> Auf dieser Ebene wurde die Symbolik des chinesischen Online-Nationalismus nicht nur durch Etikettierungspraxis der GegnerInnengruppe neu strukturiert, sondern auch durch die eigenen Internet-Praktiken der Online-Nationalistinnen selbst. Die popkulturelle Konzeption und Identifikation mit der chinesischen Nation erfolgt dabei über die im Folgenden beschriebenen Internet-Praktiken.

28 Vgl. Hine 2015, 80–82, 103–106, 116–118; Schlehe 2008, 119–142, hier: 119–120.

29 Kuckartz 2014, 30–37.

30 Hine 2015, hier: 78, 121; Bail 2014, 465–482, hier: 465–468; Hsu 2014, 43–64, hier: 43. Alle Inhalte wurden auf Webseiten der ausgewählten NutzerInnenaccounts durch Web Collector von MAXQDA gesammelt und analysiert. Dadurch können nicht nur Merkmale der textlichen Inhalte von Postings und Memes, sondern auch Image-Inhalte von Memes und Emojis sortiert und visualisiert werden.

31 Yang/Yan 2020, 1–23, hier: 2.

32 Fang/Repnikova 2017, 1–24, hier: 1.



### 3.1 Interaktions- und Organisationsmechanismen der NutzerInnengruppe

Ohne Kenntnis der Interaktions- und Organisationsmechanismen der chinesischen Online-Fandom-Kultur würden die Internet-Praktiken der politischen Partizipation der aktuellen chinesischen Online-NationalistInnen nicht so spezifisch wirken. In ihrem aktuellen Aufsatz über chinesisches Daten-Fandom erläutern Qian Zhang und Keith Negus, wie Daten-Fandoms kollektive Organisationen (zum Beispiel Fanclubs oder Datenteams) leiten und eine Art Daten-Teamwork (zum Beispiel „Anti-Kritik“<sup>33</sup>, „Kommentare und Nachrichten reinigen“ usw.) für die Durchsetzung ihrer Ideale organisieren.<sup>34</sup> Auch in meiner Forschung ist eine Reihe dieser politischen Variationen zu finden. Die chinesische Nation oder die nationale Führung ins Zentrum gestellt, gründeten diese NutzerInnengruppen einige Fanclubs oder Chatgruppen in den sozialen Medien, wobei diese eine Serie von Subgruppen mit unterschiedlichen Funktionen enthalten. Es gibt drei grundlegende Typen in der Community-Struktur der chinesischen Online-NationalistInnen: „Unterstützungsgruppen“ („后援组“ im Chinesischen), „Gruppen der Text- und Bildredaktion“ („图文组“ im Chinesischen) und „Gruppen der Anti-Kritik“ („反黑组“ im Chinesischen). Obwohl sich die Funktionen der Gruppen überschneiden können, fungieren sie im Einzelnen wie folgt:

- a) Eine Unterstützungsgruppe ist eine der grundlegendsten Einheiten in der Struktur, diese bietet den NutzerInnen eine Plattform für die tägliche Kommunikation, für die PR-Kampagnen-Organisation oder den Merchandise-Vertrieb.
- b) Gruppenmitglieder mit guten Photoshop- oder Marketing-Kenntnissen nehmen normalerweise an Gruppen der Text- und Bildredaktion teil. Alle Arten von Inhalten, einschließlich Slogans, Poster, Punchlines usw. werden in diesen Gruppen massiv als Memes oder mit Werbetexten versehen produziert. Danach werden diese Materialien durch Posts mit Hashtags innerhalb der Chatgroups mit anderen Mitgliedern geteilt.
- c) Die treuesten und aggressivsten NutzerInnen engagieren sich in den Gruppen der Anti-Kritik. Ihre täglichen Aufgaben umfassen die Suche nach negativen Kommentaren über ihr Idol (also die chinesische Nation) oder die Verwüstung von Accounts durch intensive *Trolling*- oder Denunziations-Kampagnen.

In all diesen Gruppen verfügen die BetreiberInnen der Fanclubs, Hashtags oder Super-Hashtags über eine höhere Position in den Machtstrukturen der Gemeinschaft. Sie haben die Autorität und Befugnis, den Zugang in die Chatgroups zu kontrollieren, Posts auf bestimmten Hashtags-Seiten zu löschen sowie Kampagnen zu organisieren und zu mobilisieren.

33 Im Kontext der chinesischen Online-Fandom-Kultur meinte Kritik/Streit bisher die Interaktion mit den Argumenten der anderen Seite. Anti-Kritik bedeutet Verweigerung jeglicher Interaktion mit den Argumenten der Kritik.

34 Zhang/Negus 2020, 493–511, hier: 504–507.



Abb. 1:  
Screenshot einer Trolling Kampagne.

### 3.2 Plattformübergreifende Trolling-Kampagnen

Auf der Grundlage solcher Interaktions- und Organisationsmechanismen sind *Trolling*-Kampagnen oder *flaming wars* eine der auffälligsten Internet-Praktiken der chinesischen NationalistInnen der jüngsten Zeit.<sup>35</sup> Das Konzept des *flaming* wurde von Patrick O'Sullivan and Andrew Flanagin definiert als: „[...] intentional (whether successful or unsuccessful) negative violations of (negotiated, evolving, and situated) interactional norms [...]“.<sup>36</sup>

Im Kontext meiner Forschung finden *Trolling*-Kampagnen oft plattformübergreifend statt: Auf chinesischen sozialen Netzwerken wie *Sina Weibo* oder *QQ* planen und bereiten sie die „Kreuzzüge“ vor, während die „Schlachtfelder“ danach eher in

35 Phillips 2015, 38–40. Unter einem Troll versteht Whitney Phillips UserInnen, die alles und jeden rein zum Zwecke des persönlichen Vergnügens angreifen, sich über die Reaktion der Opfer erfreuen und so Anerkennung und Bestätigung erfahren, während sie gleichzeitig die eigene Anonymität genießen.

36 O'Sullivan/Flanagin 2003, 69–94, hier: 84.

den internationalen sozialen Netzwerken wie Twitter oder Facebook liegen – wo auch die GegnerInnen (zum Beispiel Taiwan- oder Hongkong-SeparatistInnen) aktiv sind. Aus der Perspektive der chinesischen Fandom-Kultur kann eine *Trolling*-Kampagne auch als eine massiv und intensiv vergrößerte Version einer Anti-Kritik-Kampagne verstanden werden.

Nach der Aufgabenverteilung, der Vorbereitung von Werbetexten und Memes sowie der Feststellung der Zielseiten innerhalb der Social Media-Chatgroups werden Kampagnen dann unter zentraler Führung auf Livestreaming Apps organisiert und durchgeführt. Von Minuten bis Stunden können die Zielseiten (oft die Kommentargebiet oder Hashtag-Seiten bestimmter sozialen Medien) von einigen tausenden bis zehntausenden ironischen Posts und Beleidigungen überschwemmt werden (Abb. 1).

Mein Coding der bisher gesammelten relevanten Posts sowie Interviews zeigen, dass diese Kampagnen von vielen nationalistischen NutzerInnen als „Cheerleading“, also „Jubeln für mein Idol“ (die chinesische Nation), oder „Gegenangriff“ auf Anti-Fans „meines Idols“ interpretiert wurde. Darüber hinaus wurden diese Diskurse von parteiischen oder staatlichen Medien befürwortet, adaptiert und gefördert, wodurch sich die Legitimität des Diskurses verstärkt.<sup>37</sup>

### 3.3 Zur Popularität von Internet Memes in *Trolling*-Kampagnen

In den meisten *Trolling*-Kampagnen spielt die Verwendung von Internet-Memes eine zentrale Rolle. Limor Shifman definiert Internet-Memes als „a group of digital items sharing common characteristics of content, form, and stance, created with awareness of each other [...]“.<sup>38</sup> Bildliche Memes sollen als durch die Mitglieder der teilnehmenden digitalen Kultur verbreitete „operative signs“<sup>39</sup> betrachtet werden. Deren Auswahl und Transformation wird von einem Zusammenspiel von spielerischem Vergnügen, dem politischen Ausdruck auf Social Media-Plattformen und kulturellem Wandel angetrieben. Beim Verbreitungsprozess der Memes ist der Code selbst zum Mittelpunkt und Rohstoff weiterer Produktionen geworden.<sup>40</sup> Auf massive Produktion und Verwendung von Memes durch *Little Pinks* fokussierend, argumentieren Xiaolan Guo und Shaoting Yang, dass *Little Pinks* durch die Verwendung von „starken Memes“ und „gesellschaftlich orientierten Memes“ ein „Consensus Movement“ sowie ein „Active Movement“ geschaffen haben.<sup>41</sup> Andererseits erkennen Kui Zhou und Weishan Miao in

37 Global Times: „Shou hu zuizhaode azhong“: fanquannvhai chuzheng kaisi gangdu „feiqing“ baotu [„Den besten Azhong beschützen!“ Fandom Girls führten einen „Online-Kreuzzug“ gegen Hongkong-separatistische „Loser-Jugend“-Schurken] (15.8.2019); Xinhuanet: Diba fanquannvhai zaichuzheng wangtu huidiao xianggang de ren duibuqi rang nimens shi-wang le [Diba und Fandom Girls führen wieder einen „Online-Kreuzzug“!] (1.9.2019).

38 Shifman 2014a, 41.

39 Shifman 2014b, 340–358, hier: 340.

40 Wiggins/Bowers 2014, 1–21, hier: 1;

41 Guo/Yang 2016 [meine Übersetzung], 54–74, hier: 69.

der Verwendung von Memes die Herausbildung eines „image-contesting nationalism“, also eine spezifische Form des durch Bilder ermöglichten beziehungsweise geförderten Nationalismus im Internet.<sup>42</sup> Auf dieser Ebene sind die gemeinsamen inhaltlichen, formalen und ideologischen Eigenschaften von Memes gleichzeitig der Grund sowie das Ergebnis ihrer Verbreitung und Transformation im Internet. Verstanden mit Ryan Milners Begriff „*media lingua franca*“<sup>43</sup> führen diese Eigenschaften dazu, dass Memes als ideale Träger der gemeinsamen Identitäten, politischen Haltungen sowie emotionalen Mobilisierungen einer NutzerInnengruppe angewendet werden können.

Auf der Grundlage meiner Feldbeobachtung und Datensammlung lassen sich die Memes in zwei Typen zusammenfassen: Einmal handelt es sich um text-dominierte Memes, worin die Texte der alleinige oder dominante Inhalt in den Memes sind. Den anderen Typ bilden grafisch-dominierte Memes, sogenannte „image macros“<sup>44</sup>, bei denen sich die Grafik im Zentrum des Memes befindet, während textliche Inhalte am Rand lokalisiert sind und als Punchline des Memes funktionieren (Abb. 3). Inhalte der grafik-dominierten Memes basieren hauptsächlich auf folgenden drei Formen: die *Moe* (süße) Animation<sup>45</sup> bestimmter Communities oder Staaten (zum Beispiel Online-NationalistInnen selbst, Hong Kong Protestler, Hong Kong Polizei, Chinesische Nation, usw.), Berühmtheiten wie Drama-, Film- und Cartoon-Charaktere, usw. (Abb. 2). Beide Typen von Memes ermöglichen die Visualisierung einer popkulturellen Version der chinesischen Nation und die Generierung der Nation als Identitätsmarker auf einer diskursiven Ebene. Durch *Moe*-Anthropomorphismus<sup>46</sup> in den Memes personalisiert die NutzerInnengruppe das eigene Erscheinungsbild als eine lange Reihe mutiger, süßer, gut informierter, rational und gerecht handelnder junger weiblicher Fans (Abb. 4). Die chinesische Nation wird als ein starker, charmanter, selbstloser junger männlicher Held mit herausragenden und vorbildlichen Charakterzügen konstruiert, der grundlos angegriffen, herabgewürdigt oder diffamiert wird und ob seines guten Wesens sich der unmittelbaren und unvermuteten Hilfe der Einzelnen (Nationalistin) versichert sein kann (Abb. 5). Demgegenüber wird das ‚Andere‘ als falsch informiert, naiv, gewaltsam, böse und entmenslicht visualisiert, als Individuum, das die Entwicklung der Nation behindert (Abb. 6). Angesichts der empfundenen Überzeugungen stellen Ironie, Kritik und Freude die Top 3 der häufigsten Codes dar, die mit diesen Memes verbunden sind.

### 3.4 Online-,Hexenjagden‘ und Denunziation

Im Kontext der chinesischen Social Media treffen die Internet-Praktiken der neuen Generation von Online-NationalistInnen auf staatliche Internetzensur. Vor diesem

42 Zhou/Miao 2016 [meine Übersetzung], 129–143, hier: 140–141.

43 Milner 2013, 1–5, hier: 1.

44 Shifman 2014a, 110–111.

45 „Moe“ bedeutet auf Japanisch „niedlich“. Dementsprechend bedeutet Moe Animation die niedliche Verkörperung/Personalisierung der nichtmenschlichen Objekte.

46 Nicht-menschliche Objekte werden als niedliche Figuren verkörpert.

停止暴力对待港警  
 撑港警 反港独  
 Supporting Hong  
 Kong Police  
 Against Hong  
 Kong  
 Independence  
**ONE CHINA** 

Abb. 2:  
 Bildunterschrift:  
 Ein Beispiel des Text-dominierten Memes.



Abb. 3: Ein grafikdominiertes Meme.

Hintergrund bilden digitale ‚Hexenjagden‘ und Denunziationskampagnen eine letzte bemerkenswerte Praxis. Die Internetzensur ausnutzend, sammeln die *Little Pink* häufig ‚politisch sensible‘ Inhalte ihrer GegnerInnen und veröffentlichen diese auf den Social Media-Plattformen oder spielen sie relevanten Institutionen zu. Diese Praktiken zielen zunächst auf die Blockierung und Löschung von Posts der betreffenden Accounts ab, können aber auch das Ziel weiterer strafrechtlicher Konsequenzen für die GegnerInnen haben. Im Rahmen der chinesischen Online-Fandom-Kultur verstehen diese NutzerInnen ihre online veranstalteten Denunziationskampagnen als Teil ihrer





Abb. 4: Personalisierte Images der Fandom Girls.



Abb. 5:  
Personalisiertes Image der  
chinesischen Nation.



Abb. 6:  
*Image der Hongkong ProtestlerInnen.*

alltäglichen, ‚normalen‘ Teamarbeit in der „Anti-Kritik“-Strategie für ihr Idol, die chinesische Nation. Ein verbreiteter Topos dieser Aktionen ist die Verächtlichmachung der GegnerInnen als „Taiwan- oder Hongkong-SeparatistInnen“ oder sogar „LandesverräterInnen“ und „gebietsfremde feindliche Mächte“. Daneben können deren Posts als „Desinformation“, „einseitige Statements“, oder „China/Vaterlands-Beleidigung“ bei den Plattformbetreibern gemeldet werden.

#### 4. Fazit

Aus einer anfangs belächelten Randgruppe von UserInnen hat sich in den chinesischen sozialen Netzwerken in vergleichsweise kurzer Zeit mittels Kreativität und persönlichem Engagement vieler Einzelner eine bemerkenswerte und ernst zu nehmende Kraft des politischen Diskurses, angesiedelt zwischen Patriotismus und Nationalismus, etabliert. Unter Nutzung popkulturell-politischer Internet-Praktiken und deren beständige kreative Weiterentwicklung mittels Internet Memes, *Trolling*-Kampagnen und Denunziation haben die NutzerInnen eine auf den Medien von Online-Vergnügspraxen basierende Überhöhung der chinesischen Nation geschaffen. Während dieses Prozesses nimmt die chinesische Nation Züge eines von popkulturellen Konzepten wie dem Starkult oder dem Pop-Idol an.

Dazu nutzen die *Little Pinks* die Images, wie jene des tapferen, schönen Mädchens sowie des heroischen, selbstlosen und über sich hinaus wachsenden Jünglings, der unerwartet Hilfe gegen zugefügte Schmach oder Erniedrigung erfährt, als Identitätsmarker, der gleichzeitig eine neue, niedrigschwellige Form der politischen Teilhabe Einzelner ermöglicht. Der Kampf des Mädchens, gemeinsam mit dem vergötterten Jüngling (der chinesischen Nation) gegen das durch vielfältige Images visualisierte Böse, bildet dabei den mobilisierenden Rahmen eines Kampfes von Gut gegen Böse.



## Literatur

- Alvares, Claudia/Dahlgren, Peter: Populism, Extremism and Media: Mapping an uncertain terrain. In: *European Journal of Communication* 31 (2016), S. 46–57. <https://doi.org/10.1177/0267323115614485>
- Bail, Christopher A.: The Cultural Environment: Measuring Culture with Big Data. In: *Theory and Society* 43 (2014), S. 465–482. <https://doi.org/10.1007/s11186-014-9216-5>
- Bareither, Christoph: Internet-Emotionspraktiken. Theoretische und methodische Zugänge. In: *Alltag – Kultur – Wissenschaft. Beiträge zur Europäischen Ethnologie* 4 (2017), S. 11–35.
- Bonilla, Yarimar/Rosa, Jonathan: #Ferguson: Digital Protest, Hashtag Ethnography, and the Racial Politics of Social Media in the United States. In: *American Ethnologist* 42 (2015), S. 4–17. <https://doi.org/10.1111/amet.12112>
- Castells, Manuel: *The Information Age: Economy, Society and Culture, Band 2: The Power of Identity*. Oxford 2010.
- Coleman, E. Gabriella: Ethnographic Approaches to Digital Media. In: *Annual Review of Anthropology* 39 (2010), S. 487–505. <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.012809.104945>
- Creemer, Rogier: Cyber China: Upgraded Propaganda, Censorship, Public Opinion Work and Social Management for the Twenty-First Century. In: *Journal of Contemporary China* 26 (2017), S. 85–100. <https://doi.org/10.1080/10670564.2016.1206281>
- Dahlgren, Peter: The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. In: *Political Communication* 22 (2005), S. 147–162. <https://doi.org/10.1080/10584600590933160>
- Dang-Anh, Mark u. a.: Medienpraktiken. Situieren, erforschen, reflektieren. Eine Einleitung. In: Dies. (Hg.): *Medienpraktiken. Situieren, erforschen, reflektieren*. Siegen 2017, S. 7–37.
- Engesser, Sven u. a.: Populism and Social Media: How Politicians Spread a Fragmented Ideology. In: *Information, Communication & Society* 20 (2017), S. 1109–1126. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1207697>
- Fang, Kecheng/Repnikova, Maria: Demystifying „Little Pink“: The creation and evolution of a gendered label for nationalistic activists in China. In: *New Media & Society* 20 (2017), S. 1–24. <https://doi.org/10.1177/1461444817731923>
- Fiske, John: The Cultural Economy of Fandom. In: Lewis, Lisa (Hg.): *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. London 1992. S. 30–49.
- Gerbaudo, Paolo: Social media and populism: an elective affinity? In: *Media, Culture & Society* 40 (2018), S. 745–753. <https://doi.org/10.1177/0163443718772192>
- Giddens, Anthony: *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford 1991.
- Guo, Xiaolan/Yang, Shaoting: Wangluominzuzhuyiyundongzhong de mimushichuanboyu-gongyidongyuan [The Memetic Communication and Consensus Mobilization in the Cyber Nationalist Movement]. In: *Chinese Journal of Journalism & Communication* 11 (2016), S. 54–74.
- Han, Rongbin: *Contesting Cyberspace in China: Online Expression and Authoritarian Resilience*. New York 2018. <https://doi.org/10.7312/han-18474>
- Hauser-Schäublin, Brigitta: Teilnehmende Beobachtung. In: Beer, Bettina (Hg.): *Methoden ethnologischer Feldforschung*. Berlin 2008, S. 37–58.
- Hine, Christine: *Ethnography for the Internet. Embedded, embodied and everyday*. London 2015.

- Hsu, Wendy F.: Digital Ethnography. Toward Augmented Empiricism: A New Methodological Framework. In: Journal of Digital Humanities 3 (2014), S. 43–64.
- Ingleharts, Ronald, F./Norris, Pippa: Trump, Brexit and the Rise of the Populism: Economic Have-Nots and Cultural Backlash. HKS Working Paper 2016, No. RWP06-011. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2818659>
- Jenkins, Henry: Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture. New York 1992.
- Juris, Jeffrey S.: Reflections on #OccupyEverywhere: Social Media, publicspace, and emerging logics of aggregation. In: American Ethnologist 39 (2012), S. 259–279. <https://doi.org/10.1111/j.1548-1425.2012.01362.x>
- Kuckartz, Udo: Mixed Methods. Methodologie, Forschungsdesigns und Analyseverfahren. Wiesbaden 2014.
- Loader, Brian D./Vromen, Adriane/Xenos, Michael A.: The Networked Young Citizen: Social Media, Political Participation and Civic Engagement. In: Information, Communication and Society 17 (2014), S. 143–150.
- Lüders, Christian: Beobachten im Feld und Ethnographie. In: Flick, Uwe/von Kardorff, Ernst/Steinke, Ines (Hg.): Qualitative Forschung. Hamburg 2007, S. 384–401.
- Milner, Ryan M.: Media Lingua Franca: Fixity, Novelty, and Vernacular Creativity in Internet Memes. In: AoIR Selected Papers of Internet Research 2013.
- O’Sullivan, Patrick B./Flanagin, Andrew: Reconceptualizing „Flaming“ and other problematic messages. In: New Media & Society 5 (2003), S. 69–94. <https://doi.org/10.1177/1461444803005001908>
- Phillips, Whitney: This is why we can’t have nice things: Mapping the relationship between Online Trolling and Mainstream Culture. Cambridge 2015. <https://doi.org/10.7551/mitpress/10288.001.0001>
- Postill, John: Digital Politics and Political Engagement. In: Heather A. Horst/Daniel Miller: Digital Anthropology. Oxford 2012, S. 163–184.
- Rainie, Lee u. a.: Social Media and Political Engagement. Pew Research Center 2012.
- Repnikova, Maria/Kecheng, Fang: Authoritarian Participatory Persuasion 2.0: Netizens as Thought Work Callorators in China. In: Journal of Contemporary China 27 (2018), S. 763–779. <https://doi.org/10.1080/10670564.2018.1458063>
- Schlehe, Judith: Formen qualitativer ethnografischer Interviews. In: Beer, Bettina (Hg.): Methoden ethnologischer Feldforschung. Berlin 2008, S. 119–142.
- Shifman, Limor: Memes in Digital Culture. Cambridge 2014a. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9429.001.0001>
- Shifman, Limor: The Cultural Logic of Photo-Based Meme Genres. In: Journal of Visual Cultures 13 (2014b), S. 340–358. <https://doi.org/10.1177/1470412914546577>
- Schmidt-Lauber, Brigitta: Feldforschung, Kulturanalyse durch teilnehmende Beobachtung. In: Göttisch, Silke/Lehmann, Albrecht (Hg.): Methoden der Volkskunde, Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie. Berlin 2007, S. 219–248.
- Schneider, Florian: China’s Digital Nationalism. New York 2018. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190876791.001.0001>
- Wang, Hongzhe/Li, Simin/Wu, Jing: Cong mimei dao xiaofenhong xinmeijie shangyewenhuanjingxia de guozushenfenshengchan he dongyuanjizhiyanjiu [From Fandom to „Little Pinks“: The Production and Mobilization of National Identities under New Media Commercial Culture]. In: Chinese Journal of Journalism & Communication 11 (2016), S. 33–53.

- Wiggins, Bradley, E./Bowers, G., Brett: Memes as genre: a structurational analysis of the memescape. In: *New Media & Society* 17 (2014), S. 1886–1906. <https://doi.org/10.1177/1461444814535194>
- Wilson, Samuel M./Peterson, Leighton C.: The Anthropology of Online Communities. In: *Annual Review of Anthropology* 31 (2002), S. 449–467. <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.31.040402.085436>
- Xu Yiqing/Pan, Jennifer: China's Ideological Spectrum. In: *Journal of Politics* 2018/80, S. 255–273. <https://doi.org/10.1086/694255>
- Yang, Guobin: *The Power of the Internet in China: Citizen Activism Online*. New York 2009.
- Yang, Fan/Yan, Qing: From Parasocial to Parakin: Co-creating Idols on Social Media. In: *New Media & Society* 2020, S. 1–23. <https://doi.org/10.1177/1461444820933313>
- Zhang, Qian/Negus, Keith: East Asian Pop Music Idol Production and the Emergence of Data Fandom in China. In: *International Journal of Cultural Studies* 23 (2020), S. 493–511. <https://doi.org/10.1177/1367877920904064>
- Zhou, Yongming: *Historicizing Online Politics: Telegraphy, the Internet, and Political Participation in China*. California 2005. <https://doi.org/10.1515/9780804767583>
- Zhou, Kui/Miao, Weishan: jingzhengxing de tuxiangxingdongzhuyi zhongguowangluomin-zuzhuyi de yizhongshijuechuanboshijiao [Contested Visual Activism: A Visual Communications Perspective of Cyber Nationalism in China] In: *Chinese Journal of Journalism & Communication*, 11(2016), S. 129–143.

## Quellen

- Bethke, Hannah: „Postfaktisch“ ist das Wort des Jahres 2016 (9.12.2016). URL: <http://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/postfaktisch-ist-das-wort-des-jahres-2016-14566525.html> [23.11.2020].
- Buckley, Chris/Ramzy, Austin: Singer's Apology for Waving Taiwan Flag Stirrs Backlash of Its Own (16.1.2016). URL: [https://www.nytimes.com/2016/01/17/world/asia/taiwan-china-singer-chou-tzu-yu.html?\\_ga=2.215822743.1834304089.1606166390-1517324918.1606166390](https://www.nytimes.com/2016/01/17/world/asia/taiwan-china-singer-chou-tzu-yu.html?_ga=2.215822743.1834304089.1606166390-1517324918.1606166390) [23.11.2020].
- Xinhuanet: Diba fanquannvhai zaichuzheng wangtuhuidiao xianggangde ren duibuqi rang nimens shiwan le [Diba und Fandom Girl führen wieder einen „Online-Kreuzzug!“] (1.9.2019). URL: [http://www.xinhuanet.com/gangao/2019-09/01/c\\_1210263520.htm](http://www.xinhuanet.com/gangao/2019-09/01/c_1210263520.htm) [23.11.2020].
- Cyberspace Administration of China/Office of the Central Cyberspace Affairs Commission: Di 47 ci zhongguo hulianwangluo fazhan zhuangkuang tongji baogao [The 47<sup>th</sup> China Statistical Report on Internet Development] (3.2.2021). URL: [http://www.cac.gov.cn/2021-02/03/c\\_1613923423079314.htm](http://www.cac.gov.cn/2021-02/03/c_1613923423079314.htm) [20.5.2021].
- Global Times: „Shou hu zuihaode azhong“: fanquannvhai chuzheng kaisi gangdu „feiqing“ baotu [„Den besten Azhong beschützen!“ Fandom Girls führten einen „Online-Kreuzzug“ gegen Hongkong-separatistische „Loser-Jugend“-Schurken] (15.8.2019). URL: <https://china.huanqiu.com/article/9CaKrnmegL> [23.11.2020].
- The Economist: Youthful Nationalists: the East is pink (13.8.2016). URL: <https://www.economist.com/china/2016/08/13/the-east-is-pink> [23.11.2020].

Sina Weibo: Weibo 2020 yonghu fazhan baogao [Entwicklungsbericht den Weibo-NutzerInnen im Jahrgang 2020] (12.3.2021). URL: <https://weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309404613871951282183> [20.5.2021].

## Abbildungen

Abb. 1: Instagram.com: Hashtag „Anti-Extradition“ (Ohne Datum). URL: <https://www.instagram.com/explore/tags/%E5%8F%8D%E9%80%81%E4%B8%AD/> [23.11.2021].

Abb. 2: Twitter.com: @ffgdc: #hongkong#香港#whatashametohongkon g#free-hongkong#hk#反送中(15.08.2019). URL: <https://twitter.com/ffgdc20/status/1161885873585000449> [23.11.2021].

Abb. 3: Weibo.com: @People's Daily Oversea Version: The Head of Hongkong Independence Activists Fled to School (15.08.2019). URL: <https://www.weibo.com/u/3057540037> [23.11.2021].

Abb. 4: Weibo.com: @Communist Youth League of China Central Committee: Defend the Best A Zhong! Fandom Girls Carried out Trolling Campaigns to “attack” the Hong Kong Protesters (15.08.2019). URL: <https://weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309404405689006030958> [23.11.2021].

Abb. 5: LOFTER.com: Hashtag „AZhong Gege“ (ohne Datum). URL: <https://www.lofter.com/tag/%E9%98%BF%E4%B8%AD%E5%93%A5%E5%93%A5?tab=archive> [23.11.2021].

Abb. 6: Weibo.com: @Beijing Daily: the Death of Cockroaches (01.09.2019). <https://www.weibo.com/1893892941/I4Yj-Ka9it?type=repost> [23.11.2021].



# **III**

## **Narrating the nation**

Mediales Erzählen





# „Nazis! I hate these guys.“

Indiana Jones, das „Dritte Reich“ und die westdeutsche Erinnerungskultur der 1980er Jahre

Timo Saalmann

„Nazis! I hate these guys.“, stößt der Titelheld der *Indiana-Jones*-Filme hervor, als er eine geheime Kommandozentrale seiner deutschen Gegenspieler entdeckt.<sup>1</sup> Der berühmte Satz verdichtet die Dramaturgie von Filmen, Comics und Computerspielen, in denen die NS-Zeit als Folie zur Inszenierung und Codierung des Bösen genutzt wird. In einer Mischung aus Abenteuer und Action, Mystik und Okkultem schickt die US-Unterhaltungsindustrie populäre Helden in fiktionalen Formaten, deren Handlung im „Dritten Reich“ angesiedelt ist, in den Kampf gegen Deutsche. Es sind der Abenteurer und Archäologe Indiana Jones oder die Comicfigur Hellboy, die Deutschland daran hindern, die Weltherrschaft an sich zu reißen. In Computerspielen, wie den in der Ich-Perspektive erzählten Shootern der *Wolfenstein*-Reihe und anderen missionsbasierten Kampf- und Strategiespielen, helfen die SpielerInnen dabei mit. Zombiefilme lassen Wehrmachts- oder Waffen-SS-Soldaten als Untote zurückkehren, die in drastischen Gewaltdarstellungen den deutschen Eroberungskrieg fortführen.<sup>2</sup> Sicherlich wirken dabei deutsche Genozid- und Kriegsverbrechen wie auch die Anwesenheit nationalsozialistischen Verwaltungspersonals in den besetzten Ländern nach und sind Ausdruck kultureller Gedächtnisse, die sich in den von der NS-Herrschaft betroffenen Nationen individuell ausgeformt haben.<sup>3</sup>

Welchen Einfluss Unterhaltungsmedien auf die Geschichts- und Erinnerungskultur in der Bundesrepublik vor der Deutschen Einheit möglicherweise hatten, soll am Beispiel der *Indiana-Jones*-Filme von US-Regisseur Steven Spielberg (\*1946) untersucht werden. Der erste und der dritte Teil der Reihe, *Raiders of the Lost Ark* (*Jäger des verlorenen Schatzes*) von 1980 und *Indiana Jones and the last Crusade* (*Indiana Jones und der letzte Kreuzzug*) von 1988<sup>4</sup>, setzen einerseits eine Traditionslinie media-

---

1 Spielberg 1988, 44:30–44:45.

2 Jüngerkes/Wienand 2012, 238–257.

3 Knigge/Frei 2005.

4 Spielberg 1980; Spielberg 1988. – Lucasfilm Ltd., San Francisco, als Rechteinhaber an den *Indiana-Jones*-Filmen, hat die Verwendung von *film stills* in diesem Beitrag untersagt (E-Mail vom 19.5.2021).

ler Repräsentation nationalsozialistischer Deutscher fort, markieren aber andererseits einen Wandel in deren Darstellung.

Spielfilme, in denen die NS-Herrschaft, die deutschen Angriffskriege oder die Verfolgung politischer Gegner und der europäischen Juden thematisiert werden, gab es schon seit den dreißiger Jahren.<sup>5</sup> Ein markanter Einschnitt in der filmischen Repräsentation der Epoche ereignete sich jedoch im Zeitraum der Entstehung dieser Spielberg-Werke. Nachweislich nahm die Zahl von US-Filmen, die Deutsche als „Nazis“ darstellten, in diesem Jahrzehnt zu.<sup>6</sup> Inken Brandes wertete rund 180 nach 1945 entstandene Produktionen aus und stellte fest, dass sich „etwa 68 Prozent“ ihres Samples „mit dem Krieg und Nazideutschland“, nicht aber mit anderen Abschnitten der deutschen Geschichte befassen. Solche als „Nazifilme“ subsummierte Werke vermitteln und schreiben „offenbar [...] ein Deutschlandbild“ fest, welches „keinen unmittelbaren Bezug zur heutigen Realität aufweist, das aber dennoch entscheidend Einfluss darauf nimmt, wie die Deutschen und ihre Geschichte wahrgenommen werden.“<sup>7</sup>

Im Zentrum der Betrachtung stehen zum einen die Bilder, die von der Zeit des Nationalsozialismus entworfen und vermittelt werden. Zum anderen – und daran anknüpfend – geht es um die Wirkmächtigkeit dieser Geschichtsbilder für die Erinnerungskultur in der Bundesrepublik vor der Deutschen Einheit. „Nazis“ dienen, so die Annahme der folgenden Überlegungen, in Unterhaltungsmedien und besonders im Film gleichsam als Projektionsfläche negativer nationale Stereotype über Deutsche.<sup>8</sup> Die Gleichsetzung von Deutschen mit „Nazis“ im allgemeinen Sprachgebrauch sowohl in den USA als auch in anderen Nationen war während des Zweiten Weltkriegs und in der frühen Nachkriegszeit weit verbreitet.<sup>9</sup> Dass sich das Nazi-Stereotyp bei FilmemacherInnen spätestens in den 1990er Jahren verfestigt hatte, konstatiert Christine Lokotsch Aube.<sup>10</sup> In ihrer Arbeit *The Enduring Villain. Germans as Nazi Stereotypes in American Cinema* kommt die Autorin zum Ergebnis, dass Hollywood als „deutsch“ markierte Figuren „quasi-synonym“ für die Darstellung von „Nazis“ verwendet; dementsprechend können sie in die Filmhandlung eingeführt werden, ohne dass großer erzählerischer Aufwand zur Orientierung der ZuschauerInnen nötig wäre. Es sei geradezu charakteristisch, wie „nahezu alle in der Nachkriegszeit in Amerika erfolgreichen Schauspieler deutscher oder österreichischer Herkunft ihre Karriere in Rollen als nazifizierte Bösewichte, uniformierte Autokraten oder offensichtliche Nazi-Soldaten – vom bösen oder auch ‚gütigen‘ Typus – begannen oder fortsetzen“.<sup>11</sup>

5 Siehe dazu ausführlich Schultz 2012 sowie Ebbrecht 2011.

6 Brandes 1995, 406–407.

7 Ebd., 402.

8 Vgl. Bendels 2019.

9 Eitz/Stötzel 2009, 256–276, hier: 261–262.

10 Lokotsch Aube 1998, 87.

11 Lokotsch Aube 1998, 83 (Übersetzung TS).

In den 1980er Jahre hatte sich das kongeniale Duo aus Regisseur Steven Spielberg und Drehbuchautor und Produzent George Lucas (\*1944) in Hollywoods Filmindustrie etabliert. Spielberg kam die Rolle eines Neuerers zu, seine vorangegangenen Filme waren Kassenschlager gewesen und hatten Maßstäbe gesetzt, *Jaws* (*Der weiße Hai*, 1975) schuf einen neuen, oft kopierten Monstertypus und der Science-Fiction-Film *Close Encounters Of The Third Kind* (*Unheimliche Begegnung der dritten Art*, 1977) beeindruckte durch aufwendige Tricktechnik.<sup>12</sup> Für *Indiana Jones* nahm sich Spielberg mit dem Abenteuerfilm eines weiteren Genres an. 1981 kam *Raiders of the Lost Ark* in die Kinos, das erste Abenteuer des amerikanischen Archäologieprofessors und – wie es im Film heißt – „Kenner des Okkulten“ Henry jr., genannt „Indiana“ oder kurz „Indy“ Jones.<sup>13</sup> Die Hauptrolle spielte Harrison Ford (\*1942), der bereits in dem vorangegangenen Lucas-Film *Star Wars* (*Krieg der Sterne*, 1977) als Raufbold Han Solo besetzt worden war. Innovative Bild-, Ton- und Trickeffekte des 1975 von Lucas gegründeten Tricktechnik-Studios Industrial Light & Magic sorgten für zahlreiche Auszeichnungen, darunter vier Oscars, vor allem in technischen Kategorien, und machten die Produktion zu einem Meilenstein der Filmgeschichte.<sup>14</sup> 1984 folgte der zweite Teil *Indiana Jones and the Temple of Doom* (*Indiana Jones und der Tempel des Todes*), der in einem exotischen Setting in Südasien spielt. 1988 schloss *The Last Crusade* die vorerst zur Trilogie angewachsene Serie ab.<sup>15</sup>

Den Umsatzzahlen nach sind die *Indiana-Jones*-Filme erfolgreiche Blockbuster mit hohen Einspielergebnissen<sup>16</sup>; sie wurden in Printmedien besprochen und haben Kultcharakter, wovon die Lizenzvergabe für einen Medienverbund mit Spin-offs, wie einer TV-Serie über die Abenteuer des jungen Indiana Jones, Bücher, Comics und zahlreiche Computerspiele, zeugen. Ungeachtet des Einflusses, den die Spielberg-Filme auf die populäre Kultur haben, ist der Zusammenhang ihrer filmischen Deutschlandbilder und der Geschichts- und Erinnerungskultur bisher nicht eingehend kulturwissenschaftlich untersucht. Die Wirkung der Spielfilme auf das Massenpublikum ist fraglos schwierig zu ermessen und blieb auch undokumentiert, so dass kaum geeignetes Quellenmaterial zu ihrer Wahrnehmung vorliegt. Umfragen wurden zur Zeit der Erstaufführungen nicht durchgeführt und hätten vermutlich auch kaum Einstellungen zur Darstellung von Deutschen und dem „Dritten Reich“ abgefragt. Dennoch kann als sicher gelten, dass den *Indiana-Jones*-Filmen als Unterhaltungsfilmen durch ihr spezifisches Setting eine geschichtskulturelle Lesbarkeit eingeschrieben ist. Diese lässt sich jedoch nicht direkt, sondern nur im Kontext der Geschichts- und Erinnerungskultur in Deutschland der Entstehungszeit nachweisen, die hier als Analysefolie dient. Mit diesem Vorgehen wird dem Quellenmangel begegnet, indem Handlung und Ikonografie der Filme als Ergänzung des (bundesdeutschen) erinnerungskultu-

12 Seeßlen 2001.

13 Spielberg 1980, 14:54–14:59.

14 Filmdienst.de: Jäger des verlorenen Schatzes (ohne Datum).

15 2008 erschien ein vierter Teil *Indiana Jones und das Königreich des Kristallschädels*.

16 Box Office Mojo (International Movie database): Franchise – Indiana Jones (13.7.2019).

rellen Diskurses verstanden und mit dessen Dynamik in den beiden Jahrzehnten vor der Wende abgeglichen werden.

In den Literatur- und Kunstwissenschaften ist mit der Rezeptionsästhetik ein semiotisches Verfahren etabliert, das hier erkenntnisleitend methodisch aufgegriffen wird. Die Rezeptionsästhetik nimmt nicht nur die Kommunikationsabsicht von AutorInnen in den Blick, sondern auch die der RezipientInnen.<sup>17</sup> Deren Sicht und Wahrnehmung wird abgeleitet, indem das gesellschaftlich-kulturelle Klima und das in der untersuchten Epoche vorhandene Vorwissen und die Diskurse der historischen Zeit und die untersuchten Quellen – als lesbare Zeichen – in Beziehung gesetzt werden.<sup>18</sup> Die Diskussionen um die „Historisierung“ des Nationalsozialismus und in Zusammenhang mit der Rede des früheren Bundespräsidenten Richard von Weizsäcker zum 50. Jahrestag des Ende des Zweiten Weltkriegs sind im hier behandelten Zusammenhang besonders relevant.<sup>19</sup> Dabei ist zu bemerken, dass der erste Film *Raiders of the Lost Ark* vor den zentralen Debatten des markanten Jahres 1985, der dritte Film *The Last Crusade* danach erschienen ist. Eine direkte Auswirkung auf die Art der filmischen Darstellung oder die Rezeption wäre damit denkbar.

Auf dem Wege der Werkanalyse und der Kontextualisierung werden Merkmale der popkulturellen NS-Rezeption erkennbar, die Eingang in den Umgang mit der deutschen Vergangenheit fanden. Aufgrund der Inszenierung und Mythisierung des „Dritten Reichs“ muss es darum gehen, *wie* das fiktionale „Dritte Reich“ dargestellt wird und ob und welche Möglichkeiten zur Formung eines historischen Bewusstseins dies bot. Regte die *Indiana-Jones*-Begeisterung überhaupt zu einer eingehenden, kritischen Beschäftigung mit der NS-Geschichte an? Die Identifikation mit dem US-Helden könnte dem deutschen Publikum nämlich umgekehrt auch ein in der Fremdwahrnehmung aus amerikanischer Perspektive entstandenes nichtdeutsches Geschichts- und Deutschlandbild medial vermittelt haben, welches dieses akzeptierte und sich zu eigen machte. In diesem Sinne hätte die filmische Repräsentation des „Dritten Reichs“ eher der Desinformation denn der Aufklärung gedient, sie hätte der in den achtziger Jahren beklagten „Geschichtsvergessenheit“<sup>20</sup> Vorschub geleistet und wäre für die Durchsetzung eines aufgeklärten Geschichtsbildes kontraproduktiv gewesen. In beiden Prozessen, die sich analytisch nicht trennscharf unterscheiden lassen, war, wie zu zeigen sein wird, angelegt, dass die mediale Konstruktion ‚böser Nazis‘ es deutschen ZuschauerInnen ermöglicht, sich von der sogenannten Tätergesellschaft abzugrenzen – also den während der NS-Zeit lebenden und handelnden Deutschen und in den meisten Fällen ihren eigenen Vorfahren.

---

17 Kemp 1991.

18 Vgl. Adelman/Keilbach 2000, 137–150, hier: 139.

19 Siehe die Überblicksdarstellung zur politischen Kultur Schildt/Siegfried 2009, 425–437.

20 Assmann/Frevert 1999.

## Nationalstereotype in den *Indiana-Jones*-Filmen

Die Settings des ersten und des dritten Teils sind in den 1930er Jahren vor Ausbruch des Zweiten Weltkriegs angesiedelt. In *Raiders of the Lost Ark* erhält Indiana Jones von der US-Regierung den Auftrag, einen verlorenen Schatz – die seit der Zerstörung des Jerusalemer Tempels verschollene Bundeslade – sicherzustellen, bevor dieser in die Hände der Deutschen fällt. Im Film macht das alttestamentliche Objekt, in dem die Israeliten der Überlieferung nach die Gesetzestafeln Mose aufbewahrten, „die Armee, die die Bundeslade vor sich herträgt, unbesiegbar“.<sup>21</sup> Ein Gegenstand also, der – akzeptiert man die Drehbuchrealität – für kriegslüsterne Deutsche wie US-Amerikaner gleichermaßen interessant ist. Nach einer actionreichen Jagd endet die Suche nach der Bundeslade auf einer abgelegenen Mittelmeerinsel. Beim Versuch die Heilige Lade mit einer magischen Beschwörung zu öffnen, kommt der gesamte Suchtrupp der Deutschen samt seiner Helfer ums Leben. Überlebende sind allein Indiana Jones und seine Gefährtin Marion, die nicht nur die Tochter seines akademischen Lehrers, sondern auch eine ehemalige Geliebte ist. Das Movens für Indy ist in gleichem Maße die Rettung des Artefakts sowie der Frau. Als die Bedrohung schließlich abgewendet ist, kehrt Jones in die USA zurück und übergibt den Behörden das Artefakt. In der Schlusszene wird die Bundeslade in ein Lagerhaus gebracht und der Wissenschaft, der Öffentlichkeit und damit auch dem Zugriff der Deutschen entzogen.<sup>22</sup>

Das *Lexikon des internationalen Films* stellt nüchtern fest, der „aufwendige Abenteuerfilm“ verquickte „mit kalkuliertem Raffinement Actionspannung und Effekte en masse miteinander“, wenn sich „ein amerikanischer Archäologe [...] 1936 bis zur altjüdischen Bundeslade durch[forscht und prügelt], die wegen ihrer magischen Kraft auch die Nazis in ihren Besitz bringen wollen“.<sup>23</sup> Hellmuth Karasek, Publizist und Literaturwissenschaftler, machte sich eingehendere Gedanken über den „archäologischen Krieg“, den „die Nazis und ein edler amerikanischer Professor kämpfen“.<sup>24</sup> Karasek legt die klischeehafte Zeichnung der Protagonisten offen: „Die Nazis sind doof und zahlreich“, und weist auf eine weitere Einschreibung eines gruppenbezogenen Stereotyps hin. So dienten die „weiß gewandeten Muselmanen“, die Araber repräsentieren sollen, nur dazu, immer wieder „Gemüse- und Obstkarren“ aufzustellen, die bei der „öden Verfolgungsbalgerei“ in einer „Destruktionsorgie“ zu Bruch gehen: „Ein geistloser Kolonialismus, der die Orientalen zu ‚Hurrah‘ schreienden Spalierstehern degradiert.“ Zwar wisse der Film „schon, was er tut: Alles, was als Geheimnis gut und teuer ist, in Kinderphantasien von Grimm über Karl May, Jules Verne oder Schliemann bis Däniken nachwirkt, wird in dieser filmischen Schnitzeljagd nach dem heiligsten Schrein verwurstet.“<sup>25</sup> Karasek meint jedoch, jeglicher Zauber der exotischen

21 Spielberg 1980, 18:55–19:35.

22 Spielberg 1980, 1:44:40–1:46:35.

23 Lexikon des internationalen Films (Filmdienst.de): Jäger des verlorenen Schatzes (ohne Datum).

24 Karasek 1981.

25 Ebd.

Schauplätze und der Abenteuerhandlung gehe verloren, weil Spielberg zu sehr auf den „Hauruck-Charme“ der draufgängerischen Hauptfigur setze, um „mit der gleichen Unbedenklichkeit Kindergärten wie Altersheime ins Kino [zu] locken“ und die ZuschauerInnen zu überwältigen, wie es das kommerzorientierte Hollywood-Kino verlange.<sup>26</sup> Als Filmhistoriker hebt Georg Seeßlen in einer späteren Besprechung der Filmreihe die Traditionslinie hervor, in die Spielberg sich stellt. Der nostalgische Reiz von *Indiana Jones* gehe in erster Linie von der Verklärung des klassischen Abenteuerfilms der 1930er Jahre aus. Deshalb sei die Trilogie auch in diesem Zeitraum angesiedelt und sei als Hommage zu verstehen.<sup>27</sup>

Die Filmfigur des Indiana Jones orientiert sich am Typus des weißen Abenteurers, geht aber durch die zahlreichen Actionelemente mit langen Verfolgungsjagden sowie Kampf- und Stuntszenen über die spannungsreichen, auf Exotik setzenden Vorlagen hinaus. Sobald der Archäologieprofessor Henry Jones den Hörsaal der Universität verlässt, wird er zu „Indy“. Dieses *alter ego* ist meist unrasiert und nachlässig gekleidet; das Hemd ist offen und wird ohne Krawatte getragen, stattdessen unterstreichen ein Stetson-Hut (Cowboyhut) und eine Bullenpeitsche das rustikale Auftreten. Indiana Jones unterscheidet sich damit deutlich von den literarischen Vorlagen aus Karl-May- oder Jules-Verne-Büchern, die Karasek aufruft. Zwar ist Indiana Jones in seinem Handeln rechtschaffen, moralisch integer und höheren ethischen Werten verpflichtet – gleichwohl handelt er unkonventionell, verletzt immer wieder Normen und Regeln zur Durchsetzung seiner Ziele und wendet aktiv Gewalt an.<sup>28</sup>

Indiana Jones ist eher ein raubeiniger amerikanischer Cowboy als ein Gentleman, anders als einer seiner Antagonisten in *Raiders of the Lost Ark*. Der frankophone René Belloq tritt als galanter Dandy im Kostüm eines Kolonialherren im hellen Anzug mit Tropenhelm oder leichtem Strohhut auf, ist aber mehr Schatzräuber und Raubgräber als Archäologe. Belloq und Indy haben, wie aus ihren Gesprächen hervorgeht, eine längere Konfliktgeschichte, bei der es um den Umgang mit archäologischen Funden geht. Generell graben seine Gegner aus materiellem Interesse und verkaufen Funde meistbietend, während Jones für Museen und die Wissenschaft sammelt.<sup>29</sup>

Dass Belloq in finstere Machenschaften verstrickt ist, wird besonders daran deutlich, dass er mit den Deutschen kollaboriert. Die Deutschen sind die Hauptgegner von Indiana Jones. Die englischsprachige Originalfassung wie auch die deutsche Übersetzung verwendet die Begriffe „Deutsche“ und „Nazis“ meist synonym. Dramaturgisch geschieht dies in Szene gesetzt, als zwei Geheimdienstler Indiana Jones für den

26 Ebd.

27 Seeßlen 2011, 212.

28 Für die Reihe *Blackwell Philosophy and Pop Culture* bereitet Dean A. Kowalski (University of Wisconsin-Milwaukee) einen Band *Indiana Jones and Philosophy* vor, der sich solchen Fragen widmen wird (<https://andphilosophy.com/2019/10/08/indiana-jones-and-philosophy-call-for-abstracts/>; 7.7.2021).

29 Spielberg 1980, 9:39–10:05; Spielberg 1988, 8:32–8:39. Siehe auch Gresh/Weinberg 2008, 18–28.

Auftrag gewinnen wollen. Bei der Vorstellung der deutschen Aktivitäten in Ägypten spricht der eine von „Deutschen“, der andere von „Nazis“.<sup>30</sup> Die Gleichsetzung von „Nazis“ und Deutschen in der Alltagssprache und im Hollywood-Spielfilm ist seit der Kriegszeit gängig und wird in Unterhaltungsmedien mit der Verwendung nationaler Stereotype und einer leicht lesbaren, etablierten Ikonografie zum Ausdruck gebracht.<sup>31</sup> Die Darstellung NS-Deutschlands und von Deutschen basiert einerseits auf der Bildsprache, die die Nationalsozialisten selbst etabliert haben: Hakenkreuzfahnen, Uniformen der Wehrmacht, SA und SS und als deutsch codiertes technisches beziehungsweise militärisches Gerät (Zeppelin, Kübelwagen, Panzer, U-Boot). Es sind konsequenterweise die Actionelemente der Filme, Kampfszenen und Verfolgungsjagen, die diese Requisiten zur Geltung bringen.

Realgeschichtliche Genauigkeit ist dabei selten gegeben. Ungeachtet dessen werden jedoch realgeschichtlich verbürgte Marker der Ereignisgeschichte aufgerufen, wie Massenaufmärsche, Bücherverbrennungen und die Reichsparteitage in Nürnberg, die fiktional überformt werden. Glaubwürdigkeit erzeugen auch Ausstattungsgegenstände, wenn Beschriftungen in gebrochenen Schrifttypen und damit als deutsch konnotiert ausgeführt sind, auch in der englischsprachigen Originalfassung werden kurze Sätze auf Deutsch („Alarm! Schnell hinterher! Lasst sie nicht entkommen!“) und einzelne deutsche Worte, wie „Achtung!“ oder „Zurück!“, im Kommandoton verwendet, wenn Komparsen miteinander sprechen oder sich der Inhalt klar aus der Handlung ergibt.<sup>32</sup>

Die scheinbare Authentizität wird also durch das Nebeneinander und Ineingreifen von Fakten und Fiktion erreicht. Präexistente Stereotype über die Erlebnisgeneration werden dabei bewusst überzeichnet. Dies geschieht über den Phänotyp beziehungsweise die Maske der Darsteller, die als germanisch-arische Übermenschen inszeniert werden. Hinzukommt die Verwendung als deutsch wahrzunehmender Namen. In *Raiders of the Lost Ark* treten ein Oberst Dietrich, ein pflichtbewusster Soldat in Fantasie-Wehrmachtsuniform auf, und Major Arnold Toht. Dieser ist, wie sein Name schon andeutet, ein folternder, mutmaßlich sadistisch veranlagter Mitarbeiter der Geheimen Staatspolizei (Gestapo). Toht ist in Zivil, trägt als Agent des nationalsozialistischen Inlandsgeheimdienstes aber einen schwarzen Ledermantel und ein NSDAP-Parteiabzeichen am Revers des Anzugs. Die runden Gläser seines Brillengestells evozieren eine gewisser Ähnlichkeit zu Heinrich Himmler, dem als Reichsführer SS und Chef der deutschen Polizei die Konzentrationslager sowie ein weitverzweigter Apparat zur Umsetzung der ideologisch verbrämten Verfolgungs- und Vernichtungspolitik zur Verfügung standen.<sup>33</sup> Die Deutschen sind, wie die Figuren des Wehrmachtsoffiziers Dietrich und des Gestapoagenten Toht belegen, entweder als Inkarnationen der völkisch grundierten NS-Ideologie dargestellt oder – dies gilt

30 Spielberg 1980, 15:27–16:00.

31 Adelman/Keilbach, bes. 138–139.

32 Spielberg 1980, 1:38:45 (Zurück!); 1:20:40 (Achtung!); Spielberg 1988, 58:15–59:03 (Alarm! ...).

33 Vgl. jüngstes Standardwerk zum Thema: Wachsmann 2016.



insbesondere für kleine Nebenrollen und Komparsen – als tumbe, auf Gehorsam gedrillte Befehlsempfänger. Sie werden zu archetypischen Filmbösewichten und sind Personifikationen des überzeitlichen Bösen.

## Die Ikonografie des Bösen

Die Deutschen, der Nationalsozialismus, die Wehrmacht, die Gestapo und besonders die SS symbolisieren das abstrakte Böse in idealer Weise und rufen zugleich Faszination und Abscheu hervor. Saul Friedländer wies in seinem Essay *Kitsch und Tod* auf den *Widerschein des Nazismus* in zeitgenössischen Filmproduktionen hin. Einem uneindeutigen Vexierbild gleich gehe von der NS-Ästhetik Anziehung und Abstoßung gleichermaßen aus.<sup>34</sup> Im Anschluss daran betont Peter Reichel die „ästhetische Erfahrung des Außergewöhnlichen“ bei der Auseinandersetzung mit dem Faschismus und seine morbide Anziehungskraft. Mehr noch sei es „kein Zufall“, wenn sich die „Obsessionen dieses Diskurses und die mit ihm einhergehende Vermarktung von Todeskitsch, Gewaltkult und sexuellen Phantasien vor allem mit der SS verknüpfen“. Die Parteiformation sei als ‚Orden unter dem Totenkopf‘ schon in historischer Zeit als „die Inkarnation des Bösen schlechthin“ angesehen worden. Reichel führt die strikte Organisationsstruktur der SS sowie ihr „äußere[s] Erscheinungsbild“ und ihr „öffentliche[s] Auftreten“ an. Beides habe die „Phantasie hierarchiegläubiger Menschen [...] allemal beschäftigt“. So seien nicht nur die „Verfolgten in ganz Europa [...] in Angst und Schrecken“ versetzt, sondern auch „die geheimen Sehnsüchte all derer [befriedigt worden], die vom Exotischen, Außergewöhnlichen, Verbotenen und Verbrecherischen magisch angezogen wurden“. Somit „erscheint die SS als der extremste und grausamste Ausdruck für das, was den Nationalsozialismus überhaupt charakterisiert“.<sup>35</sup>

Die Ikonografie der SS wird, darauf hat Andreas Eichmüller mit Blick auf Film- und Fernsehproduktionen der 1970er Jahre hingewiesen, immer dann aufgerufen, wenn ausufernde Gewalt und (sexuelle) Perversion dargestellt werden.<sup>36</sup> SS-Leute eigneten sich auch besonders deshalb in fiktiven Stoffen als Akteure, weil das Narrativ vom SS-Mann als Exzesstäter in der bundesdeutschen Öffentlichkeit weit verbreitet und akzeptiert war. Mit dieser Diskursstrategie nämlich war es gelungen, einer relativ kleinen Gruppe von NS-Tätern Schuld zuzuweisen und diese gleichsam aus der Nachkriegsgesellschaft auszuschließen. Diese „Exkulpationspraxis“ bewahrte die „gewöhnlichen Deutschen“ vor einer Auseinandersetzung mit der eigenen Beteiligung an NS-Verbrechen.<sup>37</sup> Bis in die 1980er Jahre war diese Sichtweise gewissermaßen noch vom geschichtswissenschaftlichen Kenntnisstand gedeckt. Hitler wurde als uneingeschränkter Diktator und alleinige treibende Kraft der NS-Herrschaft angesehen,

34 Friedländer 1982/2007.

35 Reichel 1996, 222–231, hier: 222–224.

36 Eichmüller 2018, 289–310.

37 Kershaw 1999, 148–205, 376–391; Schulte/Wildt 2018, 9–26, hier: 14 (Exkulpationspraxis).

unterstützt von der Riege hoher NS-Führer. Gesellschafts- und sozialgeschichtliche Erklärungen für das Funktionieren der NS-Gesellschaft und ihre Beteiligung an Massenverbrechen spielten in der deutschsprachigen Historiografie noch kaum eine Rolle.<sup>38</sup>

Die Judenverfolgung als historische Realität kommt auch in den Spielberg-Filmen nicht vor, was Hellmuth Karasek beklagte. Die göttliche Allmacht, die beim Öffnen der Heiligen Lade in der Schlussequenz von *Raiders of the Lost Ark* anschaulich wird, bleibe im Film folgenlos für den Lauf der Weltgeschichte und verhindere weder Weltkrieg noch Genozid:

Daß der Film dabei auf eine viel schlimmere Weise verletzend und zynisch ist, mag einem bei den dauernden Faustkämpfen und Materialschlachten gar nicht aufgehen. Der supranaturale Gott, der sich in der Bundeslade manifestiert, kann zwar Wunder vollbringen, wie es ihm gefällt, sonst jedoch will er nichts gegen die Nazis tun. Seine Allmacht sitzt in der Kiste wie der Geist in der Flasche.<sup>39</sup>

Bei Spielberg ist der „Gott aus der Truhe“ eben nicht der *deus ex machina* aus der antiken Tragödie, der unvermittelt eingreift und einen Konflikt einfach auflöst. An Karaseks Einlassung wird deutlich, dass sich die nicht dargestellte historische Faktizität (die Realität des Zweiten Weltkriegs und der Shoah) und die filmische Fiktion in der Rezeption durchdringen.

Auch am dritten Teil der Saga lässt sich zeigen, dass die historische Realität der NS-Herrschaft die kritische Wahrnehmung des Films beeinflusst. In *The Last Crusade* geht es um ein der Bundeslade annähernd ebenbürtiges Artefakt mit angeblich magischer Wirkung. Es ist das Gefäß, in dem das Blut Christi bei der Kreuzigung aufgefangen worden sei und das Unsterblichkeit verleihe, wenn man daraus trinkt: der Heilige Gral.<sup>40</sup> Den modernen Gralssucher Indiana Jones bittet Walter Donovan, ein reicher, amerikanischer Geschäftsmann, sich auf die Suche zu begeben. Es liegen vielversprechende neue Hinweise auf den Verbleib vor, der Archäologe lehnt das Angebot jedoch mit dem Hinweis ab, sein Vater sei der eigentliche Kenner der Gralsüberlieferung. Auch Henry Jones sr., gespielt von Sean Connery (1930–2020), ist Archäologieprofessor, jedoch anders als sein draufgängerischer Sohn ein Stubengelehrter – und wie es scheint ohne jegliche Felderfahrung. Erst als der Auftraggeber erklärt, er habe Indys Vater bereits engagiert, dieser sei während der Recherche jedoch in Europa spurlos verschwunden, willigt der jüngere Jones ein.

Die Suche nach dem eigenen Vater, zu dem Indy eine distanziert-problematische Beziehung unterhält, ist so mit einer unlösbar scheinenden Herausforderung verquickt: der Gralssuche. Die Queste als Suche nach einem mystischen Gegenstand und zugleich als Reise zu sich selbst und der eigenen Identität ist ein traditionelles Motiv der europäischen Literatur seit dem Mittelalter und auch das zentrale Motiv des

<sup>38</sup> Kershaw 1999, 128–147.

<sup>39</sup> Karasek 1981.

<sup>40</sup> Spielberg 1988, 18:00–21:20.

Films, was auch Spielberg selbst so sah.<sup>41</sup> Über den dritten Teil heißt es im *Lexikon des Internationalen Films* entsprechend:

Der passionierte Abenteurer und Archäologieprofessor Indiana Jones im Wettlauf mit den Nazis auf der Suche nach dem ‚Heiligen Gral‘. In Spielbergs dritter Variation des Themas ‚die Schatzsuche als megalomanes Kinoereignis‘ erhält der Held einen reizvollen Rivalen: sein eigener (Über-)Vater begleitet ihn mit viel selbstironischem Understatement. Die perfekte Action-Story gewinnt aus der liebevoll-humorigen Beziehung der beiden sympathisch-menschliche Züge und bietet, obwohl sie nur zu Beginn witzig und selbstironisch ist, kurzweilige Unterhaltung.<sup>42</sup>

Nicht einfach ist die Aufgabe, da das nationalsozialistische Deutschland ebenfalls ein vitales Interesse an dem magischen Gegenstand hat, um ihn für die laufenden Kriegsvorbereitungen zu erlangen und unsterbliche Soldaten einsetzen zu können. Der sich in der Realität der Dreißigerjahre abzeichnende Weltkrieg ist jedenfalls Teil der Handlung: In *Raiders of the Lost Ark* sollen deutsche Soldaten mit Hilfe der Bundeslade unbesiegbar, in *The Last Crusade* durch den Heiligen Gral unsterblich werden. Eine Parallele zu den eingangs erwähnten untoten Zombiesoldaten zu ziehen, ist naheliegend.<sup>43</sup>

In Venedig nimmt Indiana Jones die Spur seines Vaters auf, unterstützt von einer österreichischen Archäologin, die schon mit dem alten Jones zusammengearbeitet hatte. Zugute kommt Indy, dass er im Besitz des sogenannten Gralstagebuchs von Henry sr. ist, das dessen Erkenntnisse enthält und das er dem Sohn vor seinem wohl nicht freiwilligen Verschwinden umsichtigerweise zusandte. Schritt um Schritt nähert sich Indiana Jones der Lösung des Rätsels; die Deutschen, angeführt von SS-Standardenführer Vogel, halten seinen Vater auf einer Burg fest. Bei der Rettungsaktion stellt sich heraus, dass die Archäologin und auch der Auftraggeber Donovan mit den Deutschen kooperieren und Vater und Sohn hintergangen haben. Der Showdown findet am Versteck des Heiligen Grals statt. Einzig Indiana Jones kann mit Hilfe der Hinweise aus dem Gralstagebuch die letzten Hindernisse überwinden und seinem Vater mit Wasser aus dem Gral das Leben retten. Der brutale SS-Mann Vogel hatte ihn angeschossen, um den Sohn zum Handeln zu zwingen und den Gral aus dem fallengesicherten Versteck zu beschaffen. Auch im dritten Teil der Saga scheitern die Deutschen an Gier und Hochmut und sterben schließlich bei einem Erdbeben, das sie beim Versuch, den Gral aus dem Höhlenversteck mitzunehmen, auslösen. Der Gral ist (durch Magie) an den Ort gebunden und fällt letztendlich in eine Felsspalte. Wiederum überleben nur Indiana Jones und seine Mitstreiter.

Erneut sind die Deutschen „die Feinde der Menschheit schlechthin“, wie Andreas Kitt in der ZEIT schrieb. Und „Spielbergs Nazis“ seien dabei „die schönsten Kino-

41 Vgl. Seeßlen 2011, 212–215.

42 Lexikon des internationalen Films (Filmdienst.de): Indiana Jones und der letzte Kreuzzug (ohne Datum).

43 Jüngerkes/Wienand 2012, 238–257.

Nazis, die es je gab“. Diese, fand der Kritiker, könnte ein „morbider Ästhet wie Ken Russell“, der britische Filmregisseur, der unter anderem im selben Jahr den Horrorfilm *The Lair of the White Worm* (*Der Biss der Schlangenfrau*, 1988) drehte, „entworfen haben: schmucke, stiernackige Kerle in maßgeschneiderten Uniformen, mit Tressen und Orden behängt wie für eine ‚Rheingold‘-Premiere, Herrenmenschen aus dem Bilderbuch. Die Welt gehört ihnen: ‚Venedig – Berlin – Garmisch-Patenkirchen‘ liest man auf einem Straßenschild.“ Gerade die überzeichnete Darstellung der Deutschen birgt jedoch das Problem der Verharmlosung. „Die Nazi-Szenen in diesem Film sind so zynisch und so lustig wie manche Momente in ‚Sein oder Nichtsein‘ – mit dem Unterschied, daß Spielberg, fünfzig Jahre nach Lubitsch, nicht die geringste Ahnung von dem Entsetzen hat, mit dem er Scherze treibt.“<sup>44</sup>

Dass dem Regisseur – ein Nachfahre in die USA immigrierter, osteuropäischer Juden, für den der Kontakt sowohl mit Überlebenden als auch mit Familien, deren Angehörige von Deutschen ermordet wurden, alltäglich war<sup>45</sup> – Unbedarftheit unterstellt wird, ist bemerkenswert. Darüber hinaus zeigt sich gleichwohl die Schwierigkeit für BetrachterInnen, ihr Nachtragswissen in der Rezeption der *Indiana-Jones*-Filme auszublenden, wenn die Zeitschichten der historischen Realität, der Filmwirklichkeit und der eigenen Gegenwart kollidieren. Hierin sind die Ursache und der Ansatzpunkt für den Vorwurf, Spielberg agiere ahistorisch, zu sehen. Dieser Sicht schließt sich dreißig Jahren nach dem Erscheinen des ersten Teils auch der Filmkritiker Seeßlen an. Der „deutsche Faschismus“ sei „noch vollkommen naiv gezeichnet“, und zwar als „eine der Ausgeburten des Bösen“. Daran habe zweifellos auch die Genese des Genres ihren Anteil, denn die Welten des klassischen Abenteuerfilms, seien geradezu „übervoll“ von Bedrohungen gewesen.<sup>46</sup> Die einseitig verharmlosende Darstellung der Deutschen bot in ihrer komödienhaften Überzeichnung die Möglichkeit, die reale Gewaltgeschichte der NS-Zeit auszublenden. In diesem Zusammenhang ist nochmal hervorzuheben, dass in *Indiana Jones* eben keine filmischen Repräsentation nationalsozialistischen Unrechts geboten wird.<sup>47</sup> Unterdrückung und entrechtete Menschen in Deutschland und dem besetzten Europa werden ausgeblendet, keine Lager, keine Häftlinge, keine Misshandlungen oder Morde werden visualisiert – sichtbar wird nur die Bedrohung durch den Nationalsozialismus und zwar mittels der Typologie von Vertretern seiner gefürchteten Organisationen: Gestapo (Toht), Wehrmacht (Dietrich), SS (Vogel) und die Gewalt, die sie (den Helden) androhen oder antun.

## Widerschein des Nationalsozialismus in der Bundesrepublik

Relevant an den medialen Inszenierungen des „Dritten Reichs“ in US-amerikanischen Unterhaltungsprodukten ist ihre Wirkung in der Bundesrepublik. Sicher kann

44 Kitt 1989.

45 Pogrebin 2005, 30.

46 Seeßlen 2011, 212.

47 Siehe dazu Corell 2009; Ebbrecht 2011.

man davon ausgehen, dass nicht nur das amerikanische Publikum das Angebot annimmt, sich mit den Helden zu identifizieren, sondern auch das deutsche. Die Darstellung des virtuellen „Dritten Reichs“ machte gerade dem deutschen Publikum über die Identifikation mit den Helden auch ein geschichtskulturelles Angebot. Daher sind die Spielberg-Filme im Kontext der Erinnerungskultur der alten Bundesrepublik zu sehen, die sich in den 1980er Jahren im Umbruch befand. Fünfzig Jahre nach den Ereignissen von 1933 bis 1945 unter NS-Herrschaft war das Interesse an dieser Zeit groß. Eine Vielzahl lokal-, regional- und alltagsgeschichtlicher Studien entstand, die sich hauptsächlich den Themen Widerstand und Verfolgung widmeten und das Schicksal der jüdischen Bevölkerung nachzeichneten.<sup>48</sup> Einen Anstoß zu diesen Forschungen gab die 1979 zuerst im Westdeutschen Rundfunk, dann auch in der bundesweit empfangbaren ARD ausgestrahlte Fernsehserie *Holocaust*. Das Familienepos erzählt das Schicksal der deutsch-jüdischen Familie Weiß zwischen der Machtübernahme Hitlers und der rettenden Emigration ins Ausland beziehungsweise der Deportation von Teilen der Familie in Vernichtungslager. Sie kontrastiert dies mit dem sozialen Aufstieg der Familie eines NS-Mitläufers. Rezeption und Wirkung der US-Produktion, die einerseits die Lebenswege jüdischer Deutscher, andererseits das Verhalten der nicht-jüdischen Deutschen bewusst macht, sind eingehend untersucht.<sup>49</sup>

Zwei weitere Marker der Geschichts- und Erinnerungskultur der achtziger Jahre sind im Zusammenhang und mit Blick auf die mögliche Wirkmächtigkeit der *Indiana-Jones*-Filme relevant: die Rede von Bundespräsident Richard von Weizsäcker am 8. Mai 1985 zum Gedenken an das Kriegsende und die Debatte um die Historisierung des Nationalsozialismus. Richard von Weizsäcker bezeichnete die 40 Jahre zurückliegende Kapitulation Deutschlands erstmals als „Befreiung“ vom Nationalsozialismus. Das Staatsoberhaupt hob hervor, dass es in der Bundesrepublik eines langwierigen gesellschaftspolitischen Prozesses bedurfte, um dies sowie die Verantwortung für nationalsozialistische Verbrechen anzuerkennen. Die Rede fand gerade im Ausland viel Anerkennung, blieb in der BRD in Teilen konservativer Milieus jedoch keineswegs unwidersprochen und stieß nicht überall auf Akzeptanz.<sup>50</sup> Weizsäcker griff in seiner Rede eine ganze Bandbreite an Themen zum Leben im Nationalsozialismus auf. Diese Alltagsdimension war auch zentral für die Diskussion um die „Historisierung des Nationalsozialismus“, die Martin Broszat anregte. Dem Leiter des Münchner Instituts für Zeitgeschichte lag daran, den Nationalsozialismus als regulären Abschnitt der deutschen Geschichte zu integrieren und ihn nicht länger als Sonderfall oder Abweichung aufzufassen. Eine solche Tendenz zu Externalisierung erkannte Broszat in der Bundesrepublik und warb dafür, gesellschaftsgeschichtliche, wirtschaftliche und politi-

48 Am Institut für Zeitgeschichte entstand aus dem Forschungsprojekt *Widerstand und Verfolgung in Bayern, 1933–1945* die Reihe *Bayern in der NS-Zeit, 1933–1945*, Broszat 1977–1986, die ein Standardwerk wurde. Zahlreiche lokalhistorische Studien zu Städten und Regionen griffen das Begriffspaar „Widerstand und Verfolgung“ für ihre Publikationen auf.

49 Broszat 1979, 285–298; Bösch 2009, 477–482.

50 Siebeck 2015.

sche Kontinuitäten und Brüche in einer längeren Perspektive sichtbar zu machen. Mit aufklärerischem Impetus sollten das historische Bewusstsein durch gezielte Schul- und Volksbildung geschärft und das Bild des Nationalsozialismus zurechtgerückt werden: Nicht die angeblichen sozialpolitischen Fortschritte, die Hitler nach wie vor in Teilen der Bevölkerung zugutegehalten wurden, bestimmten die Ausrichtung der NS-Politik – Broszat bezeichnete sie als „soziale Motivation“ – sondern im Gegenteil die „negativen Elemente der Weltanschauung“, die sich in antijüdischen Maßnahmen, einem rassistisch motivierten Sozialdarwinismus und Krieg zur Eroberung von „Lebensraum“ äußerten.<sup>51</sup> Broszats Ansatz zur „Historisierung“ wurde teils harsch kritisiert, da er als revisionistisch aufgefasst wurde. Und zwar nicht revisionistisch im Sinne einer gesellschaftsgeschichtlichen Neubewertung der NS-Zeit, sondern im Sinne einer beabsichtigten Bereinigung der Nationalgeschichte, die dann für die Nachkriegsgeneration frei wäre von einer politisch-gesellschaftlichen Verpflichtung zur Auseinandersetzung mit und der Verantwortung für die deutsche NS-Vergangenheit.<sup>52</sup>

Dass die Erlebnissgeneration aber in einem System aus „Verführung und Gewalt“ – so ein Buchtitel von Hans-Ulrich Thamer aus dem Jahr 1986 – gelebt hatte, drang in dieser Zeit in das öffentliche Bewusstsein. Damit wurde auch die Mitschuld der Deutschen klarer erkennbar und der Mythos, Verbrechen und Gewalt seien allein von einer nationalsozialistischen Führungsriege ausgegangen, wurde brüchig. Die Schuldabwehr der Erlebnissgeneration hatte vom Kriegsende bis in die achtziger Jahre Bestand, die geschichtspolitischen Kontroversen des folgenden Jahrzehnts offenbarten dann, dass ein entschuldigendes Geschichtsbild auch in den folgenden Generationen vorhanden war.<sup>53</sup>

Wie die Analyse der Spielberg-Filme im Abgleich mit dem geschichts- und erinnerungskulturellen Diskurs zeigt, ermöglichte es die Verbreitung medial konstruierter böser „Nazis“ als Projektionsfläche dem deutschen Publikum, sich in den achtziger Jahren von der sogenannten Tätergesellschaft und der eigenen Familiengeschichte abzugrenzen. Wie genau dieser Prozess sozialpsychologisch ablief, zeigen Harald Welzer, Sabine Moller und Karoline Tschuggnall in ihrer Studie *„Opa war kein Nazi“. Nationalsozialismus und Holocaust im Familiengedächtnis*. Darin wird die Plastizität des Familiengedächtnisses deutscher Familien deutlich und wie die breite Bevölkerung über die historischen Tatsachen von Genozid- und Kriegsverbrechen während der NS-Zeit als auch die Alltagsgeschichte des „Dritten Reichs“ dachte und welche di-

51 Broszat 1970, 405.

52 Vgl. Frei 2007, 138–151.

53 Die individuelle Schuld von Direkttätern und der Rolle der Wehrmacht bei Mordprogrammen kam in der Diskussion um die Wehrmachts-Ausstellung und den Vernichtungskrieg im Osten sowie der Goldhagen-Debatte um den sogenannten „eliminatorischen Antisemitismus“ der Deutschen zu Sprache. Besonders das Mitwirken der Wehrmacht am Völkermord erweiterte den Kreis potentieller Täter und erregte Widerstand sowohl vieler ehemaliger Soldaten und ihrer Angehörigen, aber auch konservativer und rechter Gruppierungen. Zu den Kontroversen Thamer 2003 und Frei 2003 sowie Heer 2006 u. 2008.



vergiehenden Geschichtsbilder und -deutungen daraus synthetisiert wurden. Vor allem handelte es sich dabei um entschuldigende Narrative, die auf angeblich individuelle oder milieuspezifische Resistenz gegen die sozialen Anreize des Nationalsozialismus oder widerständiges Verhalten verengt sind.<sup>54</sup>

Über die Identifikation mit Indiana Jones wurde der nachwachsenden Generation der Deutschen ein Seitenwechsel möglich, durch den sie nun auf Seiten der Guten stand. Nicht von ungefähr gab *taz*-Redakteur Klaus Hillenbrand zum 75. Jahrestag des Endes des Zweiten Weltkriegs zu bedenken, der „Begriff ‚Befreiung‘“ berge, im Zusammenhang mit dem 8. Mai 1945 verwendet, eine „Tücke“. Und diese betreffe „nicht die damals lebenden Zeitgenossen, sondern uns“:

Denn der Begriff impliziert ganz selbstverständlich, dass wir alle 1945 sinnbildlich befreit worden sind. Das bedeutet folglich, dass sich die Deutschen damit unauffällig auf die Seite der Sieger geschlagen haben. Hurra, wir haben gewonnen! Das festzustellen ist mehr als nur eine Wortklauberei. Denn es bedeutet zu Ende gedacht, dass auch niemand der Nachgeborenen mehr Verantwortung für die Verbrechen der Nationalsozialisten übernehmen muss. Schließlich haben Befreite nichts gemein mit denjenigen, die sie zuvor unterdrückt haben, den Nazis also. Und so ward ein einig Volk von Unschuldigen geboren, Arm in Arm mit den siegreichen Alliierten, an deren Erfolg sich die Deutschen laben können.<sup>55</sup>

## Fazit

„Nazi-Filme“ wie *Indiana Jones* bieten den RezipientInnen in Deutschland die Identifikation mit einer US-Heldenfigur an, die so die nichtdeutsche Perspektive auf die NS-Geschichte übernehmen und damit für sich eine moralische Überlegenheit über die Erlebnissgeneration konstruieren können. Die individuelle Schuld vieler Deutscher an NS-Verbrechen, zumindest aber deren angepasstes, auskömmliches Leben in der Diktatur, wird auf diese Weise akzeptiert und nicht in Frage gestellt. Dennoch kann – dazu im Widerspruch stehend – die Geschichte der eigenen Familie und Fragen nach dem Handeln von Verwandten im NS-System und einer möglichen persönlichen Schuld ausgeblendet werden. Denn das Kollektiv der Deutschen erscheint als anonyme Masse, im Film repräsentiert von archetypischen Figuren. In ihrer Klischeehaftigkeit haben die „Nazis“ der Filmwelt wenig oder keinen Bezug zu der Lebensrealität der westdeutschen RezipientInnen und auch nicht zu den Erzählungen, die aus dem Familiengedächtnis bekannt sind.

In den achtziger Jahren findet zwar ein Umbruch in der Geschichtskultur statt, doch die als „Aufarbeitung“ oder „Vergangenheitsbewältigung“ apostrophierte Auseinandersetzung mit dem Nationalsozialismus ändert zum Teil nur die Form der Schuldabwehr. Die Annahme des westlichen Blicks auf die NS-Vergangenheit knüpft

<sup>54</sup> Welzer/Moller/Tschuggnall 2015.

<sup>55</sup> Hillenbrand 2020, 5.



so in letzter Konsequenz wieder an Muster der bundesdeutschen Verdrängungsmechanismen der vorangegangenen Jahrzehnte an. Deren Überwindung durch Forschung zur Sozial- und Alltagsgeschichte und Vermittlungsarbeit war das erklärte Ziel der deutschen NS-Historiografie in den 1980er Jahren. Die populärkulturelle Darstellung der Epoche in fiktionalen Medien scheint dieser wissenschaftlichen Aufklärung durch Perpetuierung alter Stereotype teilweise entgegengelaufen zu sein.

## Literatur

- Adelmann, Ralf/Keilbach, Judith: Ikonographie der Nazizeit. Visualisierungen des Nationalsozialismus. In: Heller, Heinz-B./Kraus, Matthias/Meder Thomas u. a. (Hg.): Über Bilder Sprechen. Positionen und Perspektiven der Medienwissenschaft (= Schriftenreihe der Gesellschaft für Film- und Fernsehwissenschaft 8). Schüren 2000, S. 137–150.
- Assmann, Aleida/Frevert, Ute: Geschichtsvergessenheit – Geschichtsversessenheit. Vom Umgang mit deutschen Vergangenheiten nach 1945. Stuttgart 1999.
- Bendels, Thomas: Das Nazimonstersyndrom. Die Figur des Nazis in kontrafaktischen Inszenierungen. In: Rhein, Johannes/Schumacher, Julia/Wohl von Haselberg, Lea (Hg.): Schlechtes Gedächtnis? Kontrafaktische Darstellungen des Nationalsozialismus in alten und neuen Medien. Berlin 2019, S. 313–336.
- Box Office Mojo (International Movie Database): Franchise/Indiana Jones (13.7.2019). <http://boxofficemojo.com/franchises/chart/?id=indianajones.htm> [2.6.2021].
- Bösch, Frank: Versagen der Zeitgeschichtsforschung? Martin Broszat, die westdeutsche Geschichtswissenschaft und die Fernsehserie „Holocaust“. In: Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemporary History 6 (2009), S. 477–482. <https://doi.org/10.14765/zzf.dok-180>.
- Brandes, Inken: Deutschlandbilder im US-Spielfilm seit 1945. In: MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews 12 (1995), Nr. 4, S. 402–408. <https://doi.org/10.17192/ep1995.4.4579>.
- Corell, Catrin: Der Holocaust als Herausforderung für den Film. Formen des filmischen Umgangs mit der Shoah seit 1945. Eine Wirkungstypologie. Bielefeld 2009. <https://doi.org/10.1515/9783839407196>
- Ebbrecht, Tobias: Geschichtsbilder im medialen Gedächtnis. Filmische Narrationen des Holocaust. Bielefeld 2011. <https://doi.org/10.1515/transcript.9783839416716>
- Eichmüller, Andreas: „Auf das Typische kommt es an.“ Bilder und Narrative der SS in Film und Fernsehen in den 1970er-Jahren. In: Schulte, Jan Erik/Wildt, Michael (Hg.): Die SS nach 1945. Entschuldungsnarrative, populäre Mythen, europäische Erinnerungsdiskurse. Göttingen 2018, S. 289–310. <https://doi.org/10.14220/9783737008204.289>
- Eitz, Thorsten/Stötzel, Georg: Nazi/Neonazi. In: Eitz, Thorsten/Stötzel, Georg: Wörterbuch der „Vergangenheitsbewältigung“. Die NS-Vergangenheit im öffentlichen Sprachgebrauch. Bd. 2, Hildesheim/Zürich/New York 2009, S. 256–276.
- Frei, Norbert: Goldhagen, die Deutschen und die Historiker. Über die Repräsentation des Holocaust im Zeitalter der Visualisierung. In: Sabrow, Martin/Jessen, Ralph/Große Kracht, Klaus (Hg.): Zeitgeschichte als Streitgeschichte. Große Kontroversen seit 1945. München 2003, S. 138–151.
- Frei, Norbert (Hg.): Martin Broszat, der „Staat Hitlers“ und die Historisierung des Nationalsozialismus (= Vorträge und Kolloquien 1). Göttingen 2007.

- Friedländer, Saul: *Kitsch und Tod. Der Widerschein des Nazismus*. Erweiterte Ausgabe. Frankfurt am Main 2007 [zuerst französisch 1982].
- Gresh, Lois H./Weinberg, Robert: *Die Wissenschaft bei Indiana Jones*. Weinheim 2008.
- Heller, Heinz-B./Kraus, Matthias/Meder Thomas u.a. (Hg.): *Über Bilder Sprechen. Positionen und Perspektiven der Medienwissenschaft* (= Schriftenreihe der Gesellschaft für Film- und Fernsehwissenschaft 8). Schüren 2000.
- Heer, Hannes: „Hitler war’s“. *Die Befreiung der Deutschen von ihrer Vergangenheit*. Berlin 2008.
- Heer, Hannes: *Vom Verschwinden der Täter. Der Vernichtungskrieg fand statt, aber keiner war dabei*. Berlin 2006.
- Jüngerkes, Sven/Wienand, Christiane: *A Past that Refuses to Die. Nazi Zombie Film and the Legacy of Occupation*. In: Magilow, Daniel/Bridges, Elizabeth/Vander Lugt, Kristin T. (Hg.): *Nazisploitation! The Nazi Image in Low-Brow Cinema and Culture*, New York 2012, S. 238–257. <https://doi.org/10.5040/9781628928228.ch-012>
- Kemp, Wolfgang (Hg.): *Der Betrachter ist im Bild. Kunstwissenschaft und Rezeptionsästhetik*. Ostfildern 1991.
- Kershaw, Ian: *Der NS-Staat. Geschichtsinterpretationen und Kontroversen im Überblick*. Erweiterte und bearbeitete Neuauflage. Reinbek bei Hamburg 1999.
- Knigge, Volkhard/Frei, Norbert (Hg.): *Verbrechen erinnern. Die Auseinandersetzung mit Holocaust und Völkermord* (Lizenzausgabe Bundeszentrale für politische Bildung). München 2005.
- Lokotsch Aube, Christine: *The Enduring Villain. Germans as Nazi Stereotypes in American Cinema* (MA-Thesis 1998, College of William & Mary, Williamsburg, VA). Dissertations, Theses, and Masters Projects. Paper 1539626154. URL: <https://dx.doi.org/doi:10.21220/s2-qfxe-y652> [2.6.2021].
- Magilow, Daniel/Bridges, Elizabeth/Vander Lugt, Kristin T. (Hg.): *Nazisploitation! The Nazi Image in Low-Brow Cinema and Culture*. New York 2012. <https://doi.org/10.5040/9781628928228>
- Pogrebin, Abigail: *Stars of David. Prominent Jews Talk About Being Jewish*. New York 2005.
- Reichel, Peter: *Der schöne Schein des Dritten Reiches. Faszination und Gewalt des Faschismus*. Frankfurt am Main 1996.
- Rhein, Johannes/Schumacher, Julia/Wohl von Haselberg, Lea (Hg.): *Schlechtes Gedächtnis? Kontrafaktische Darstellungen des Nationalsozialismus in alten und neuen Medien*. Berlin 2019.
- Sabrow, Martin/Jessen, Ralph/Große Kracht, Klaus (Hg.): *Zeitgeschichte als Streitgeschichte. Große Kontroversen seit 1945*. München 2003.
- Schildt, Axel/Siegfried, Detlef: *Deutsche Kulturgeschichte. Die Bundesrepublik – 1945 bis zur Gegenwart* (Lizenzausgabe Bundeszentrale für politische Bildung). Bonn 2009.
- Schulte, Jan Erik/Wildt, Michael (Hg.): *Die SS nach 1945. Entschuldungsnarrative, populäre Mythen, europäische Erinnerungsdiskurse*. Göttingen 2018. <https://doi.org/10.14220/9783737008204>
- Schulte, Jan Erik/Wildt, Michael: *Die zweite Geschichte der SS – Einleitung*. In: Schulte, Jan Erik/Wildt, Michael (Hg.): *Die SS nach 1945. Entschuldungsnarrative, populäre Mythen, europäische Erinnerungsdiskurse*. Göttingen 2018, S. 9–26. <https://doi.org/10.14220/9783737008204.9>

- Schultz, Sonja M.: Der Nationalsozialismus im Film. Von Triumph des Willens bis Inglourious Basterds (= Deep Focus 13). Berlin 2012.
- Seeßlen, Georg: Ein unschuldiger Blick auf die Welt? Steven Spielberg und seine Filme. Marburg 2001.
- Seeßlen, Georg: Filmwissen. Abenteuer (= Grundlagen des populären Films). Marburg 2011.
- Siebeck, Cornelia: „Einzug ins verheißene Land“. Richard von Weizsäckers Rede zum 40. Jahrestag des Kriegsendes am 8. Mai 1985. In: Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemporary History 12,1 (2015) (Druckausgabe S. 161–169). URL: <https://zeithistorische-forschungen.de/1-2015/5177> [2.6.2021].
- Thamer, Hans-Ulrich: Vom Tabubruch zur Historisierung? Die Auseinandersetzung um die „Wehrmachtausstellung“. In: Sabrow, Martin/Jessen, Ralph/Große Kracht, Klaus (Hg.): Zeitgeschichte als Streitgeschichte. Große Kontroversen seit 1945. München 2003, S. 171–185.
- Wachsmann, Nikolaus: KL. Die Geschichte der nationalsozialistischen Konzentrationslager (Lizenz Ausgabe für die Bundeszentrale für politische Bildung). Bonn 2016.
- Welzer, Harald/Moller, Sabine/Tschuggnall, Karoline: „Opa war kein Nazi“. Nationalsozialismus und Holocaust im Familiengedächtnis. Frankfurt am Main 2015 (2002).

## Quellen

- Broszat, Martin/Mehringer, Hartmut (Hg.): Bayern in der NS-Zeit. 6 Bde. München 1977–1986.
- Broszat, Martin: „Holocaust“ und die Geschichtswissenschaft. In: Vierteljahrshefte für Zeitgeschichte 27 (1979), S. 285–298.
- Broszat, Martin: Soziale Motivation und Führer-Bindung des Nationalsozialismus. In: Vierteljahrshefte für Zeitgeschichte 18 (1970), S. 392–409.
- Hillenbrand, Klaus: Hurra, wir haben gewonnen! In: taz – Dossier 8. Mai (6.5.2020), S. 5.
- Karasek, Hellmuth: Gott aus der Kiste. In: DER SPIEGEL 45/1981 (1.11.1981), <https://www.spiegel.de/politik/gott-aus-der-kiste-a-3c7a537e-0002-0001-0000-000014343863> [2.6.2021].
- Kitt, Andreas: Ein Greenhorn wird erwachsen. In: DIE ZEIT 38/1989 (15.9.1989), <https://www.zeit.de/1989/38/ein-greenhorn-wird-erwachsen/komplettansicht> [2.6.2021].
- Lexikon des internationalen Films (Filmdienst.de): Indiana Jones und der letzte Kreuzzug (ohne Datum). URL: <https://www.filmdienst.de/film/details/17138/indiana-jones-und-der-letzte-kreuzzug> [2.6.2021].
- Lexikon des internationalen Films (Filmdienst.de): Jäger des verlorenen Schatzes (ohne Datum). URL: <https://www.filmdienst.de/film/details/22110/jager-des-verlorenen-schatzes> [2.6.2021].
- Spielberg, Steven: Raiders of the Lost Ark. DVD. 115 min. USA 1980.
- Spielberg, Steven: Indiana Jones and the Last Crusade. DVD. 126 min. USA 1988.



# Alpen, Schwarzwald, Fachwerkhäuser

Zum *othering* von Deutschland in US-SuperheldInnencomics

Matthias Harbeck

Die Verhandlung kultureller Identitäten und damit die Konstruktion von Eigen- und Fremdbildern findet in hohem Maße auch in Medien der Populärkultur statt. Besonders die Praxis des *othering* kann dabei als Indikator für solche Identitätsbildungsprozesse aufgefasst werden.<sup>1</sup> Im US-SuperheldInnencomic spielt die Gegenüberstellung von Identifikationsfiguren und ihren Antagonisten eine zentrale Rolle, was ihn gerade in seiner komplexer und diverser werdenden Gegenwart zu einem spannenden Untersuchungsobjekt für Identitätspolitikern macht. Inwiefern solche Prozesse durch die Darstellung ‚fremder‘ Landschaften und Orte unterstützt werden, soll im Folgenden am Beispiel von Darstellungen Deutschlands – insbesondere des Schwarzwalds und der Bayerischen Alpen – in US-Comics seit 1945 untersucht werden.

Andersartigkeit ergibt sich hier vor allem aus dem Blickwinkel der angenommenen HauptrezipientInnengruppe (und ebenso der HauptherstellerInnengruppe) von US-SuperheldInnencomics<sup>2</sup>: weißen, heterosexuellen, männlichen US-Bürgern.<sup>3</sup>

- 1 Vgl. Hall 2013, 108–166; Assmann 2012; Hahn/Hahn 2002, 17–52; Said 1995; Todorov 1985. Der vorliegende Beitrag folgt in seiner Analyse einem Verständnis von Otheringprozessen wie es von Brons 2015 formuliert wurde: „Othering is the simultaneous construction of the self or in-group and the other or out-group in mutual and unequal opposition through identification of some desirable characteristic that the self in-group has and the other out-group lacks and or some undesirable characteristic that the other out-group has and the self in-group lacks. Othering thus sets up a superior self in-group in contrast to an inferior other out-group, but this superiority inferiority is nearly always left implicit“ (Brons 2015, 70). In Bezug auf Comics werden Alteritätsfunktionen z.B. hier untersucht: Nowotny/Jossen 2017, 165–185; Näpel 2011.
- 2 In diesem Artikel werden vor allem Produktionen der marktführenden US-Verlage Marvel und DC, die den Unterhaltungsgroßkonzernen Disney bzw. Warner angehören, berücksichtigt, wenngleich Einzelbeispiele aus kleineren US-Verlagen ebenfalls herangezogen werden können.
- 3 Vgl. Espinoza 2014, 88. Halbwegs aktuelle Zahlen zur KäuferInnenverteilung in US-Comic Shops liefert u.a. der Blog *Bleeding Cool*: „Also, while the US demographic is currently 61% white, 18% Latino, 13% black, 5% Asian, the entire comics market is 69% white, 12% Latino, 10% African-American and 8% Asian and the comic shop demographic is 71% white, 13% Latino, 14% black and 5% Asian (over 100% by rounding). So, whiter than the rest of America, but just as black, with fewer Latino customers[...].“ Johnston 2017.

Zwar haben sich sowohl die Inhalte und Figuren, als auch die LeserInnenschaft und die Kreativteams mittlerweile diversifiziert und weiterentwickelt, aber die Dominanz weißer, heterosexueller, männlicher Figuren mit klarer US-Affiliation und weißer, männlicher US-Kreativkräfte ist weiterhin ungebrochen. Diskussionen über die Repräsentanz von vermeintlichen Minderheiten werden daher in zunehmendem Maße auf verschiedenen, teils konkurrierenden Diskursebenen (Medien, Wissenschaft, Verlags- und Unternehmenswelt, Fandom) geführt.<sup>4</sup> Denn Fragen der Repräsentanz des Anderen berühren auch immer Fragen sozialer Ungleichheit und Macht, wie der Kulturanthropologe Jan Nederveen Pieterse bemerkt: „Representations of otherness participate in the production and reproduction of social inequality.“<sup>5</sup> Mit den aktuell global erfolgreichen Adaptationen der Comicstoffe in Blockbusterfilmen und Computerspielen hat sich die Debatte um Repräsentanz weiter verselbständigt und ein neues Momentum gewonnen.<sup>6</sup> Dabei liegt in den Diskussionen der Fokus auf wesentlichen gesellschaftlichen Machtfragen zu Geschlecht, Sexualität, Ethnizität sowie dem Nord-Süd-Gefälle, wenn die Stellung in der Welt außerhalb der USA (ausnahmsweise) in die Debatte einbezogen wird. Sehr selten im Blick ist hingegen die Gegenüberstellung von Identifikationen innerhalb des sogenannten ‚Westens‘, die ebenfalls recht häufig in den US-Produktionen erfolgt: In den US-zentrierten und -geprägten Handlungssträngen tummeln sich nämlich diverse kanadische, britische, französische und deutsche Figuren und zunehmend auch Handlungsschauplätze in diesen Regionen, wenngleich sie immer noch nur einen Bruchteil der Gesamtzahl der Figuren und Schauplätze darstellen.<sup>7</sup>

Die Andersartigkeit von Figuren lässt sich im Comic mit verschiedenen Strategien herausstellen. Über Kleidung, Hautfarbe, Dehumanisierung (häufig in Form von Bestialisierungen, wenn es um tierhafte Verzerrungen geht und Dämonisierungen, wenn es eher außerweltliche Entmenschlichungen sind) kann das Andere konstruiert werden. Eine sehr einfache Kenntlichmachung anderer Nationalitäten funktioniert im SuperheldInnencomic über nationale Symboliken wie Wappen, Flaggenfarben und -elemente, Orden/militärische Abzeichen und Uniformen. Für ‚deutsche Figuren‘ sind das oftmals etablierte Symbole: die Pickelhaube der wilhelminischen Zeit, das Eiserne oder Schwarze Kreuz oder das Hakenkreuz können alle zur schnellen

4 Exemplarisch sei hier nur auf die Diskussionen in den letzten Jahren um die Repräsentanz und Darstellungsweise von Frauen verwiesen, die in der Forschung wie in den US-Feuilletons und Szeneblogs geführt wird. Vgl. Cocca 2016; Lepore 2015; Wilson 2015; Murphy 2016; Cocca 2020, 1–15; o. A. 2014; Dauw 2021.

5 Pieterse 1991, 198–201.

6 Unter anderem wird die Explosion von Reihentiteln auf dem SuperheldInnenmarkt auf den Boom der Verfilmungen zurückgeführt, vgl. Poole 2014.

7 Dies wird im Abschnitt „Zur Bedeutung signifikanter Anderer“ in meiner laufenden Dissertation „Vom Nazi zum hässlichen Deutschen? Das Deutschlandbild im amerikanischen Mainstream-Comic“ im Fach Geschichte an der Carl-von-Ossietzky-Universität Oldenburg näher beleuchtet und anhand von Datenbankauswertungen belegt.



Abb. 1a & 1b: Trachten und Bauwerke als Marker einer ‚anderen Kultur‘ in *Veronica* und *Doom Patrol*.

Identifikation von Figuren – aber auch Gebäuden und Schauplätzen – als deutsch eingesetzt werden. Auch etablierte stereotype Gestalten wie der Offizier in SS-Uniform, mit Glatze, Monokel und Zigaretten spitze, sind durch die stetige Redundanz in der Populärkultur beinahe schon als Archetyp wiedererkennbar.<sup>8</sup> Auch Trachten oder phänotypische Erscheinungsbilder können zur Konstruktion von und Identifizierung der/s vermeintlich Anderen genutzt werden. Diverse Hautfarben sollen auf als fremd markierte ethnische Zugehörigkeiten verweisen. Soll darüber hinaus auch noch eine kulturelle Andersartigkeit zum Ausdruck gebracht werden, kommt es zum Zusammenspiel von Phänotyp und kulturell typisierter Kleidung. So werden afrikanische Figuren stereotyp oft halbnackt und mit Fellen und viel Schmuck behangen dargestellt.<sup>9</sup> Deutsche tragen bisweilen Lederhosen und Dirndl, wobei hier lokale Traditionen wiederholt Pars pro Toto für ganz Deutschland stehen. Comics typisieren und stereotypisieren also häufig, um Sachverhalte schnell erkenntlich zu machen. Die Comicforschenden Frances Gateward und John Jennings schreiben diesbezüglich in der Einleitung zu ihrem Sammelband *The Blacker the Ink*: „Comics traffic in stereotypes and fixity. It is one of the attributes at the heart of how the medium deals with representation. Comics abstract and simplify.“<sup>10</sup>

Die Abbildungen 1a und 1b zeigen derartige Situationen. So spielt bei *Veronica in Germany* (1990) die gesamte Handlung in Bayern, was im ersten Bild durch ein im Hintergrund platziertes Pärchen in bayerischen Trachten mit Biersteinkrügen angedeutet wird, das zusätzlich abgebildete Schloss könnte Neuschwanstein darstellen oder aber lediglich das Klischee deutscher Schlösser repräsentieren. Beim zweiten Beispiel (1b) aus dem DC-SuperheldInnencomic *Doom Patrol* (2009) wird die bayerisch verzerrte Sicht auf Deutschland noch deutlicher: Ein Protagonist, der zum

8 Vgl. Harbeck 2014, 269–274.

9 Harbeck 2017, 253–272, hier: 263–270.

10 Gateward/Jennings 2015, 2.



Wortführer des Antagonisten der HeldInnengruppe wird, tritt in Lederhosen bayerischer Art vor einer Kulisse aus Fachwerkhäusern auf, mit Deutschlandklischees im Kopf könnte man leicht an einen Schauplatz in Bayern denken – die Handlung spielt aber in Cottbus. Lederhosen und Fachwerk eignen sich scheinbar zur Repräsentation Deutschlands, egal welcher Region.

Die Schauplätze können also die Fremdheitskonstruktion unterstützen: Charaktere, die in den SuperheldInnencomics üblicherweise US-zentriert agieren, werden in einen fremden Kontext gesetzt. Damit fungiert der Schauplatz der Handlung selbst als Antagonist. Somit sind die Funktionen der Handlungsorte genauso wandelbar wie die der Figuren. Deutschland kann zum Beispiel gleichfalls Kriegsschauplatz, touristisches Reiseziel und märchenhaft-gruseliges Mittelalteridyll sein. Doch gibt es zu diesem Bereich bislang kaum Untersuchungen. Dieser Beitrag soll anhand der Darstellungen Deutschlands im SuperheldInnencomic untersuchen, welche Funktionen in derartigen Formen des *othering* über Schauplätze verborgen sein können und wie sie sich im Laufe der Geschichte verändert haben.

Hierzu wurde ein großer Korpus von Comicheften der beiden US-Verlage Marvel und DC aus den Jahren 1945 bis 2016 in den Datenbanken *Grand Comics Database*, *Comic Vine* und *Fandom* gesichtet und ein großes Sample für die Untersuchung zusammengestellt. Das Material wurde anschließend vergleichend und mithilfe der historischen Quellenkritik näher auf Praktiken des *othering* analysiert. In die Analyse fließen sowohl Ansätze der historischen Stereotypenforschung<sup>11</sup> als auch der historischen Ikonografie ein.<sup>12</sup>

## Länder und Landschaften als Teil des *othering* in US-Comics

Nach Sichtung und Auswertung der Comics und unter Einbeziehung publikationsgeschichtlicher Quellen (wie z.B. Interviews mit den Comicschaffenden) lässt sich festhalten, dass die Verwendung außeramerikanischer Schauplätze in US-Comics storyimmanent verschiedene Gründe haben kann, einige davon sind:

1. Überregionale und globale Ereignisse bedürfen internationaler Schauplätze zur Symbolisierung der Dimensionen oder der globale Aktionsradius einer Figur soll herausgestellt werden (ein Beispiel für ein solches Szenario deutet sich in Abb. 4 an).
2. Ein historischer Konflikt zwischen zwei oder mehr Ländern (Beispiel: Erster oder Zweiter Weltkrieg) ist Hintergrund der Handlung.
3. Eine internationale, US-zentrierte Figur besucht ihre Heimat.

11 Hier nach wie vor grundlegend: Hahn 2002.

12 Basierend auf Panofsky 1979 siehe Tolkemitt/Wohlfeil 1991.

4. Darüber hinaus kann es für die Verlage aus Vertriebsgründen wichtig sein, Handlungen auch in wichtigen Absatzländern spielen zu lassen, um Lesende aus diesen Regionen anzusprechen.<sup>13</sup>

In all diesen Szenarien werden die Figuren (und damit die Lesenden) mit kulturell Anderen konfrontiert, was durch die geografische Entfremdung – also das Verlassen des vertrauten Terrains vornehmlich US-amerikanischer Städte<sup>14</sup> in der Darstellung der Schauplätze – zusätzlich unterstützt wird.

Ortsangaben im Erzähltext sind eine Möglichkeit darauf hinzuweisen, dass die Figuren sich nicht mehr in den USA befinden. Es kann aber auch über bildliche Marker angezeigt werden, wo die dargestellte Handlung stattfindet. Diese setzen ein Wiedererkennen voraus, wenn sie nicht allein durch ihre Fremdartigkeit bereits den gewünschten Effekt des *othering* erzielen. Daher werden hierfür häufig bekannte Sehenswürdigkeiten, Gebäude und Landschaftsmerkmale verwendet, oftmals – aber nicht immer – in Kombination mit einem textlichen Hinweis auf den Schauplatz. Der *Marvel Atlas*<sup>15</sup> – quasi ein halboffizielles Begleitdokument zu Marvels Haupterzählwelt – zeigt deren ganz eigentümliches Verhältnis zur Geografie realer Orte: Während Nordamerika und Westeuropa recht getreu übernommen worden sind, gibt es andernorts viele fiktive Staaten, vor allem in Osteuropa, Lateinamerika, Südostasien und Afrika. Das verweist zum einen darauf, dass diese Regionen gegenüber den USA so fremd zu sein scheinen, dass es für die jeweilige Narration unerheblich ist, wie Länder dort heißen und wo sie sich genau befinden. Zum anderen demonstriert die jahrzehntelange Tradition Marvels, in diesen Regionen fiktive Staaten anzusiedeln und immer wieder neue zu erfinden, eine imperialistische Aneignung und Ignoranz und offenbart sehr deutlich die postkoloniale Perspektive, die den Comics innewohnt. Allerdings kann man diese Praxis auch als einen Weg interpretieren, politische Sensibilitäten zu berücksichtigen: Im Kalten Krieg sowie in Zeiten zunehmender Spannungen zwischen den USA und den postsowjetischen Nachfolgestaaten und nahöstlichen Autokratien soll mitunter vermieden werden, einen realen Konflikt direkt zu benennen. Fiktive Platzhalter müssen dafür herhalten.

Im Vergleich zu den USA, Großbritannien und Frankreich wird Deutschland vergleichsweise selten in den US-SuperheldInnencomics dargestellt. Eine Auswertung der *Comic Vine*-Datenbank<sup>16</sup> in Hinblick auf die Häufigkeit von Schauplätzen – so-

13 Tatsächlich war dies ein Argument für den 1975 vollzogenen Relaunch der X-Men als internationales SuperheldInnenteam (im Vergleich zu der rein weißen und US-amerikanischen Besetzung der ursprünglichen X-Men der 1960er Jahre), DeFalco 2006, hier: 33.

14 Zur Bedeutung der Stadt im SuperheldInnencomic siehe Groensteen/Morgan 2018, 238. Zur Bedeutung des Raumes Stadt im Comic siehe auch die Beiträge in Ahrens und Meteling 2010.

15 Hoskin/Brown 2008.

16 Die *Comic Vine*-Datenbank ist ein von Comicfans betriebenes Verzeichnis von Comicheften aus aller Welt. Hier werden Hefte formal und zu einem Großteil auch inhaltlich erschlossen. Das schließt oftmals – aber nicht immer – auch Informationen zu Handlungs-

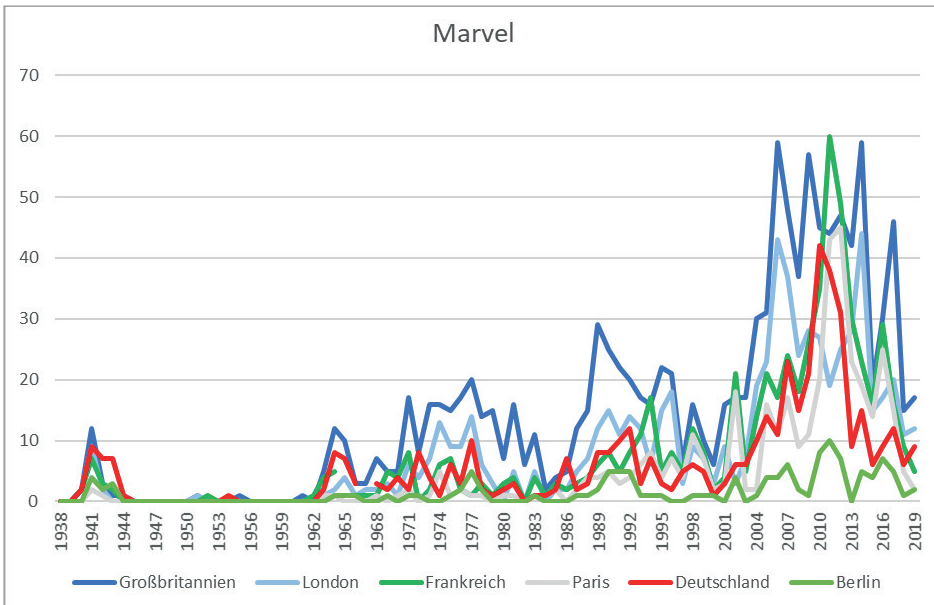
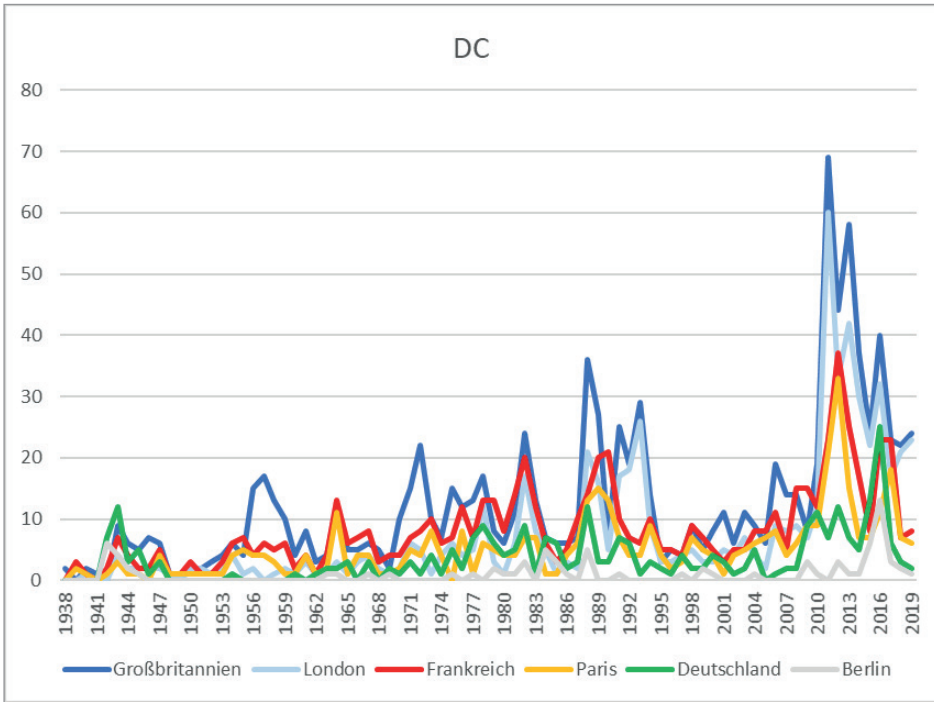


Abb. 2a & 2b: Länder und ihre Hauptstädte als Schauplätze im Vergleich.

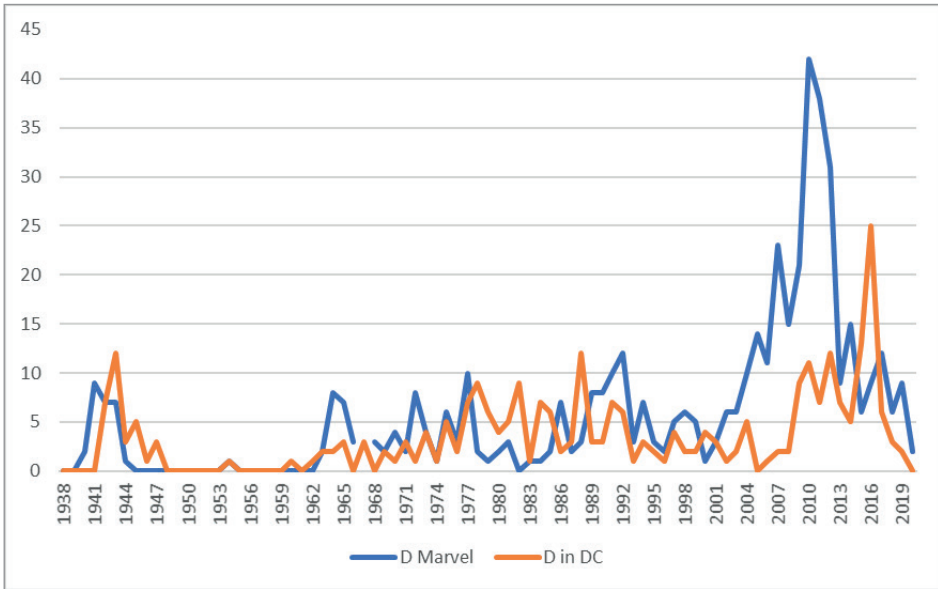


Abb. 3: Häufigkeit deutscher Schauplätze in Marvel und DC Comics.

wohl nach Ländern als auch nach Hauptstädten – zeigt, dass Frankreich und Paris (oft fast kongruent) zum Beispiel deutlich häufiger vorkommen als Deutschland und Berlin und mitunter sogar an Großbritannien und London heranreichen (vgl. Abb. 2a & 2b aber auch die Zahlen in Tabelle 1).

Die Analyse der Häufung von Schauplätzen – um es für Deutschland noch mal etwas deutlicher zu zeigen, wurden die Zahlen von DC und Marvel für Deutschland in Abbildung 3 einander direkt gegenübergestellt – zeigt, dass Deutschland zur Zeit des Zweiten Weltkrieges, ab den 1960er Jahren mit Peaks um 1977 und 1989 herum und schließlich mit einem Höhenflug zwischen 2007 und 2015 herum in den Comics der beiden Mainstreamverlage stark repräsentiert wird. Dies könnte mit dem Zweiten Weltkrieg und zumindest mit der Wende und Wiedervereinigung zusammenhängen und vielleicht auch auf die gestiegene weltpolitische Bedeutung durch die gute Bewältigung der Finanzkrise in der Ära Merkel und zuletzt auf das internationale Augenmerk auf die deutsche Flüchtlingspolitik 2015 zurückzuführen sein. Der Blick auf die anderen Länder zeigt aber, dass dies auch mit allgemeineren Trends zusammenfällt: Nur zur Zeit des Zweiten Weltkrieges wird Deutschland ähnlich häufig wie Großbritannien und Frankreich dargestellt, ab den 1960ern ist aber ein stetiger Trend zur Zunahme von internationalen Schauplätzen feststellbar. Hierbei werden die Peaks der Deutschlanddarstellung immer deutlich von den Peaks der Großbritanniendarstellung

---

chauplätzen ein. Da die Datenbank laufend gepflegt wird, variieren die abgerufenen Daten je nach Datum. Immerhin bietet *Comic Vine* eine entsprechende Datenschnittstelle über die Datenmengen zu Verlagen abgerufen und gefiltert werden können, sodass eine entsprechende Auswertung möglich wird. URL: <https://comicvine.gamespot.com> (3.4.2022).

lung und meist auch der französischen Schauplätze überlagert und verlieren somit an Besonderheit. Die Zunahme von Deutschlanddarstellungen hängt also vermutlich nur zu einem kleinen Teil von spezifischen politischen Ereignissen ab und ist eher anderen Faktoren geschuldet: generellen Trends in der Verlagspolitik hin zu einer Ausweitung der Schauplätze im Zuge einer Internationalisierung der Absatzmärkte, besseren Recherchemöglichkeiten durch das Internet oder auch einem anderen (erweiterten) Weltverständnis bei der LeserInnenschaft.<sup>17</sup>

Für diese Untersuchung sind neben der Anzahl für die Länder, Haupt- und bekannte Großstädte sowie wichtige oder in den Comics auffällige Regionen berücksichtigt worden. Die ermittelten Summen legen die Vermutung nahe, dass neben den Hauptstädten meist nur wenige Orte eine größere Relevanz haben. Bei einigen Ländern machen die Hauptstädte sogar den Hauptteil der Gesamtsumme für das jeweilige Land aus. Eine erste Abfrage vom 14. Februar 2020 zeigt für verschiedene Länder folgende Verteilung:

Tab. 1: Beispiele Aufschlüsselung Länderhäufigkeiten nach Comic Vine (14.2.2020)<sup>18</sup>

Deutschland	Brasilien	China	Frankreich	Russland
Germany (1376)	Brazil (622)	PR China (1335)	France (2399)	Russia (1344)
darunter:	darunter:	darunter:	darunter:	darunter:
Berlin (491)	Brasilia (5)	Beijing (120)	Paris (1936)	Soviet Union (217)
Black Forest (39)	Rio de Janeiro	Shanghai (169)		Moscow (504)
Bavaria (41)	(117)	Hong Kong (473)		St. Petersburg (104)
Munich (38)	Sao Paulo (37)			

Das Beispiel Frankreich macht sehr deutlich, wie zentral ein einziger Ort in der Darstellung eines Landes sein kann; Brasilien und China veranschaulichen, dass politische Hauptstädte mitunter nicht zentral in der Wahrnehmung des Landes sein müssen und bedeutende Metropolen und Tourismusziele hier ebenso entscheidend sein können. Zumeist wird das an ihrer Stellung im kulturellen Gedächtnis der USA liegen. Für den deutschen Fall ist die Dominanz der Stadt Berlin unter den Schauplätzen deutlich erkennbar, ebenso interessant ist es aber zumindest zu verzeichnen, dass der Schwarzwald und Bayern durchaus bei den US-Verlagen eine Rolle spielen (und zwar eine

17 Die Gegenüberstellung von Ländern und ihren Hauptstädten ist datentechnisch allerdings etwas problematisch: In der *Comic Vine* – der einzigen Datenbank mit Regionenangaben, bei der die Daten über eine Schnittstelle abrufbar waren – sind Regionen und einzelne Orte nicht automatisch unter dem Land subsummiert und damit zwangsläufig in der Gesamtsumme aller Landesdarstellungen enthalten. Sie müssen also zusätzlich abgefragt werden. Aus den Zahlen für Regionen, Orte und Land wird dann über Deduplizierung eine Gesamtsumme für eine Nation erzeugt, das heißt mehrfach aufgeführte Hefte (Issues) werden aus der Gesamtsumme entfernt. In die Abfrage können nur die Regionen und Orte aufgenommen werden, deren Existenz vorab bekannt ist.

18 Zugrunde liegen die Angaben für die Verlage Marvel und DC.



Abb. 4:  
Sehenswürdigkeiten als Marker  
für Schauplätze.

größere als Städte wie Hamburg oder München).<sup>19</sup> Solche Auffälligkeiten laden dazu ein, näher zu betrachten, woher das Interesse zu welcher Zeit an ausgerechnet diesen Regionen oder Städten entspringt. Auch bei der im Vergleich auffälligen Kongruenz von Geschichten in Frankreich mit der Gesamtanzahl der Verwendung von Paris wird eine kulturelle Einengung Frankreichs auf die Metropole deutlich, die untersuchenswert wäre. Hier schließen Fragen über die Bedeutung solcher Repräsentanz an: Werden selten dargestellte Regionen überhaupt wahrgenommen, haben die wenigen Darstellungen einen größeren Einfluss auf die Perception der dortigen Kulturen/Gesellschaften? Wird Häufigkeit in Bedeutung umgesetzt?

Die allgemeine Prominenz von sogenannten Weltstädten in den Comics lässt sich aber auch auf recht simple Erklärungen zurückführen: Mit ihren weltweit bekannten Wahrzeichen sind sie schnell identifizierbar und können als geografische Wegweiser verwendet werden, wie das Beispiel in Abbildung 4 zeigt:

Man sieht auf den vier dargestellten nebeneinanderliegenden Panels jeweils die flugfähige Superheldin Captain Marvel in der Luft. Einmal über Wasser, einmal über dem Londoner Big Ben, einmal vor dem Pariser Eiffelturm und schließlich vor einem „Refugee encampment“ in einem zunächst nicht weiter definierten „Eastern Europe“. Die dynamischen Bewegungslinien zeigen, dass sie in den ersten drei Panels schnell fliegt, während sie im vierten in der Luft verharret. In der Sequenz der Panels ist dies als der von ihr zurückgelegte Reiseweg zu verstehen – über den Ozean, an London und Paris vorbei in den Osten Europas. Orte werden nicht explizit in den Captions

<sup>19</sup> Dies belegen auch Abfragen der anderen Comicedatenbanken, die sich allerdings nicht maschinell auswerten und deduplizieren ließen und an späterer Stelle in händischer Auswertung einfließen werden.



(Erzähltexten) genannt. Die Szene aus *The Mighty Captain Marvel* illustriert, dass zentrale Wahrzeichen Städte und Länder typisieren können, und dass dies durchaus auch ohne Ortsbezeichnung funktioniert. Über bekannte Städte hinaus lässt aber die Präzision der örtlichen Zuordnung recht schnell nach: So liegt das osteuropäische Flüchtlingslager im deutschen Schwarzwald, wie an anderer Stelle gezeigt wird (Abb. 5).<sup>20</sup> Hier offenbart sich eine US-zentrierte Sicht, die jenseits von leicht zu typisierenden Tourismuszentren zur geografischen Beliebigkeit neigt und Deutschland daher wiederholt zu einem Teil Osteuropas macht – eine aus deutscher Sicht verblüffende Zuordnung. Bemerkenswert ist auch die Darstellung des Flüchtlingslagers im Schwarzwald, die eher an die Nachrichtenbilder aus mediterranen und nahöstlichen Zeltlagern erinnert als an Einrichtungen für AsylbewerberInnen hierzulande. Ein Vergleich dieser Darstellung mit den Ergebnissen einer Google-Bildersuche nach „Refugee Encampment“ und „Flüchtlingslager“ zeigt deutliche Übereinstimmungen und belegt, welche Ikonografie der Unterkünfte für Geflüchtete vorherrschend ist und wohl entsprechend Eingang in das Bildgedächtnis der LeserInnen gefunden hat. So sieht es auch Caroline Lenette, die eine ganz ähnliche fotografische Darstellung eines Flüchtlingslagers von 2014 unter dem Gesichtspunkt der „Vermassung“ kritisiert: „The barren nature of the surrounds adds to the ‚distance‘ of the situation as a context that would be largely foreign to Western viewers.“ Auch sie sieht in den Zeltlagern in öder Umgebung einen Weg zur Verfremdung der Flüchtenden.<sup>21</sup> Um also ein Lager als Flüchtlingscamp zu typisieren, muss die Land- und Ortschaft nicht authentisch wiedergegeben werden – deutsche Erstaufnahmeunterkünfte wurden zum Beispiel vielfach in Schulen, Sporthallen, Gewerbeanlagen und in Containersiedlungen eingerichtet, sehr selten in Zeltlagern – sondern so, wie sie in einem solchen Kontext von den LeserInnen erwartet und erkannt wird.

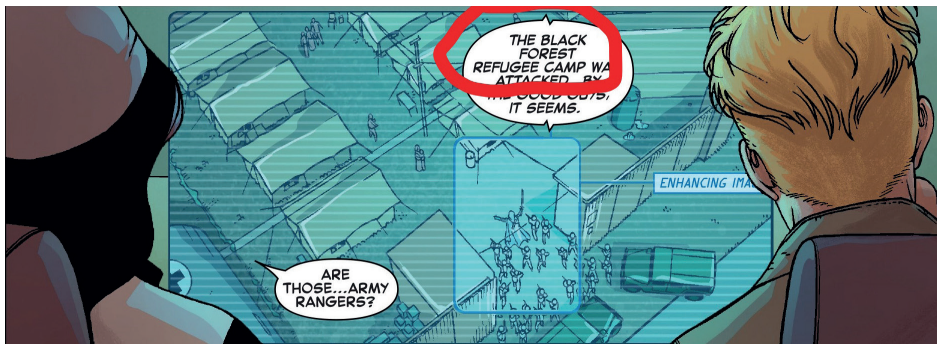


Abb. 5: Flüchtlingsunterkunft im Schwarzwald in *The Mighty Captain Marvel* #1.

20 Die Fundstelle verdanke ich einem Vortrag des Comicforschers Stephan Packard. Packard 2017.

21 Lenette 2017, 8–9.



Authentizität in der Darstellung von Regionen ist – jenseits von bekannten Wahrzeichen wie dem Eiffelturm oder dem Berliner Fernsehturm – eher unüblich. Gerade bei Schauplätzen außerhalb der USA, die nicht durch Sehenswürdigkeiten leicht erkenntlich typisierbar sind, nimmt die künstlerische Akkuratease ab, authentische Lokalitäten wiederzugeben. Und selbst bei stimmiger Darstellung erschließt sich dieser Anspruch der Kreativen meist nur den KennerInnen der Lokalität. Dennoch scheint sich in den 2000er Jahren ein Trend zu genauerer Recherche und Wiedergabe durchzusetzen, vermutlich begünstigt durch das Internet, diversere Kreativteams und größere Mobilität.<sup>22</sup>

Örtliche Andersartigkeit kann durch das Herausstellen vermeintlicher Exotik erzielt werden: Flora und Fauna, kulturell andersartige Baustile oder entsprechend auftretende, als ethnisch fremd markierte Figuren, sollen diese betonen. Im Falle Deutschlands wird dies gerne durch bauliche Elemente versucht: Regionale Baustile wie Fachwerk oder eben historische Gebäude wie Burgen und Schlösser eignen sich hierfür. Zum einen kennt die junge US-Geschichte derartige Gebäude in der Regel nicht und so wird Deutschland (und Europa) einem epochalen *othering* unterzogen. Das ‚alte‘, ‚traditionelle‘ Europa in Gestalt Deutschlands wird den jungen, modernen USA gegenübergestellt. Bei Burgen und Schlössern spielt überdies ihre Verbindung zur feudalistisch-aristokratischen Geschichte eine Rolle, die sich ebenfalls in Opposition zu den demokratischen USA setzen lässt. Darüber hinaus sind es klischeehafte Landschaftsmerkmale, die mit Deutschland verbunden werden: Wald, Berge, Schnee. Norddeutschland und die deutsche Küste kommen selten in den Comics der US-Verlage vor, ebenso wenig westdeutsche Regionen und Städte. Süd- und Ostdeutschland (hier aber vor allem Berlin) überwiegen deutlich. Die Bayerischen Alpen und der Schwarzwald bilden bis in die Gegenwart immer wieder deutsche Schauplätze in US-SuperheldInnencomics, Ostdeutschland – jenseits von Berlin – taucht erst seit der Wende vermehrt auf, allerdings ohne eindeutige landschaftliche Typisierung. Insgesamt lässt sich eine größere Varianz der Schauplätze seit den 1990ern (und noch deutlicher seit den 2000ern) beobachten. Der Schwarzwald bleibt hier neben Berlin eine Konstante, die Bayerischen Alpen treten eigentlich nur noch in Verbindung mit der Figur Nightcrawler von Marvels *X-Men* hervor. Allerdings sind die geografischen Kenntnisse über Deutschland bei den Kreativen, die die Geschichten in Szene setzen, entweder nicht sehr ausgeprägt oder sie werden zugunsten einer erzählerischen Zuspitzung geopfert: In einer Horror-Kurzgeschichte der DC-Heftreihe *The Unexpected* von 1969, in der ein junger Mann in bayerischen Lederhosen den personifizierten Tod gefangen genommen hat, um die Menschen unsterblich zu machen, liefert die Erzählstimme im ersten Bild der Geschichte eine verwirrende Ortsangabe: „As an eerie morning mist lifted from a Bavarian village nestling in the Black Forest, a vacationing

22 Ein Beispiel hierfür wäre die ziemlich genaue Wiedergabe des Stuttgarter Flughafens in *Deathlok* #3. Für die Handlung ist eine authentische Darstellung nicht relevant, aber sie passt zum realistischen Stil des Zeichners Mike Perkins. Edmondson/Perkins 2015.



Abb. 6: Geografische Verwirrung in *Solomon Kane*.

English doctor was startled by incredulous news ...<sup>23</sup> Es werden also der Schwarzwald und Bayern geografisch vermengt. Und in einer jüngeren *Solomon Kane*-Adaption von 2010 verrät der im Schwarzwald umherirrende Protagonist (und damit auch die dahinterstehenden Kreativen) mangelnden Überblick über Deutschland, denn er verortet den Wald anscheinend in Hessen und wähnt zudem Berlin in greifbarer Nähe: „That’s right. A little ways, then the road, then Albstadt, or Berlin, or all the way to blessed Avignon and away from these Hessian [...]“.<sup>24</sup> Der Bezug zu Hessen kann in unterschiedlicher Weise interpretiert werden, da die Bezeichnung „Hessian“ seit dem 19. Jahrhundert auch für „Soldatenstiefel“ steht. Doch deutet hier einiges darauf hin, dass die hessischen Wälder gemeint sind, und das Wort „woods“ lediglich in dem abgebrochenen Satz verschluckt wurde. Abbildung 6 illustriert mit ihrer in Grautönen gehaltenen Umgebung die auffallend häufige düstere Darstellung des Schwarzwaldes, der die Reisenden verschlingt.

Im Folgenden werden Darstellungsaspekte des Schwarzwalds und der Bayerischen Alpen miteinander verglichen, um zu zeigen, wie verschieden die Bewertung dieser Regionen ausfällt. Diesen Befund führe ich auf eine unterschiedliche Einordnung im kulturellen Gedächtnis zurück, die eben zumeist nicht auf eigenen Erfahrungen, sondern auf kollektiv tradierten Wissensbeständen beruht.<sup>25</sup> In der vorliegenden Untersuchung sind in diesem Zusammenhang folgende Fragen von Interesse: Welche Formen kultureller Überlieferung in Bezug auf diese Regionen finden in welche Art von Geschichten Eingang? Gibt es historische Zeiträume, in denen ihre Darstellung

23 Roth/Wood [D. W. Holtz] 1969.

24 Allie/Guevara 2010. Hervorhebungen in diesem und allen folgenden Zitaten – wenn nicht anders angeführt – immer wie im Original.

25 Nach Aleida Assmann ermöglicht das kollektive Gedächtnis „den Mitgliedern einer Gesellschaft, über räumliche und zeitliche Entfernungen hinweg Bezugspunkte in der Vergangenheit festzuhalten und gemeinsame Orientierungsformen aufzubauen. Auf diese Weise kann man sich als Teil einer größeren Einheit begreifen, die weit über die individuelle Erfahrung hinausgeht“. Assmann 2013, 17. Zum kommunikativen und kulturellen Gedächtnis siehe auch Assmann 1999; Assmann 2013.

gehäuft auftritt? Und handelt es sich um stereotype Darstellungen dieser Landschaften und ihrer Bevölkerung?<sup>26</sup>

## Der Schwarzwald als Schauplatz mystischen Grauens

US-Comic-Geschichten, die im Schwarzwald spielen, sind häufig durchsetzt mit gruselig-okkulten Elementen. Das zeigt sich eindeutig in den Horrorcomics, aber auch in den mystisch angehauchten SuperheldInnengeschichten vor allem bei DC, so bei *Constantine* (2014) oder *Swamp Thing* (1994, 2004).<sup>27</sup> Allerdings ist es hierbei nicht allein die Landschaft – düsterer, bergiger, oft verschneiter Wald und die eine oder andere Burg – die stereotype Erwartungen hervorruft, sondern es wird die Information „Black Forest“ benötigt, um für mystische Gruselstimmung und die spezifische Zuordnung zu Deutschland zu sorgen.<sup>28</sup> Nur bei Mark Millars und Phillip Hesters *Swamp Thing* erlauben die Abbildungen des Freiburger Münsters theoretisch eine örtliche Zuordnung ohne den textlichen Hinweis. Für US-AmerikanerInnen (und selbst für viele Deutsche) dürfte dieser Hinweis aber nur in Ausnahmefällen ausreichend sein. Ein anderes Kreativgespann, Andy Diggles und Enrique Breccia, nehmen den Faden der Schwarzwalddarstellung von Millar und Hester schließlich in ihrer *Swamp Thing*-Geschichte 2004 wieder auf und belegen damit die dem seriellen Medium innewohnende Erinnerungs- und Referenzkultur: Die dargestellte Knusperhexenhütte mitten im Wald ist die gleiche wie im zehn Jahre früher erschienenen *Swamp Thing*-Heft 148, nur dass Diggle die Protagonistin in seiner Geschichte sogar explizit einen Bezug zu den Märchen der Brüder Grimm herstellen lässt (7a & 7b): „Okay, so this is suddenly all getting way too Brothers Grimm for my liking.“<sup>29</sup>

Die beiden zehn Jahre auseinanderliegenden Geschichten, die im weitesten Sinne aufeinander aufbauen und mit okkulten Zusammenhängen spielen, belegen die kontinuierliche Bedeutung des Schwarzwalds als Gruselmotiv. Der Bezug auf die Brüder Grimm könnte ein Indiz für den Ursprung dieses Motivs sein. Zumindest wird er auch in den *Constantine*-Comics wieder aufgenommen und mit Gefahr in Verbindung gebracht. Bei einer Suche im Schwarzwald stellt der magisch versierte Privatdetektiv und Dämonenjäger Constantine explizit einen Bezug zwischen den Brüdern Grimm und dem gefährlichen Schwarzwald her: „[...] I know how dangerous it is out

26 Stereotype Darstellung meint hier eine starre, wertende Darstellung, die bei den Lesenden im weitesten Sinne Emotionen hervorruft.

27 Fawkes/Salazar 2014; Millar/Hester/DeMulder 1994; Diggle/Breccia 2004.

28 Und es scheint die Assoziation mit Deutschland wichtig zu sein, um diese Gruselstimmung hervorzurufen, denn der Black Forest von Disneys fiktivem *Duckburg* (Entenhäusen) kann zwar gefährlich sein, wie Donald bei einer Wette am eigenen Leib erfährt, dient aber gleichsam den jugendlichen Pfadfindern als Trainingsterrain, vgl. Barks 1959.

29 Diggle/Breccia 2004.



Abb. 7a & 7b: Märchenhaft-mystischer Schwarzwald bei Swamp Thing.

here in this bloody forest [dem Schwarzwald]. Anybody who paid proper attention to the Brothers Grimm knows that.<sup>30</sup>

Auch die *Solomon Kane*-Stoffe zeugen davon, dass die Verbindung von Grusel, Okkultem, Werwölfen und dem Schwarzwald nicht nur ein transmediales, sondern vor allem auch ein kulturell konstantes Phänomen sein muss: Das Motivensemble „Schwarzwald und Werwolf“ bleibt von den 1920ern, als Robert E. Howard die Romanvorlagen zu den Comics schrieb, bis zu den Adaptionen der 2010er Jahre aktuell,<sup>31</sup> er ist auch bei *Constantine* vorzufinden<sup>32</sup> und lässt sich sogar noch weiter zurück verfolgen.<sup>33</sup> Auch hier zeigt sich, dass das kulturelle Gedächtnis langlebig und medienüberschreitend ist: Legenden und Geschichten des 19. Jahrhunderts finden im 20. Jahrhundert Eingang in das sich neu etablierende Medium Comic und halten sich bis in die Gegenwart. Interessant ist, dass – obwohl Nazi-Motive gern und häufig in

30 Fawkes/Salazar 2014.

31 In den Comic-Adaptionen der Abenteuer des von Robert E. Howards geschaffenen puritanischen Monsterjägers Solomon Kane – bei Marvel (1970er bis 1980er) und bei Dark Horse Comics (ab 2008) veröffentlicht – werden Stoffe umgesetzt, die im Schwarzwald angesiedelt waren. Auch wenn diese nicht zu den SuperheldInnengeschichten gehören, geben sie doch ganz gut wieder, wie der „Black Forest“ in US-Comics gerne präsentiert wird: Seine mystische Atmosphäre wird betont und mehrfach treten Bezüge zu werwolfartigen Gestalten auf. Vgl. Macchio/Blevins 1985; Allie/Guevara 2008, 2010.

32 Siehe Fawkes und Salazar 2014.

33 Laut Max Fincher ist die erste Romanverarbeitung des Werwolfmotivs im Jahr 1846 bereits im Schwarzwald angesiedelt. Fincher 2013, 1. Die englische Übersetzung eines französischen Werwolfstoffes, der im Schwarzwald angesiedelt ist, findet seit 1876 LeserInnen, siehe Frost 2003, 68–70. Darüber hinaus überliefert Anton Birlinger 1875 eine scheinbar noch ältere Werwolfsage aus dem Schwarzwald, siehe Birlinger 1875, 146.

US-SuperheldInnencomics reaktiviert werden – der „Werwölfe“ genannte NS-Widerstand gegen die sich anbahnende alliierte Besatzung hier eigentlich nicht thematisiert wird. Ganz im Gegenteil: Im Kriegscomic *Sgt. Rock* geht in der Geschichte „The darkest night“ aus dem Jahr 1981 zwar ein furchterregender Werwolf – ein deutscher Adliger – um, aber er wendet sich am Ende gegen die Nazis und hilft damit den G.I.s.<sup>34</sup>

Einladend wirkt dieses touristisch erfolgreiche Gebiet in den US-Comics nie. In von 51 gefundenen Titeln der beiden Großverlage Marvel und DC,<sup>35</sup> die im Black Forest/Schwarzwald spielen, dominieren bei 23 Märchen- und Horrorelemente, wobei die düstere Atmosphäre in den Darstellungen überwiegt. Beim Schauplatz „Bayerische Alpen“ ist dieser Bezug nicht so klar ersichtlich.

## Die Bayerischen Alpen:

### Schauplatz des Kalten Krieges und Heimat *Nightcrawlers*

Dass Bayern im Vergleich zu anderen deutschen Regionen verhältnismäßig häufig in den US-Comics von Marvel und DC als Schauplatz gewählt wird und auch ansonsten dort das Deutschenbild in Teilen zu prägen scheint, verwundert angesichts der größeren Vertrautheit mit dieser Region in den USA nicht wirklich: Süddeutschland war Teil der US-Besatzungszone (und beherbergt bis in die Gegenwart US-Stützpunkte) und das Oktoberfest in München ist ein beliebtes touristisches Ziel. Die Bayerischen Alpen als spezifische geografische Angabe überraschen hingegen – vor allem, wenn man beachtet, wann sie ins Spiel kommen und wofür sie stehen. Ein frühes Nachkriegsbeispiel findet sich 1945 in den *Star Spangled Comics*. Die Superheldin Liberty Belle ist in den Bayerischen Alpen unterwegs, um einen untergetauchten Nazikriegsverbrecher an der Flucht über Gebirgspässe in die Schweiz zu hindern (Abb. 8)

Die Episode zeugt von geografischer Ignoranz, da es den Gebirgspass, den Liberty Belle (hier in zivil) im linken Panel erwähnt, nicht gibt.

Interessanterweise spielen die Bayerischen Alpen danach nur beim Marvel Verlag eine größere Rolle, was an drei Umständen liegen könnte:

1. In den 1960er Jahren gerät die Weltpolitik bei Marvel zusehends in den Blick und damit der Kalte Krieg. In der Wahrnehmung der Kreativen befinden sich die Bayerischen Alpen an der Grenze zum kommunistischen Europa.<sup>36</sup>
2. Die Landbevölkerung der Bayerischen Alpen erscheint als Sinnbild für rückständige und abergläubische Menschen und wird entsprechend in den 1960ern und 1970ern verwendet, um die Überlegenheit des Westens (also der USA) zu verdeutlichen.

34 Kanigher/Redondo 1981.

35 Für die Zusammenstellung wurden vier Datenbanken teils händisch ausgewertet: *Comic Vine*, *DC Database*; *Marvel Database*; *Grand Comics Database*.

36 Zur Verarbeitung der Gegensätze des Kalten Krieges in den Marvel Comics vgl. Schweizer 1992.



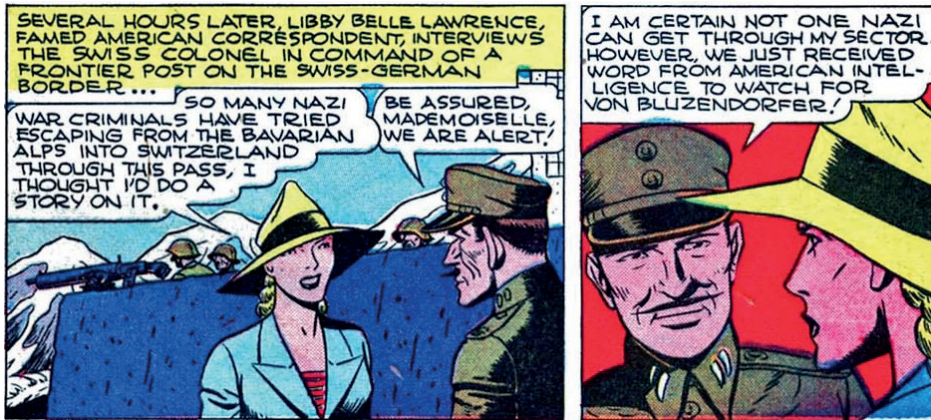


Abb. 8: Naziflucht aus den Bayerischen Alpen in die Schweiz.

3. 1975 wird die deutsche Figur Kurt Wagner, die aus dem fiktiven Dorf/Städtchen Winzeldorf in den Bayerischen Alpen stammt, alias Nightcrawler als Teil eines internationalen X-Men-Teams geschaffen. In der Folge kehrt sie immer wieder an ihren Geburtsort zurück. Die Origin Story Nightcrawlers nimmt den Aspekt von der alpenländischen und rückständischen Bevölkerung (Punkt 2) wieder auf.

Prominentestes Beispiel für den ersten Punkt ist der 1965 in den Bayerischen Alpen verortete Kleinstaat Latveria: „For this is the kingdom of Doctor Doom! Known to the outside world simply as Latveria, it nestles, virtually unnoticed, in the heart of the Bavarian Alps!“<sup>37</sup>

Dieser Staat zeigt eine einfältige und obrigkeitshörige deutschsprachige Bevölkerung, die mitunter bayerisch anmutende Kleidung (Lederhosen, Gamsbart) trägt. Berge, Fachwerkbauten und mittelalterliche Burgen runden das Bild ab. Ihr autokratischer Herrscher, der selbsternannte Monarch Victor von Doom (alias Doctor Doom), hat im Kontrast dazu in faustischer Manier Magie und Wissenschaft vereint. Eine von ihm erschaffene und kontrollierte Roboterarmee sichert seinen Herrschaftsbereich und bedroht die freie demokratische Welt.

Regelmäßig wird der Autokrat Doom zum Antagonisten von US-Figuren, die das liberale Wissenschafts- und Freiheitsverständnis der USA symbolisieren, allen voran die Fantastic Four, die Comic-US-Superfamilie der 1960er Jahre. Dooms Hybris, Eitelkeit und Arroganz kosten ihn dabei immer wieder den Sieg. In diesem Setting, das ab *Fantastic Four* #5<sup>38</sup> entfaltet wird, vereinen sich deutlich Eigenschaften, die der US-Sicht der Zeit auf Deutschland (als Gefahr durch Nazi-/Überlegenheitswahn und unmoralisch eingesetzte Wissenschaft), auf Bayern (Rückständigkeit und Aberglaube) sowie auf den neuen Kalten Kriegsgegner „Osteuropa“ der 1960er Jahre entsprechen.

<sup>37</sup> Lee/Kirby 1964.

<sup>38</sup> Lee/Kirby 1962.

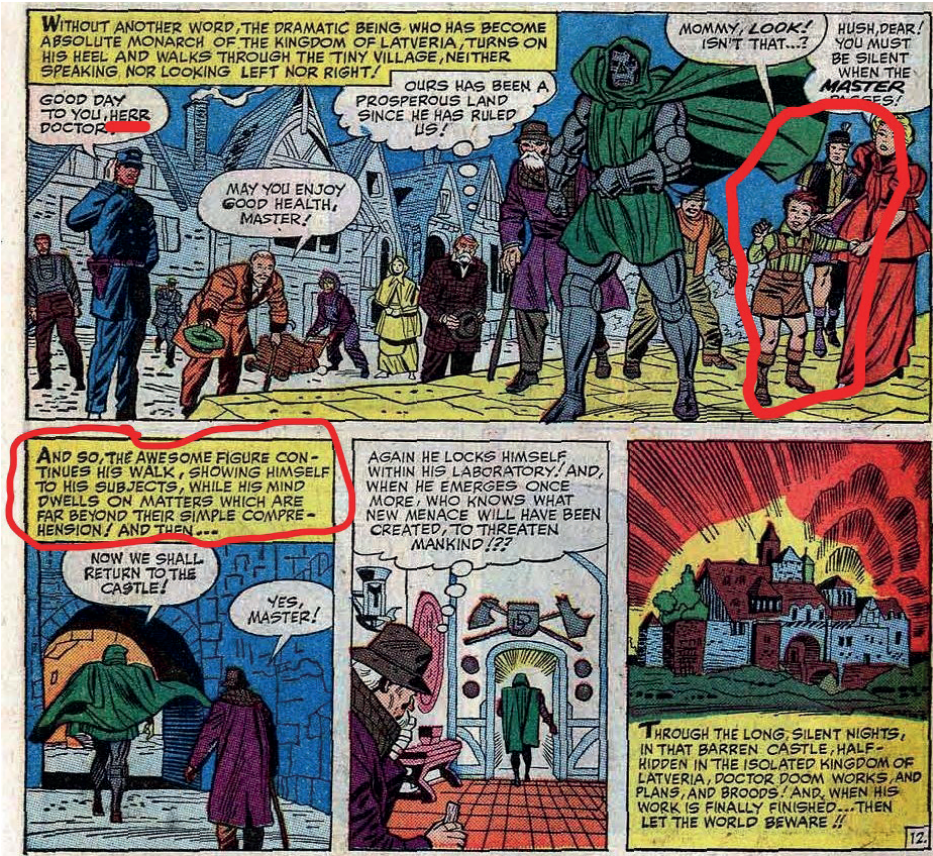


Abb. 9: Latveria in ‚deutscher Verpackung‘: Fachwerk, Lederhosen, Burgen und deutsche Sprache.

In Doctor Doom und Latveria verschmelzen der alte und der neue Gegner – kein Einzelphänomen in den US-Comics.<sup>39</sup>

Die Erinnerung an die Gefahr durch Nazis nimmt in den US-Comics nach einem Höhepunkt in den 1960er Jahren allmählich ab und der kommunistische Osten etabliert sich stärker als eigenständige Bedrohung. Westdeutschland wird als verlässlicher Verbündeter und aufstrebende Industrienation und nicht mehr als hinterwäldlerisch und autokratisch wahrgenommen. Latveria wandert in der Folge in den 1980er Jahren nach Südosteuropa. Das wiederkehrende Element der Roma-Abstammung Doctor Doods könnte dabei ebenso eine Rolle gespielt haben, wie die aus US-Sicht größere Beliebtheit der Region. Der *Marvel Atlas* zeigt schließlich Latveria in Südosteuropa, im Ende Oktober 2020 erschienenen Heft *Doctor Doom* #8 wird es ebenfalls dort auf einer Karte verortet.<sup>40</sup> Die deutschen Wurzeln Latverias und Victor von Doods sind

39 Adler/Paterson 1970.

40 Cantwell/Larocca 2020, 1046–1064.





Abb. 10:  
Nachbarschaft Bayerns mit der  
Balkanregion in X-Men #9.

bis heute spürbar, wenngleich es jetzt mehr den Charakter von historischem Kulturerbe hat, das an Siebenbürgen oder ein vom Deutschritterorden dominiertes Baltikum erinnert. Die ursprüngliche Verortung des Staates in Bayern könnte aber auch eine geografische Marotte Stan Lees, des Masterminds im Marvel Verlag der 1960er Jahre und Schöpfers Doctor Dooms sein: In der ebenfalls und fast zur selben Zeit von ihm verantworteten Geschichte „Enter, the Avengers“ in X-Men #9<sup>41</sup> verortet er Bayern in unmittelbarer Nachbarschaft zur Balkanregion (Abb. 10).

Eine weitere Allegorie auf den Kalten Krieg versetzt Lee 1964 ebenfalls in die Bayerischen Alpen: In *Strange Tales* #118 lässt er (diesmal mit Zeichner Steve Ditko) den Magier Dr. Strange gegen Außerirdische, die die Kontrolle über die Körper der Protagonisten übernehmen, antreten. Die bayerische Bergbevölkerung (vor einer Kulisse aus Bergen und Fachwerkhäusern) wird als friedlich und freundlich, wie sie es seit Jahrhunderten gewesen sei, an späterer Stelle aber auch als abergläubisch beschrieben: „But soon the superstitious villagers find they have another event to fear, or so they think, as they see the tall, imposing figure of a dark-eyed stranger appear in their midst!“<sup>42</sup>

Für Stan Lee waren also Bayern und die Bayerischen Alpen Orte direkt an der Reibung zum Feind im Kalten Krieg – sei es, weil er die Verschmelzung von altem und

41 Lee/Kirby 1965.

42 Siehe Lee/Ditko 1964.

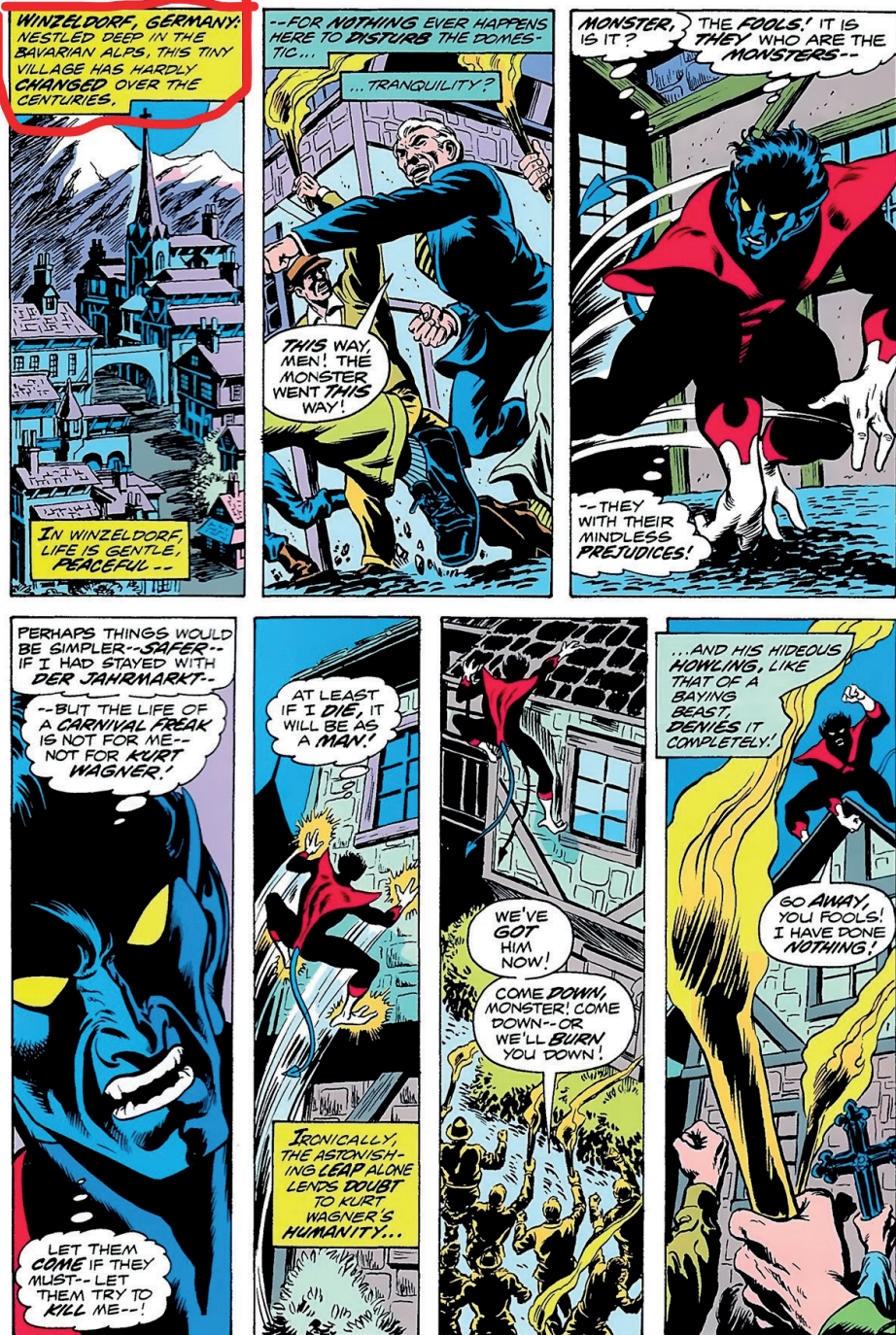


Abb. 11: Verfolgung Nightcrawlers durch einen abergläubischen Mob in Winzeldorf.





Abb. 12: Rothenburg ob der Tauber als Vorlage für Winzeldorf in *Amazing X-Men* #14.

neuem Feind als Stilmittel verwendete oder weil er die geografische Lage der Alpen nicht genau genug im Blick hatte und übersah, das zwar Bayern, nicht aber seine favorisierte Region – die Alpen – an den Systemfeind grenzte. Mit Lees aktiver Tätigkeit endete auch die prominente Stellung der Bayerischen Alpen. Nur in der Heimat der 1975 geschaffenen deutschen Figur Kurt Wagner alias Nightcrawler, dem fiktiven Dorf/Städtchen Winzeldorf, das sich in das erzählerische Stereotyp rückständiger bayerischer Alpendörfer einreicht, wirkten sie fort (Abb. 11).<sup>43</sup>

Zwar kehrt die dämonisch aussehende Figur ihrer Heimat den Rücken und wird Mitglied des internationalen (in den USA verorteten) X-Men-Teams, sie besucht die Region aber wiederholt. Die Geschichten um Nightcrawler kommen in Teilen dem gruselig-märchenhaften Ton der Schwarzwaldgeschichten nah, bilden aber immer noch deutlich die Ausnahme. Im Kontrast dazu wird Winzeldorf sehr häufig als Fachwerkidyll dargestellt, die Menschen aber eher als hinterwäldlerisch, das Fremde ablehnend oder vom Okkulten heimgesucht. Abbildung 12 zeigt eine authentische Wiedergabe einer realen Vorlage – nur eben nicht des fiktiven, alpinen Winzeldorfs, sondern des mittelfränkischen Rothenburg ob der Tauber.

Die Bayerischen Alpen können für Kurt Wagner aber auch eine erholsame Wirkung entfalten, wie *Uncanny X-Men* #407 zeigt. In einer Notsituation teleportiert sich Nightcrawler mit einem Teammitglied zu seinem früheren Zirkusfreund Feuer, der in der Einsamkeit der Bayerischen Alpen in einer Berghütte lebt. Hier sammelt sich der zaudernde Nightcrawler und findet neue Kraft für weitere Abenteuer. Bezeichnenderweise findet man bis auf verschneite Berge keine landschaftlichen Hinweise dafür, dass man sich in Deutschland befindet. Dafür ist die gesamte Episode mit deutschen Sätzen gespickt, trägt einen deutschen Titel und endet auf Deutsch. Hier wird wieder deutlich, dass eine nationale Zuordnung von Landschaften meist eindeutige Markierungen – sei es etwa durch Baustile oder Kleidung – bedarf.<sup>44</sup>

<sup>43</sup> Wein/Cockrum 1975.

<sup>44</sup> Casey 2002.

## Fazit

Während der Schwarzwald in den US-Comics von seiner dunklen, mystischen Natur geprägt ist, die sich auf die Menschen auswirkt, steht in den meisten in den Bayerischen Alpen lokalisierten Geschichten nicht die ‚natürliche‘ Landschaft im Vordergrund, sondern sie wird maximal als idyllisches Element in einem Setting aus Baustilen, Trachten und Natur aufgegriffen. Im Gegensatz zu der eigentlich immer als bedrohlich empfundenen Schwarzwaldszenerie, sind die Schauplätze der Bayerischen Alpen per se nicht bedrohlich, sondern werden oftmals von außen in ihrer Ruhe gestört. Die ‚Deutschheit‘ der Landschaften erfolgt in beiden Fällen weniger über die Natur als mehr über Worte und Bilder, über die kulturelle Erinnerung hergestellt wird. Die bloße Nennung der Region „Black Forest“ erweckt Assoziationen, die in den USA mit den Märchen der Brüder Grimm in Verbindung zu stehen scheinen und dadurch einen Bezug zu Deutschland aufmachen. Bei den Bayerischen Alpen sind es die idyllischen (Berg)Dörfer und Städtchen mit ihren Fachwerkbauten, die es den US-Kreativen angetan haben, vielleicht weil G.I.s von diesen während ihres Dienstes in der süddeutschen US-Besatzungszone nachhaltig beeindruckt waren, vielleicht weil das touristische Image Bayerns erfolgreicher international vermarktet wurde. Auch könnten sich diese Regionen als Herkunftsgebiete deutscher Auswanderer ins kulturelle Gedächtnis vieler deutschstämmiger US-BürgerInnen eingebrannt haben.<sup>45</sup> Interessanterweise setzt DC stärker als Marvel auf okkult-märchenhafte Imaginationen Deutschlands und greift Bayern eher über die Horrorgeschichte von Frankenstein auf als über die Alpenidylle. Ferner verzichtet DC im Gegensatz zu Marvel auf explizite Allegorien zum Kalten Krieg in dieser Region. Marvel hingegen hat erst in den 1990ern begonnen neuere wie ältere Assoziationen zu deutschen Landschaften zu ergründen. Eine stärkere Rückbesinnung auf die Aufladung deutscher Landschaften mit Horror- und Märchenelementen könnte also perspektivisch auch hier vermehrt einsetzen. Beide Regionen tragen damit in unterschiedlicher Weise zum *othering* der Deutschen bei: Während der Schwarzwald Deutschland vor allem mit einer atmosphärischen Fremdheit durch den düster-irrationalen Anstrich versieht, wird dieses Andere bei den Bayerischen Alpen durch eine folkloristische (und damit vermeintlich rückständige) Charakterisierung erzeugt. Darin zeigt sich, dass Schauplätze in US-SuperheldInnencomics beim *othering* unterstützend wirken. Im Vergleich der beiden untersuchten Landschaften wird aber ebenso deutlich, dass Deutschland nicht per se gruselige Landschaften bietet und sich eine Gleichung von Deutschland mit Schauer-geschichten aufmachen lässt, sondern dass die Bilder Deutschlands heterogen sind und auf unterschiedlichen Traditionen und Motivensembles aufbauen.

45 Nach Bretting und Rößler kamen zumindest bis Mitte des 19. Jahrhunderts der überwiegende Teil der deutschen Einwanderer in die USA aus dem deutschen Südwesten, was vielleicht das Festsetzen der Schwarzwaldmystik erklären könnte, Bretting 1992, 135; Rößler 1992, 148.

## Literatur

- Adler, Les K./Paterson, Thomas G.: Red Fascism. The Merger of Nazi Germany and Soviet Russia in the American Image of Totalitarianism, 1930's–1950's. In: *The American Historical Review* 1970/75,4, S. 1046–1064. DOI: 10.2307/1852269.
- Ahrens, Jörn/Meteling, Arno (Hg.): *Comics and the City. Urban Space in Print, Picture, and Sequence*. New York 2010.
- Assmann, Aleida: *Das neue Unbehagen an der Erinnerungskultur. Eine Intervention*. München 2013. <https://doi.org/10.17104/9783406652110>
- Assmann, Aleida: *Erinnerungsräume. Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses*. München 1999.
- Assmann, Aleida: Einführung. In: Anton Pelinka (Hg.): *Vorurteile: Ursprünge, Formen, Bedeutung*. Berlin u. a. 2012, S. 1–30. <https://doi.org/10.1515/9783110267198.1>
- Birlinger, Anton: Schwarzwaldsagen. In: *Alemannia: Zeitschrift für Sprache, Literatur und Volkskunde des Elsasses und Oberrheins* 1875/2, S. 146–159.
- Bretting, Agnes: Mit Bibel, Pflug und Büchse: deutsche Pioniere im kolonialen Amerika. In: Klaus J. Bade (Hg.): *Deutsche im Ausland – Fremde in Deutschland. Migration in Geschichte und Gegenwart*. München 1992, S. 135–148.
- Brons, Lajos L.: Othering, an analysis. In: *Transcience, a Journal of Global Studies* 6,1 (2015), S. 69–90.
- Cocca, Carolyn: *Superwomen. Gender, Power, and Representation*. New York u. a. 2016. <https://doi.org/10.5040/9781501316609>
- Cocca, Carolyn: Reproducing Inequality and Representing Diversity: The Politics of Gender in Superhero Comics. In: Eckhoff-Heindl, Nina/Sina, Véronique (Hg.): *Spaces Between: Gender, Diversity, and Identity in Comics*. Wiesbaden 2020, S. 1–15. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-30116-3\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-30116-3_1)
- Dauw, Esther de: *Hot pants and spandex suits. Gender representation in American superhero comic books*. New Brunswick 2021. <https://doi.org/10.36019/9781978806078>
- DeFalco, Tom: *Comics creators on X-Men*. London 2006.
- Fincher, Max: Werewolves. In: Hughes, William/Punter, David/Smith, Andrew (Hg.): *The Encyclopedia of the Gothic*. Chichester 2013. <https://doi.org/10.1002/9781118398500.wbe-otgw004>
- Espinoza, Mauricio: The Borderland Construction of Latin American and Latina Heroines in Contemporary Visual Media. In: Jones, Norma/Batchelor, Bob (Hg.): *Heroines of comic books and literature. portrayals in popular culture*. Lanham u. a. 2014, S. 81–93.
- Frost, Brian J.: *The essential guide to werewolf literature*. Madison 2003.
- Gateward, Frances/Jennings, John: Introduction. The Sweeter the Christmas. In: Gateward, Frances/Jennings, John (Hg.): *The Blacker the Ink. Constructions of Black Identity in Comics and Sequential Art*. New Brunswick 2015, S. 1–15. <https://doi.org/10.2307/j.cttlhd186b>
- Groensteen, Thierry/Morgan, Harry: Superhelden. In: Etter, Lukas/Nehrlich, Thomas/Nowotny, Joanna (Hg.): *Reader Superhelden*. Bielefeld 2018, S. 229–240. <https://doi.org/10.1515/9783839438695-019>
- Hahn, Hans Henning (Hg.): *Stereotyp, Identität und Geschichte. Die Funktion von Stereotypen in gesellschaftlichen Diskursen*. Frankfurt am Main 2002.
- Hahn, Hans Henning/Hahn, Eva: Nationale Stereotypen. Plädoyer für eine historische Stereotypenforschung. In: Hahn, Hans Henning (Hg.): *Stereotyp, Identität und Geschichte. Die*

- Funktion von Stereotypen in gesellschaftlichen Diskursen. Frankfurt am Main 2002, S. 17–56.
- Hall, Stuart: Das Spektakel des Anderen. In: Stuart Hall: Ideologie, Identität, Repräsentation. Ausgewählte Schriften, Bd. 4. Hg. v. Juha Koivisto und Andreas Merckens. Hamburg 2013, S. 108–166.
- Harbeck, Matthias: Nazis. In: Booker, Marvin Keith (Hg.): Comics through time. A history of icons, idols, and ideas, Bd. 1, 1800–1960. Santa Barbara 2014, S. 269–274.
- Harbeck, Matthias: Comics als Gegenstand der historischen Stereotypenforschung. In: Dolle-Weinkauff, Bernd (Hg.): Geschichte im Comic: Befunde, Theorien, Erzählweisen. 10. Wissenschaftstagung der Gesellschaft für Comicforschung (ComFor). Berlin 2017, S. 253–272.
- Hoskin, Michael/Brown, Eliot R.: Marvel Atlas. Unter Mitarbeit von Anthony Flaminie, Stuart Vandal und Eric J. Moreels. New York, London 2008.
- Johnston, Rich: Report: 63% Of Comics Bought By Men, 37% By Women (20.10.2017). URL: <https://www.bleedingcool.com/2017/10/20/63-of-comics-bought-by-men-37-by-women/>, [10.3.2020].
- Lenette, Caroline: Visual Depictions of Refugee Camps: (De)constructing Notions of Refugee-ness? In: Liamputtong, Pranee (Hg.): Handbook of Research Methods in Health Social Sciences. Singapore 2017, S. 1–18. [https://doi.org/10.1007/978-981-10-2779-6\\_47-1](https://doi.org/10.1007/978-981-10-2779-6_47-1)
- Lepore, Jill: Looking at Female Superheroes with Ten-Year-Old Boys. In: The New Yorker (7.5.2015). URL: <https://www.newyorker.com/culture/cultural-comment/marvel-a-force-female-superheroes> [2.12.2019].
- Murphy, Katherine J.: Analyzing Female Gender Roles in Marvel Comics from the Silver Age (1960) to the Present. In: Discussions 12,2 (2016), o. S. URL: <http://www.inquiriesjournal.com/a?id=1449>.
- Näpel, Oliver: Das Fremde als Argument. Identität und Alterität durch Fremdbilder und Geschichtsstereotype von der Antike bis zum Holocaust und 9/11 im Comic. Frankfurt am Main 2011.
- Nowotny, Joanna/Jossen, Bettina: Marvel Villains and the American National Identity from World War II to the War on Terror. In: Efron, Malcah (Hg.): The Function of Evil across Disciplinary Contexts. Lanham 2017, S. 165–185.
- o. A.: The Superhero Diversity Problem. In: Harvard Political Review (24.10.2014). URL: <https://harvardpolitics.com/superhero-diversity-problem/> [14.6.2021].
- Packard, Stephan: President Lex Luthor, Wakanda und der osteuropäische Schwarzwald. Zur populären Ideologie der Fiktionalität in Comics. Vortrag „Der Comic und das Populäre“, Jahrestagung der Gesellschaft für Comicforschung. Gesellschaft für Comicforschung. Bonn, 2.12.2017.
- Panofsky, Erwin (1979): Ikonographie und Ikonologie. In: Ekkehard Kaemmerling (Hg.): Bildende Kunst als Zeichensystem. 1. Ikonographie und Ikonologie. Köln: DuMont, S. 207–225.
- Pieterse, Jan Nederveen: Image and power. In: Corbey, Raymond Corbey/Leerssen, Joep (Hg.): Alterity, identity, image. Selves and others in society and scholarship. Amsterdam u. a. 1991, S. 191–203.
- Poole, Brian C.: Do Movies Drive Publishing Decisions? (3.11.2014). URL: <https://medium.com/@BPooleAuthor/do-movies-drive-publishing-decisions-feb13119b90b> [14.2.2020].

- Rößler, Horst: Massenexodus: die Neue Welt des 19. Jahrhunderts. In: Bade, Klaus J. (Hg.): Deutsche im Ausland – Fremde in Deutschland. Migration in Geschichte und Gegenwart. München 1992, S. 148–170.
- Said, Edward W.: Orientalism. Western conceptions of the orient. Reprinted with a new afterword. London 1995.
- Schweizer, Reinhard: Ideologie und Propaganda in den Marvel-Superheldencomics. Vom Kalten Krieg zur Entspannungspolitik. Frankfurt am Main u. a. 1992.
- Todorov, Tzvetan: Die Eroberung Amerikas. Das Problem des Anderen. Aus dem Französischen von Wilfried Böhringer. Frankfurt am Main 1985.
- Tolkemitt, Brigitte/Wohlfeil, Rainer (Hg.) (1991): Historische Bildkunde. Probleme – Wege – Beispiele. Berlin: Duncker & Humblot (Zeitschrift für historische Forschung. Beiheft, 12).
- Wilson, G. Willow: Dr. Lepore's Lament. (15.5.2015). URL: [gwillowwilson.com/post/118822887543/dr-lepores-lament](http://gwillowwilson.com/post/118822887543/dr-lepores-lament) [2.12.2019].

## Quellen

- Allie, Scott/Guevara, Mario: The Castle of the Devil. Part 1 of 5. In: Solomon Kane #1 (2008). Dark Horse Comics.
- Allie, Scott/Guevara, Mario: Solomon Kane: Death's Black Riders. Part 1 of 4. In: Solomon Kane: Death's Black Riders #1 (2010). Dark Horse Comics.
- Barks, Carl: The Black Forest rescue. In: Walt Disney's comics and stories v.19, #11 (1959). Dell Publishing.
- Cameron, Don/Winter, Chuck: Liberty Belle the All-American Girl. Escape to Switzerland! In: Star Spangled Comics (1941 series) #51 (1945). DC.
- Cantwell, Christopher/Larocca, Salvador: Peace in the valley: Marvel. In: Doctor Doom #8, (2020). Marvel.
- Casey, Joe: Gläubiger. Heiler. Gefallener. In: Uncanny X-Men #407 (2002). Marvel.
- Diggle, Andy/Breccia, Enrique: Bad Seed: Part Two. In: Swamp Thing #2 (2004). DC/Vertigo.
- Edmondson, Nathan/Perkins, Mike D.: Deathlok. In: Deathlok #3 (2015). Marvel.
- Fawkes, Ray/Salazar, Edgar: The Gestalt. In: Constantine #16 (2014). DC.
- Giffen, Keith/Clark, Matthew: Earth Science. In: Doom Patrol #3 (2009). DC.
- Kanigher, Robert/Redondo, Frank: The Darkest Night. In: Sgt. Rock #354 (1981). DC.
- Lee, Stan/Ditko, Steve: Doctor Strange: The Possessed! In: Strange Tales #118 (1964). Marvel.
- Lee, Stan/Kirby, Jack: Prisoners of Doctor Doom! In: Fantastic Four #5 (1962). Marvel.
- Lee, Stan/Kirby, Jack: The Fantastic Origin of Doctor Doom! In: Fantastic Four Annual #2 (1964). Marvel.
- Lee, Stan/Kirby, Jack: Enter, The Avengers! In: X-Men #9 (1965). Marvel.
- Macchio, Ralph/Blevins, Bret: And Faith Undying ... In: The Sword of Solomon Kane #2 (1985). Marvel.
- Millar, Mark/Hester, Phillip/DeMulder, Kim: Feeding Habits. In: Swamp Thing #148 (1994). DC/Vertigo.
- Roth, Werner/Wood [D. W. Holtz], Dave: The day nobody died. In: The Unexpected #115 (1969). DC.
- Stohl, Margaret/Rosanas, Ramon: Alien Nation, Part 1. In: The Mighty Captain Marvel #1 (2017). Marvel.



- Webb, Kathleen/Parent, Dan: Veronica in Germany. In: Veronica #6 (1990). Archie Comic Publications.
- Wein, Len/Cockrum, Dave: Second Genesis! In: Giant-Size X-Men #1 (1975). Marvel.
- Yost, Christopher/Barberi, Carlo/Coello, Iban: The Worst of US. In: Amazing X-Men #14 (2014). Marvel.

## Datenbanken

- Comic Vine. URL: <https://comicvine.gamespot.com/> [29.11.2020].
- DC Database. URL: [https://dc.fandom.com/wiki/DC\\_Comics\\_Database](https://dc.fandom.com/wiki/DC_Comics_Database) [29.11.2020].
- Marvel Database. URL: [https://marvel.fandom.com/wiki/Marvel\\_Database](https://marvel.fandom.com/wiki/Marvel_Database) [29.11.2020].
- Grand Comics Database. URL: <https://www.comics.org/> [29.11.2020].

## Abbildungen

- Abb. 1a: Webb, Kathleen/Parent, Dan: Veronica in Germany. In: Veronica #6 (1990). Archie Comic Publications.
- Abb. 1b: Giffen, Keith/Clark, Matthew: Earth Science. In: Doom Patrol #3 (2009). DC.
- Abb. 2a, 2b und 3: Comic Vine (17.2.2020): URL:<https://comicvine.gamespot.com> [20.12.2022].
- Abb. 4 und 5: Stohl, Margaret/Rosanas, Ramon: Alien Nation, Part 1. In: The Mighty Captain Marvel #1.
- Abb. 6: Allie, Scott/Guevara, Mario: Solomon Kane: Death's Black Riders. Part 1 of 4. In: Solomon Kane: Death's Black Riders #1 (2010). Dark Horse Comics.
- Abb. 7a: Millar, Mark/Hester, Phillip/DeMulder, Kim: Feeding Habits. In: Swamp Thing #148 (1994). DC/Vertigo.
- Abb. 7b: Diggle, Andy/Breccia, Enrique: Bad Seed: Part Two. In: Swamp Thing #2 (2004). DC/Vertigo.
- Abb. 8: Cameron, Don/Winter, Chuck: Liberty Belle the All-American Girl. Escape to Switzerland! In: Star Spangled Comics (1941 series) #51 (1945). DC.
- Abb. 9: Lee, Stan/Kirby, Jack: The Fantastic Origin of Doctor Doom! In: Fantastic Four Annual #2 (1964). Marvel.
- Abb. 10: Lee, Stan/Kirby, Jack: Enter, The Avengers! In: X-Men #9 (1965). Marvel.
- Abb. 11: Wein, Len/Cockrum, Dave: Second Genesis! In: Giant-Size X-Men #1 (1975). Marvel.
- Abb. 12: Yost, Christopher/Barberi, Carlo/Coello, Iban: The Worst of US. In: Amazing X-Men #14 (2014). Marvel.



# Zwischen Alman-Memes und nationalen Stärke-Inszenierungen

Deutschsein als Thema des Internet-,Humors‘

*Jelena Jazo & Niklas von Reischach*

Ein im Internet kursierendes Bild zeigt einen Ausschnitt des Oberkörpers einer vermenschlichten Comic-Krabbe; ein dunkler Schweißfleck unterhalb der Achselhöhle zeichnet sich auf dem blauen T-Shirt ab. Überschieden ist das Bild mit dem Wort „Almans“ und einem Doppelpunkt – das nervöse Schwitzen soll also als dezidiert deutsche Reaktion auf die darüber gesetzte Frage verstanden werden: „Kannst du mir eine von deinen Tupperdosen leihen?“ Eine andere Variante dieser Bild-Text-Kombination lässt den „Alman“ auf die Aussage „Die Sitzplatzreservierungen können heute leider im gesamten Zug nicht angezeigt werden“ hin schwitzen.

Der populäre Instagram-Account *alman\_memes2.0* mit über 600.000 Abonnements (Stand 6.4.2021) versammelt über 500 solcher Bild-Text-Kombinationen (*Memes*), die um *Alman-Achim* und *Alman-Anette* – so heißen die wiederkehrenden, prototypischen Inkarnationen des Deutschseins – kreisen. *Alman Memes* thematisieren also als deutsch etikettierte Eigenschaften und Wesenszüge wie schlechten Wortwitz, Überpünktlichkeit, das Einfordern verliehener Kleinstbeträge oder behandeln ‚almanhafte‘ Fetischobjekte wie den Thermomix, Spargel oder eben die Tupperdose.

Auch der Account *deutschedings* mit über 50.000 Abonnements (Stand 6.4.2021) hat innerhalb kurzer Zeit enorme Internet-Aufmerksamkeit erlangt, indem er ‚deutsche Dinge‘ internationalen Erfolgsprodukten vergleichend gegenüberstellt. So wird etwa ein Bild Helene Fischers mit der Überschrift „Deutsche Beyoncé“, eine Flasche Maggi Würze mit „Deutsche Sojasauce“ oder eine Abbildung des Quelle-Katalogs mit „Deutsche Amazon“ [sic] versehen.

*Alman Memes* und *deutschedings* sind exemplarische Beispiele des Internet-Humors, in dem sich ein ironisch-distanziertes, deutsch-nationales Wir-Gefühl ausdrückt – denn Zielgruppe der *Alman Memes* sind primär ‚Almans‘ selbst.

Nun kann ein spöttelnder Selbstbezug einerseits als eine Form der erkenntnisfördernden (Selbst-)Reflexivität gedeutet werden, andererseits ist das rhetorische Manöver der Ironie nicht immer eine in diesem Sinne emanzipatorische Strategie. Denn gleichzeitig ist eine Analyse im Web zirkulierender, humoristischer Nationalbezüge unmöglich, ohne ihre politische Sprengkraft, ihr politisches Mobilisierungspotential miteinzubeziehen, denn Memes fungieren in der Netzkultur auch als nationalisti-



Abb. 1: *Alman Meme – Tupperdose.*



Abb. 2: *Alman Meme – Sitzplatzreservierung.*



Abb. 3:  
*Alman Meme – Achim und Anette.*

scher und rassistischer Treiber.<sup>1</sup> Während *Alman Memes* und *deutschedings* augenfällig harmlose Bezugnahmen auf das Deutschsein liefern, flottieren daneben politisch motivierte, rechte Memes, die, camoufliert durch Humor („irony poisoning“<sup>2</sup>), die Bilddiskurse des Internets mitgestalten und somit einen Beitrag zur politischen Verortung des Individuums leisten.<sup>3</sup> Memes, so hebt Dirk von Gehlen hervor, zeichnen sich durch ihren identitätsstiftenden Charakter aus; Produktion, Rezeption sowie

1 Von Gehlen 2020, 58.

2 Vgl. Fisher/Taub 2018.

3 Schwarz 2020, 171–172.



Abb. 4: *deutschedings* Meme – Beyoncé.



Abb. 5: *deutschedings* Meme – Sojasauce.



Abb. 6:  
*deutschedings* Meme – Amazon.

Weiterverbreitung von Memes gehen dem Autor zufolge mit Zugehörigkeit zu einer Gruppe einher.<sup>4</sup>

Im Folgenden sollen unterschiedliche – ironisch oder pseudo-ironisch aufgeladene – Referenzen auf das Deutschsein in visuellen Internet-Medien wie den oben genannten Memes einer Betrachtung unterzogen und dabei ihre jeweiligen Artikulations- und Bedeutungszusammenhänge beleuchtet werden. Ziel ist es, – mitunter graduelle – Unterschiede aufzuzeigen und darauf aufbauend ein mögliches, politischen Zwecken dienliches Potential herauszuschälen und abschließend zu diskutieren.

<sup>4</sup> Von Gehlen 2020, 59.

## Die Nationalisierung des Popdiskurses und die Meme-Kultur

Verschänkungen von Pop und Nation sind in den Sphären der Unterhaltung allgegenwärtig. Im Kontext der Musikkultur wurde eine „Nationalisierung des Popdiskurses“<sup>5</sup> beispielsweise im Hinblick auf deutschsprachige Fußball-Songs der Künstler Andreas Bourani, den Sportfreunden Stiller, Max Giesinger oder Mark Forster diskutiert.<sup>6</sup> Weiter verweisen Debatten der Nullerjahre um eine nationale Radioquote, die *Du bist Deutschland*-Kampagne oder das Fahnen-Schwenken im Deutschland-Ornat im Zuge von Sportereignissen (insbesondere Fußball-Welt- und Europameisterschaften) auf das augenscheinlich bestehende Bedürfnis nach einem neuen deutschen Nationalgefühl, einer positiven Bezugnahme auf die ‚eigene‘ Nation.<sup>7</sup> Diese Hinwendungen zum Nationalen können als Ausdruck einer Sehnsucht großer Teile der Gesellschaft gewertet werden, sich als Teil einer nationalstaatlichen Gruppe wahrnehmen, ein Wir-Gefühl erzeugen, ‚Nationalstolz‘ normalisieren und einen „unbeschwerten Patriotismus“<sup>8</sup> pflegen zu wollen.

Irene Götz beobachtet nach der Wiedervereinigung und im Zuge von 9/11 eine „Wiederentdeckung des Nationalen“.<sup>9</sup> Entwickelt wurde ihr zufolge eine Abkehr anti-nationaler Haltungen hin zu einem vermeintlich fröhlich anmutenden Nationalstolz, der 2006 den frivolen ‚Party-Patriotismus‘ im Jahr der Fußball-Weltmeisterschaft zur Folge hatte.<sup>10</sup> Jene Wiederentdeckung des Nationalen drücke sich weniger in der Übernahme tradiertter Motive aus, vielmehr sei eine Modifikation und Anpassung an gewandelte Verhältnisse, die auch Migration miteinschließe, zu beobachten. Dies führe statt zur Reproduktion des Alten vielmehr zu einer Neukontextualisierung.<sup>11</sup> Diese, von Götz konstatierte Heterogenität und Dynamik von Rekursen auf das Nationale findet sich auch in der Meme-Kultur. Etwa betonen die BetreiberInnen von *alman\_memes2.0*, die Bezeichnung *Alman* schließe niemanden aus und könne auch „Menschen [inkludieren], deren Hintergrund migrantisch ist“<sup>12</sup>. Den *Alman*-Begriff möchten sie also explizit nicht essentialistisch verstanden wissen.

Memes sind weit verbreiteter und fester Bestandteil der Internet-Populärkultur, insbesondere von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Durch die Mechanismen des Web 2.0 verbreiten sie sich rasant; sie werden in enormer Dichte produziert, tausendfach geteilt, von UserInnen wiederaufgegriffen, kopiert, nachgeahmt oder verändert und erneut weitergereicht. So wird in den *Alman Memes* vorhandenes Bildmaterial, das in den Sphären des Web 2.0 flottiert – etwa ein Standbild aus einem

5 Alt 2020, 163–177, hier: 172.

6 Ebd.

7 Kruse 2013, 20–29.

8 Ebd., 19.

9 Götz 2011, 18.

10 Ebd., 19. Ausdrücklich hebt Götz hervor, dass das „Sommermärchen“ nicht Auslöser, sondern Folge eines bereits zuvor einsetzenden vielschichtigen Prozesses gewesen war.

11 Ebd., 20.

12 TRU DOKU: Alman Memes: Das sind die Gesichter hinter dem Account (10.12.2019).



Film, einer Serie, einem Musikvideo oder Comic, ein visueller Nachrichteninhalt oder ein historisches Gemälde – aufgegriffen und mit neuer Bedeutung, einem zusätzlichen Sinn oder Affektgehalt (hier: dem Deutschsein) aufgeladen und dadurch neu kommentiert beziehungsweise kontextualisiert. Referenzen auf das Nationale in Memes kursieren folglich keineswegs isoliert im Netz, vielmehr müssen sie in ihrem Zirkulationskontext betrachtet werden, schließlich macht die „Bezugnahme auf Bestehendes“<sup>13</sup> aus einer Inhaltseinheit erst ein Meme.<sup>14</sup> Memes dienen zunächst der Unterhaltung und übernehmen als Ausdrucks- und Artikulationsform kommunikative Funktionen in Sozialen Netzwerken oder auf Messaging-Plattformen. Sie liefern meist humorvolle Kommentare auf alltägliche Themen, gesellschaftliche, (pop-)kulturelle oder politische Debatten. Entsprechend werden aktuelle Geschehnisse meist von einem Strom an Memes begleitet, seien es der *Megxit*, der Verlauf der Corona-Pandemie oder die US-Wahl.

Die Bezeichnung Meme stützt sich auf den Begriff der „Memetik“: Der Evolutionsbiologe Richard Dawkins beschrieb Memes Ende der 1970er Jahre in *The Selfish Gene* als kulturelle Artefakte beziehungsweise Informationen, die – analog zu Genen – zwischen Menschen weitergegeben werden.<sup>15</sup> Die Anlehnung an den Begriff der Mimesis legt nahe, dass es sich bei der Verbreitung um einen Prozess der Nachahmung handelt. Diese Idee der kulturellen Vererbung wurde auf Phänomene des Web 2.0 übertragen und die Bezeichnung Internet-Meme popularisiert. Unter dem Begriff können folglich unterschiedliche Internetphänomene gefasst werden, die sich durch Reproduktion, Kopie und Remix auszeichnen, also kaskadenartig durch Teilen weitergegeben und durch verschiedene Arten der Imitation oder Neuverpackung reproduziert werden. Memes lassen sich laut Limor Shifman grundsätzlich als „Einheiten kultureller Informationen“ verstehen, „die von Person zu Person weitergegeben werden, allmählich jedoch das Ausmaß eines gemeinsamen gesellschaftlichen Phänomens annehmen“.<sup>16</sup> Die Medienwissenschaftlerin verweist auf unterschiedliche Erscheinungsformen von Memes, so können diese etwa als Bild (oder als Bild-Text-Kombination – die hauptsächliche Erscheinungsform von Memes), als Video oder Animation, Hashtag, sprachliches Idiom oder performativer Akt auftreten und durch die Verbreitungswege des Internets popularisiert werden.<sup>17</sup> In Memes drückt sich der extrem dynamische, partizipative und intertextuelle respektive interpiktoriale Charakter des Internets, also der grundlegende Mechanismus der Web 2.0-Kultur aus. Einmal angestoßen, entwickeln Memes gewissermaßen ein Eigenleben und ziehen, ähnlich einem Perpetuum Mobile, weitere Memes nach sich oder schaffen es, als Bild oder sprachliches Idiom so popularisiert zu werden, dass sie auch in andere Artikulationszusammenhänge – außerhalb der Memosphäre – gelangen. So ist das Phänomen

13 Von Gehlen 2020, 44.

14 Ebd., vgl. hierzu auch Stalder 2016, 97–101.

15 Dawkins 1976.

16 Shifman 2014, 23.

17 Ebd., 95–113.

*Alman* nicht nur in Bild-Text-Erzeugnissen des Internets, sondern ebenso im alltäglichen Sprachgebrauch von Jugendlichen zu beobachten.

### **Selbstbehauptung durch Selbstironie: Die memetische Verbreitung des „Almans“**

Der Begriff *Alman* ist eine Entlehnung aus dem Türkischen, die zunächst *deutsch* respektive *Deutsche(r)* bedeutet. Zwar existierte die Bezeichnung bereits vor dem Phänomen *Alman Memes* als Ethnophaulismus, jedoch erlangte sie erst durch die Memes eine entsprechende Reichweite und wurde enorm popularisiert, sodass der Begriff indes auch in Mainstream-Medien Anwendung findet. Gleiches gilt für die erst durch *alman\_memes2.0* generierten Figuren *Alman-Anette* und *Alman-Achim*. Diese Namensbezeichnungen haben ihrerseits offline-memetisches Potential entwickelt, indem sie sich verselbstständigt haben und in verschiedenen situativen Zusammenhängen genutzt werden, um Menschen zu kennzeichnen, die stereotyp ‚deutsche‘ Eigenschaften aufweisen. Der kollektive Ansturm bei der Öffnung einer neuen Kasse im Supermarkt, das Verzehren eingepackter Vesperbrote, das Anzeigen von Ruhestörungen nach 22 Uhr: ‚typisch deutsche‘ Momente, die nicht nur auf Twitter oder Instagram als *Alman Moves* geteilt, sondern auch im Offline-Sprech, insbesondere Jugendlicher, als solche markiert werden.

Das ‚Almansein‘ wird auch in weiteren Unterhaltungsmedien aufgegriffen, so erschien im April 2020 im Riva-Verlag das Buch *How to be Alman* mit Instruktionen zum Liege-Reservieren, ungelenken Flirten oder Aufhängen von Beschwerde-Zetteln im Hausflur.

Der Komiker und Webvideo-Produzent Phil Laude veröffentlichte 2019 auf YouTube einen Videoclip mit dem Titel *Alman*, der bis dato fast 7 Millionen Mal aufgerufen wurde.<sup>18</sup> Das Musikvideo lässt sich durch den Gebrauch von Autotune und Einsatz charakteristischer Kameraeinstellungen sowie gestisch-habituellder Codes als eine Parodie auf Deutschrap-Songs charakterisieren. In dem Video stilisiert Laude sich und andere als archetypische, Tennissocken und Birkenstock-Sandalen tragende Deutsche, die in Schrebergärten mit der Nagelschere für eine ordnungsgemäße Rasenhöhe sorgen, pünktlich um 12 Uhr die Kantine frequentieren, Mallorca als zweite Heimat begreifen und sich über Verspätungen der Deutschen Bahn echauffieren. Ebenso wie die Instagram-Profile *alman\_memes2.0* und *deutschedings* wurde auch das *Alman*-Video von Laude in den etablierten Medien überwiegend positiv wahrgenommen; eine Rettung des deutschen Humors, für den ein scherzhafter Selbstbezug lange ein Fremdwort gewesen sei<sup>19</sup> oder gar ein Ausdruck der Identitätsbildung<sup>20</sup>.

Allen oben genannten Beispielen – *Alman Memes*, *deutschedings* sowie Phil Laude oder dem *How to be Alman*-Buch – gemein ist die Strategie der Selbstbehauptung

18 YouTube: Phil Laude – Alman (2.6.2019).

19 Plodroch 2019; Zobel 2019.

20 Delikaya, 2019.

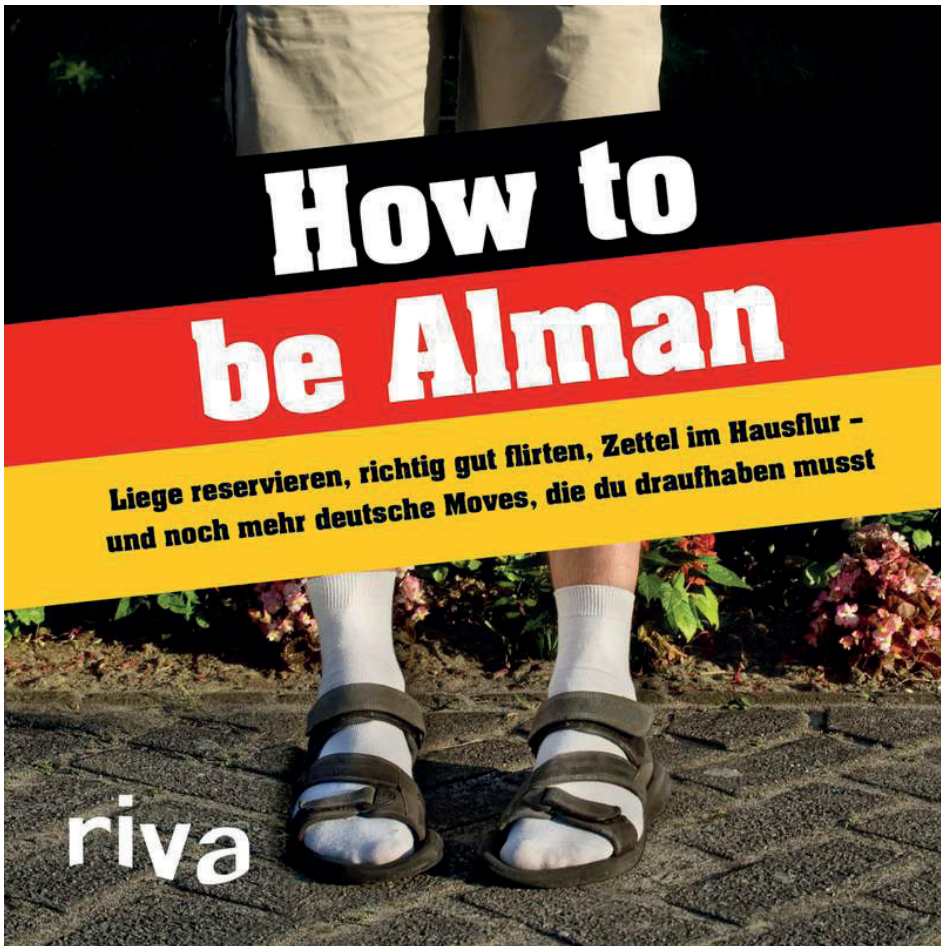


Abb. 7: Buchcover *How to be Alman*.



Abb. 8: Musikvideo *Phil Laude – Alman* (Standbild).

durch Selbstironie: Deutsche lachen über das Deutschsein. Als ethnophaulistische Bezeichnung wurde und wird *Alman* in jugendlichen Sprechzusammenhängen jedoch insbesondere von MigrantInnen genutzt, um Deutsche respektive das Deutsche in Abgrenzung zum Eigenen zu beschreiben.<sup>21</sup> Die Usurpation des *Alman*-Begriffs durch ‚Almans‘ selbst und damit die Umdeutung der Fremdbezeichnung als Selbstbezeichnung folgt – theoretisch – einer ähnlichen Logik wie die Rückeroberung des Begriffs ‚Kanake‘ im Rap-Jargon, wie sie beispielsweise in dem 2016 veröffentlichten Lied *Kanack* der Rapper Haftbefehl und Xatar deutlich wird. Während in letzterem Beispiel die Strategie aber insofern funktioniert, als ein pejorativer Begriff der Majoritätskultur umgewertet und als Selbstbezeichnung marginalisierter Gruppen kultiviert wird, artikuliert sich in der ‚Alman-Selbstironie‘ kein vergleichbarer Akt der Selbstermächtigung. *Alman* ist weniger eine stolze Selbstbezeichnung als vielmehr der Versuch, durch einen humoristisch-distanzierten Blick Zugehörigkeit und zugleich Abgrenzung zur hiesigen Mehrheitsgesellschaft auszudrücken: Es ist eine Form der liebevollen Versöhnung mit vermeintlich abzulehnenden, spießigen Tugenden der deutschen Mehrheitsgesellschaft, der man qua seiner Sozialisation zwar angehört, mit der sich zu identifizieren dem Selbstverständnis (meist jugendlicher beziehungsweise junger Erwachsener) jedoch erst durch ironische Affirmation gelingt.

### ‚Almanesquer‘ Patriotismus und Radikalismus

Eine vordergründig ironisch-affirmative Aneignung des Begriffs *Alman*, die jedoch kaum anders als patriotisch lesbar erscheint, findet sich in der Musik des Rappers Felix Krull, wenn er hymnenhaft im Refrain eines Songs besingt: „Es ist geil, ein Alman zu sein.“<sup>22</sup> Auf dem Albumcover seines *Alman-Tapes* posiert er, aus der Riefenstahl-typischen Untersicht aufgenommen, mit Sonnenbrille und Janker lachend vor einem Bergpanorama. Die Inszenierung weckt dabei zum einen Assoziationen zu pittoreskem Heimatfilm-Kitsch (einer Ästhetik, wie sie auch „VolksRock’n’Roller“ Andreas Gabalier bedient, siehe den Beitrag von Jens Wietschorke in diesem Band). Zum anderen weist das Cover unweigerlich eine ikonografische Nähe zu den Inszenierungen Hitlers auf dem Obersalzberg auf, wie sie sich durch zahlreiche Fotografien, die ‚den Führer‘ Hitler stets in Übereinstimmung mit der erhabenen, sich monumental auf-türmenden Alpenkulisse zeigen, ins kollektive Gedächtnis eingebrannt haben. Einem ähnlichen visuellen Schema folgend, nutzt auch Krull die mit ‚deutschen‘ Charakterwerten wie Kraft, Stärke, Unverrückbarkeit und Ursprünglichkeit besetzte Berglandschaft für seine Alman-Inszenierung.

Sich ebenjener assoziativen Verknüpfung bewusst scheinend, möchte Krull die von ihm inszenierte Deutschtümelei von rechten Implikationen abgegrenzt wissen. So

21 Vgl. etwa den Rap-Song „Besuchstag“ von Celo und Abdi: „Glücklich waren wir noch alle da/Dann haben die Alemans Mamas Schatz in Knast gebracht“, Genius.com: Songtext zu Besuchstag (ohne Datum).

22 Genius.com: Songtext zu *Alman* (ohne Datum).



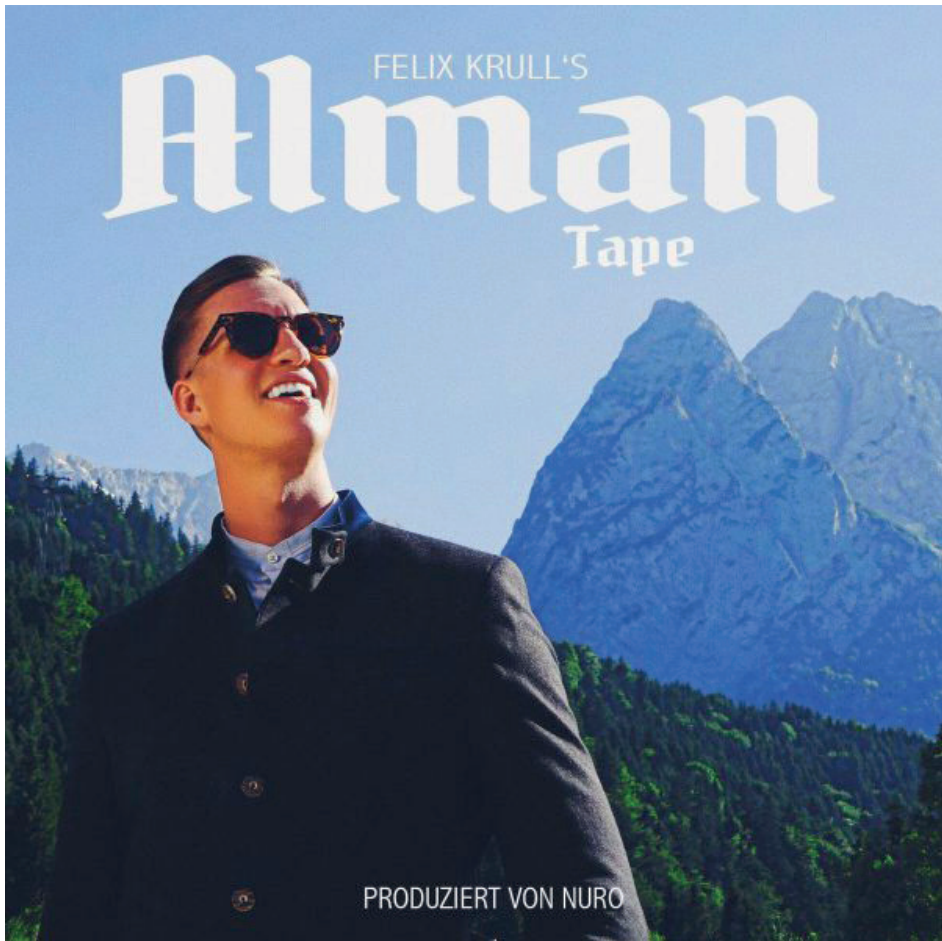


Abb. 9: Albumcover Felix Krull – *Alman Tape*.

heißt es in den Liedern *Alman* beziehungsweise *Das ist Alman*: „Damit das klar ist, ein Alman ist kein Nazi.“<sup>23</sup> Vielmehr öffnet er die Identifikation mit dem *Alman*-Begriff: Er lädt ein, Teil dieser Gruppe werden zu können. Pünktlichkeit, Fußball, Campingurlaub und Rauhaardackel seien des „Almans“ Interessen, Dichter und Denker sowie große Erfindungen entsprängen den Deutschen. Der Musiker lobt die Willkommenskultur („Refugees welcome, Punkt“), „Gastarbeiter“, die „Alman-Tugend“ des Fleißes sowie die Aufopferung der Großmütter, die die Deutschen „aus den Trümmern hoben“.<sup>24</sup> Nationale Zugehörigkeit, so möchte Krull vermitteln, entstehe durch die Übernahme als deutsch etikettierter Eigenschaften. Dies folgt dem Paradigmenwechsel, nationale Inklusion entgegen ethnischer Linien und vielmehr als produktiven Einsatz

<sup>23</sup> Genius.com: Songtext zu *Das ist Alman* (ohne Datum).

<sup>24</sup> Vgl. ebd.



Abb. 10: AfD-Chan – Nationalhymne.



Abb. 11: AfD-Chan – „Volksverräter“.

für die Gemeinschaft zu begreifen.<sup>25</sup> „Alman ist ein Lifestyle, egal woher du kommst, WM-Style, Almans halten alle Fahnen hoch“, heißt es im Liedtext zu *Das ist Alman*<sup>26</sup>, in dem das kollektive ‚Fahnnenschwingen‘ der Fußball-Großereignisse folglich als Ausdruck eines nationalen Wir-Gefühls gepriesen wird.

Rekurse auf in Sport-Kontexten legitimierte Patriotismus finden sich auch auf der Plattform *Krautchan* respektive *Kohlchan*<sup>27</sup>, dem deutschen Pendant zu *4chan*. Bei diesen Imageboards handelt es sich um schnelllebig und dynamische Kommunikationsräume – ähnlich Foren –, die es UserInnen ermöglichen, Inhalte (Texte, Links, Videos oder Bilder) anonym beziehungsweise unter einem Alias einzustellen und anzubieten.<sup>28</sup> Die Kultur der Anonymität und die Vergemeinschaftung in Interessensgruppen lassen einen Nährboden für die Entfaltung rechtsextremer Communitys entstehen. So wachsen auf Imageboards wie *Kohlchan* rechte Subkulturen heran, die ein gegenkulturelles Wertesystem etablieren und sich durch visuelle Insiderwitze wie Memes als transgressive deutsche Elite gerieren.

Eine Abbildung, die auf *Krautchan* zirkulierte, zeigt eine Comicfigur im Trikot der Nationalelf und schwarz-rot-goldener Wangenbemalung. Die blaue Haarfarbe und ein in die Frisur eingebetteter roter Pfeil nehmen auf das Logo der AfD Bezug.

25 Götz 2011, 14–15.

26 Genius.com: Songtext zu *Das ist Alman* (ohne Datum).

27 Nachdem *Krautchan* 2018 geschlossen wurde, wurde unmittelbar darauffolgend *Kohlchan* ins Leben gerufen.

28 Auch sind die geteilten Inhalte themenspezifisch organisiert, das heißt, die Plattformen bieten unterschiedliche Threads beziehungsweise Boards zu verschiedenen Interessensgebieten an. Die dadurch entstehenden, einzelnen Kommunikationsräume bilden verschiedene Communitys mit eigenen ästhetischen Präferenzen, Humorvorstellungen und Interaktionsregeln heraus. Diese bewegen sich zwischen harmloser, kreativ-partizipativer und humoristischer Meme-Kommunikation auf der einen und grenzüberschreitender Hassrede auf der anderen Seite. Vgl. Lobinger u. a. 2019, 79–98.



In einer der Figur zugeordneten Sprechblase steht „So schwer ist die Hymne doch nicht ...“ Die Figur ist als *AfD-Chan* bekannt und bedient optisch eine *Lolicon*<sup>29</sup>-Ästhetik. Durch die visuelle Strategie der Verniedlichung wird gewissermaßen camoufliert, dass die Abbildung kein harmloser Kommentar ist, sondern eine politische Debatte um das Singen der Nationalhymne im Fußball aufgreift und im Sinne rechter Narrative bewertet. Es liegt nahe, dass das Meme sich gegen ‚nichtsingende‘ Spieler wie Mesut Özil oder Jérôme Boateng wendet.

Eine weitere *Krautchan*-Abbildung zeigt die *AfD-Chan* beim Spielen einer *Whac-A-Mole*-Version für „Volksverräter“. Phänotypisch markiert sind die zu schlagenden Figuren als Martin Schulz, Angela Merkel und Sigmar Gabriel. Vorgeblich als amüsantes Spiel dargestellt und in niedlicher Aufmachung präsentiert, werden die PolitikerInnen als „Volksverräter“ diffamiert.

### Politisches Mobilisierungspotential des Patriotischen

In dem von vielen NutzerInnen als niedrigschwellige Unterhaltungsplattform wahrgenommen Medium Instagram, in dem etwa Albernheiten wie *Alman Memes* mit einem Schmunzeln – eventuell mit einem ‚Like‘ – affektiv beantwortet werden, finden sich auch dezidiert politisch motivierte Rekurse auf das Deutschsein, die ebenfalls mit Humor und einer Meme-typischen Bildsprache operieren. Durch ihre popästhetischen Qualitäten kann ihnen ein herausragendes politisches Mobilisierungspotential attestiert werden. Profile wie *deutscher.zusammenhalt*, *patrioten\_der\_brd* oder *patriotischer.stuff* offerieren alternative Lesarten des Nationalen, die als Gegenangebote zu *Alman Memes* oder *deutschedings* verstanden werden können: Statt der Belustigung über vermeintlich ‚deutsche‘ Eigenschaften wie Pünktlichkeit und Genauigkeit wird in den Darstellungen jener Profile das Deutschsein verklärt mit Attributen wie Brüderlichkeit, Stärke, Stolz und Wertebewahrung oder der Liebe zum eigenen ‚Volk‘. Problematisch werden die als ‚patriotisch‘ deklarierten Kanäle insbesondere durch gepostete Memes, in denen rechtsextreme Narrative vermittelt werden, wie etwa die Verharmlosung rechten Terrors.

Beispielsweise stellt ein Meme des Instagram-Profiles *patriotischer.stuff* eine Abbildung aggressiv anmutender Geflüchteter einem Bild einer harmlos erscheinenden Menschengruppe mit Deutschlandflaggen gegenüber. Die Abbildung der Geflüchteten ist überschrieben mit „Friedliche Flüchtlinge“, das Bild der Menschengruppe mit Deutschlandflaggen wird als „Rechter Terror“ deklariert. Die Darstellung bagatellisiert rechtsradikale Gewalt, indem suggeriert wird, es gäbe lediglich einen friedlichen Stolz auf sein Heimatland, der fälschlicherweise als rechter Terror stigmatisiert würde.

Die ‚heimatliebenden‘ Profile folgen breitenwirksamem, vermeintlich positiv behaftetem Patriotismus und vermengen diesen mit Internet-Humor gegen politische

29 Der Begriff *Lolicon* recurriert auf den Lolitakomplex und meint eine sexualisierte Darstellung von Mädchen und jungen Frauen, wie sie häufig in der Bildsprache von Mangas und Animes auftaucht.



Abb. 12: Meme – „Friedliche Flüchtlinge, Rechter Terror“



Abb. 13: Meme – Breitscheidplatz



Abb. 14:  
Meme – Höcke als ‚Superdeutscher‘

GegnerInnen. Menschen, die sich in ihrer Möglichkeit, Patriotismus ausleben zu können, beschnitten und sich von Belustigungen im Sinne der *Alman Memes* stigmatisiert und diskriminiert fühlen,<sup>30</sup> werden dadurch neurechte Angebote nahegelegt.

Entgegenen könnte man, diese Kanäle seien weitaus weniger populär. Dem Kanal *alman\_memes2.0* folgen über 600.000 NutzerInnen, wohingegen die als ‚heimatliebend‘ getarnten Seiten lediglich wenige hundert bis wenige tausend AbonnentInnen aufweisen. Gleichwohl finden sich Instagram-Kanäle, die das „Patriotische“ und ähn-

30 Das originäre Profil *Alman Memes 1.0* wurde von Instagram gelöscht, da sich laut dem Betreiber „echauffierte Deutsche“ diskriminiert fühlten. Vgl. Neumeyer 2019.

liche Begriffe im Namen tragen, in einer enorm großen, tendenziell anwachsenden Zahl. Ihre Existenz in einem Mainstream-Portal ist bemerkenswert, da ihnen die Adressierung eines großen ‚heimatliebenden‘ Publikums unterstellt werden kann. Angela Nagle spricht im Kontext neurechter Online-Kulturkämpfe von einer „digitalen Gegenrevolution“: Eine eigene Netz-Gemeinschaft abseits der Mainstream-Medien schaffe eine gramscianische kulturelle Gegenhegemonie, in der nationalistische und rechtsextreme Inhalte wieder sag- respektive darstellbar und durch Umkodierungen – diese seien lediglich ‚Patriotismus‘ oder ‚Humor‘ – letztlich auch wieder gesamtgesellschaftlich mehrheitsfähig werden.<sup>31</sup>

### Kultivierung deutscher Handlungsfähigkeit und Stärke

Eine Bild-Text-Kombination, die auf *Krautchan* zu finden war, zeigt einen LKW, dessen Frontscheibe zerbrochen ist und in dem Äste von Tannenbäumen hängen. Im Hintergrund sind Rettungskräfte zu sehen. Darüber prangt der Schriftzug „DAS IST SOOO DEUTSCH“. Bei der Abbildung handelt es sich um eine Pressefotografie, die das islamistische Attentat auf dem Breitscheidplatz im Jahr 2016 zeigt. Typisch für das heutige Deutschsein, so suggeriert das Meme, sei das Gewähren islamistischen Terrors. Die Abbildung liest sich wie eine Anklage an die Bundesregierung, Terrorismus durch ihr ‚lasches‘ Deutschsein zu ermöglichen. Was Deutschland bräuchte, sei ein starker, bekennender und handlungsfähiger Patriot. Anschlussfähig an dieses Narrativ ist die Beobachtung von Maik Fielitz und Holger Marcks zu einem sich in den letzten Jahren formierenden „digitalen Faschismus“: Den Autoren zufolge begründe sich ein überbordender Nationalismus aus der Erzählung eines nationalen Untergangs heraus.<sup>32</sup> Die Nation stehe kurz vor dem Verfall, weshalb ein Erwachen der Gesellschaft von Nöten sei. Für diesen unabdingbaren Gegenprotest brauche es einen starken Anführer. Besagter Sehnsucht nach einer starken Führungsperson antwortet eine Abbildung, die die Gallionsfigur des völkisch-nationalen AfD-Flügels, Björn Höcke, als ‚Super-Deutschen‘ dargestellt. Das Gesicht Höckes ist auf einen muskulösen Oberkörper im Superman-Anzug montiert. Der deutsche Adler samt AfD-Logo prangt auf seiner Brust. Das Nationale wird hier heroisierend als Superkraft präsentiert. Deutschsein bedeute demnach kräftig, heldenhaft und völkisch-national zu sein.

Hierauf nehmen unzählige weitere Abbildungen Bezug, in denen nationale Stärke-Inszenierungen mitunter pseudo-ironisch aufgeladen werden. In Anlehnung an den Titel der Albumreihe *Jung Brutal Gutaussehend* (JBG) der durch antisemitische Textzeilen in die Schlagzeilen geratenen Rapper Kollegah und Farid Bang, zeigt eine Abbildung den AfD-Parteivorsitzenden Alexander Gauland neben dem Schriftzug „Wir sind Rechts Brutal Gutaussehend“ [sic]. Das Bild des knapp 80-jährigen Gauland dient hierbei als ironische Inszenierung des Albumtitels und erzeugt eine als humoristisch aufzufassende Dissonanz. Gleichwohl die Albumreihe kommerziell durchaus er-

<sup>31</sup> Nagle 2018, 57.

<sup>32</sup> Fielitz/Marcks 2020, 39.



Abb. 15: Albumcover Jung Brutal Gutaussehend 3



Abb. 16: Meme – Gauland, Rechts Brutal Gutaussehend



Abb. 17: Meme – Gauland als Conan der Barbar



folgreich war, ist dennoch ein gewisses Insiderwissen nötig, um das Meme lesen, seine Referenzen verstehen und die Unstimmigkeiten dekodieren zu können. Dies birgt insofern identitätsstiftendes Potential, als die Unsinnigkeit eines Memes laut Dirk von Gehlen zu Distinktion und Zugehörigkeit führt: „Wer das Meme versteht, fühlt sich schlauer, weil sie oder er Sinn im Unsinn erkennt. [...] Denn der Grad des Unsinnns steigert das Gefühl der Zugehörigkeit [...], was zu einem höheren Maß an Distinktion [...] führt.“<sup>33</sup> Verglichen mit der Stärkeinszenierung angespannter Oberkörper der Rapper in Schusswesten verkehrt das Bild des – höchstens rüstigen – Gauland im Sakko diese Aufmachung ins Gegenteil. Diesem Inszenierungsprinzip folgend, zeigt eine andere Abbildung auf *Krautchan* Gauland im Stil von *Conan der Barbar*, indem sein Kopf auf einen muskulösen, heroisch anmutenden Körper montiert und mit der Unterzeile „Der Zerstörer“ überschrieben wird.

## Fazit

Referenzen auf das Nationale zirkulieren im Netz vermehrt in Kombination mit Bildern und werden dadurch leichter teilbar, ästhetisch attraktiver sowie emotional ansprechender. Verhandelt wird das Nationale hierbei in einem Spannungsfeld, in dem sich ironisch-distanzierte Bezugnahmen, vermeintlich fröhlich anmutender ‚Party-Patriotismus‘ sowie rechtsradikale Instrumentalisierungen des Patriotischen vermengen und mitunter schwer voneinander unterscheidbar werden. Die Schnelllebigkeit der Internetkommunikation sowie die Diversität und Komplexität ihrer Bildphänomene stellen die (visuelle) Kommunikationsforschung und nicht zuletzt auch die Bildungsarbeit vor Herausforderungen. Die zahllosen referenziellen Verästelungen von Internet-Bildern und Memes und ihre Bedeutungsverschiebungen zwischen Schichten von Humor und Pseudo-Humor zeigen dies deutlich.

Dass Memes nicht nur Unterhaltungsangebote sind, sondern auch zur Aushandlungsfläche nationaler Identitäten und von rechten Subkulturen als Ressource digitaler Mobilisierung genutzt werden können, wurde in diesem Beitrag dargelegt. Bei der Einordnung von Internet-Bilderzeugnissen müssen insbesondere die kommunikativen Kontexte und situativen Einbettungen beachtet werden, um visuelle Botschaften *lesen*, ihre Einschreibungen und potentiellen Umdeutungen erkennen und verstehen zu können. Wo ist der Rekurs auf das Nationale harmloser, kreativ-humoristischer Kommentar und wo beginnt er zur Offerte für nationalistische Diskurse zu werden? Die Kunsthistorikerin und Kuratorin Inke Arns spricht gar von der Notwendigkeit einer „Meme-Kompetenz“<sup>34</sup> angesichts der Verbreitung jener als selbstverständlich gewordenen visuellen Ausdrucks- und Kommunikationsmedien.

Da Memes gewissermaßen als Lingua franca der sogenannten *Digital Natives* gelten<sup>35</sup> und Instagram & Co. insbesondere zur Bild- und Kommunikationspraxis Ju-

33 Von Gehlen 2020, 30.

34 Trebing 2019.

35 Vgl. Milner 2013, o. S.

gendlicher gehören, liegt es nahe, hier auch die schulische Bildung in den Blick zu rücken. Es erscheint paradox, dass in einer Gesellschaft, in der sich der Stellenwert des Bildes durch zunehmend digitalisierte Lebenssphären spürbar gewandelt hat – denken wir an die veränderte Kommunikation über primär bildbasierte soziale Netzwerke – Schule nach wie vor nahezu ausschließlich Kulturtechniken im Umgang mit Sprache und Schrift vermittelt.

Eine zeitgemäße Bilddidaktik erfordert ein Verständnis über die Entstehungs- und Verbreitungsmechanismen von Bildern unter den Bedingungen des Digitalen, wozu der vorliegende Aufsatz einen Beitrag leisten wollte. Hierfür müssen insbesondere die situativen und kommunikativen Einbettungen von Internet-Bildmedien wie Memes (also soziale Netzwerke und Imageboards) mit SchülerInnen diskutiert werden – es kann nicht angenommen werden, diese würden als *Digital Natives* jene Handlungsräume automatisch verstehen, nur weil sie sich in ihnen selbstverständlich bewegen.

## Literatur

- Alt, Max: Die Nationalisierung der deutschsprachigen Popmusik. Neurechte Themen im Popdiskurs. In: Ahlers, Michael u. a. (Hg.): Musik & Empowerment. Jahrbuch für Musikwirtschafts- und Musikkulturforschung. Wiesbaden 2020, S. 163–177. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-29706-0\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-658-29706-0_10)
- Dawkins, Richard: The Selfish Gene. Oxford 1976.
- Fielitz, Maik/Marcks, Holger: Digitaler Faschismus. Die sozialen Medien als Motor des Rechtsterrorismus. Berlin 2020.
- Gehlen, Dirk von: Meme (Digitale Bildkulturen). Berlin 2020.
- Götz, Irene: Deutsche Identitäten. Die Wiederentdeckung des Nationalen nach 1989. Köln/Wien/Weimar 2011. <https://doi.org/10.7788/boehlau.9783412214135>
- Kruse, Merle-Marie: Pop Macht Nation. Affirmationen und Irritationen nationaler Identität in Texten deutschsprachiger Popmusik. Berlin 2013.
- Lobinger, Katharina u. a.: Pepe the Frog – lustiges Internet-Meme, Nazi-Symbol und Herausforderung für die visuelle Kommunikationsforschung. In: Clemens Schwender u. a. (Hg.): zeigen – andeuten – verstecken. Bilder zwischen Verantwortung und Provokation. Köln 2019, S. 79–98.
- Milner, Ryan: Media Lingua Franca: Fixity, Novelty, and Vernacular Creativity in Internet Memes. In: Selected Papers of Internet Research 14.0 (2013). O.S. URL: <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/spir/article/view/8725> [3.3.2021].
- Nagle, Angela: Die digitale Gegenrevolution. Online-Kulturkämpfe der Neuen Rechten von 4chan und Tumblr bis zur Alt-Right und Trump. Berlin 2018. <https://doi.org/10.1515/9783839443972>
- Schwarz, Karolin: Hasskrieger. Der neue globale Rechtsextremismus. Sonderausgabe der Bundeszentrale für politische Bildung. Freiburg 2020.
- Shifman, Limor: Meme – Kunst, Kultur und Politik im digitalen Zeitalter. Berlin 2014.
- Stalder, Felix: Kultur der Digitalität. Berlin 2016.



## Internetquellen

- Delikaya, Büsra: Anker zwischen den Kulturen (17.2.2020). URL: <https://www.zeit.de/gesellschaft/2020-02/integration-deutschtuerken-alman-araber-identitaet-sprache/komplettansicht> [30.11.2020].
- Fisher, Max/Taub, Amanda: Should We All Be Taking 'Irony Poisoning' More Seriously? (23.8.2018). URL: [https://static.nytimes.com/email-content/INT\\_4981.html](https://static.nytimes.com/email-content/INT_4981.html) [30.11.2020].
- Genius.com: Songtext zu Besuchstag (ohne Datum). URL: <https://genius.com/Celo-and-ab-di-besuchstag-lyrics> [30.11.2020].
- Genius.com: Songtext zu Alman (ohne Datum). URL: <https://genius.com/Felix-krull-alman-lyrics> [30.11.2020].
- Genius.com: Songtext zu Das ist Alman (ohne Datum). URL: <https://genius.com/Felix-krull-das-ist-alman-lyrics> [30.11.2020].
- Laude, Phil: Phil Laude – Alman (Official Music Video) (2.6.2019). URL: [https://www.youtube.com/watch?v=E\\_kYbVHdBG0&list=PL3YI8aGre2ARaiHFT24izMwLZGRcUybTF&index=4](https://www.youtube.com/watch?v=E_kYbVHdBG0&list=PL3YI8aGre2ARaiHFT24izMwLZGRcUybTF&index=4) [30.11.2020].
- Neumeyer, Conny: Was Alman Memes mit Lorient und Harald Schmidt zu tun haben. Interview mit den Machern von Alman Memes 2.0. (11.7.2019). URL: <https://www.br.de/puls/themen/netz/interview-alman-memes-102.html> [30.11.2020].
- Plodroch, Ina: Deutschen Humor weiterentwickeln. Alman-Memes auf Instagram. URL: [https://www.deutschlandfunk.de/alman-memes-auf-instagram-deutschen-humor-weiterentwickeln.807.de.html?dram:article\\_id=455132](https://www.deutschlandfunk.de/alman-memes-auf-instagram-deutschen-humor-weiterentwickeln.807.de.html?dram:article_id=455132) [30.11.2020].
- Trebing, Saskia: Radikalisierung im Netz. „Es geht nicht um Gaming oder Foren! Es geht um Rechtsradikalismus!“ Interview mit Inke Arns (19.10.2019). URL: <https://www.monopolmagazin.de/interview-inke-arns-rechtsextremismus-im-netz> [30.11.2020].
- TRU DOKU: Alman Memes: Das sind die Gesichter hinter dem Account (10.12.2019). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=67NU7-Quehw> [30.11.2020].
- Zobel, Hanna: EIL +++ Deutsche machen Witze über sich selbst! +++ (29.5.2019). URL: <https://www.spiegel.de/panorama/alman-memes-und-deutsche-dings-auf-instagram-der-humor-den-wir-seit-langem-gesucht-haben-a-c62a5fb-d-016f-4c69-92d6-d82f8a03306c> [30.11.2020].

## Abbildungen

- Abb. 1: Alman Meme – Tupperdose  
Instagram.com: alman\_memes2.0 (16.9.2020). URL: <https://www.instagram.com/p/CFMQiZCn1V4/> [6.4.2021]
- Abb. 2: Alman Meme – Sitzplatzreservierung  
Instagram.com: alman\_memes2.0 (16.9.2020). URL: <https://www.instagram.com/p/CFMQiZCn1V4/> [6.4.2021]
- Abb. 3: Alman Meme – Achim und Anette  
Instagram.com: alman\_memes2.0 (13.1.2020). URL: <https://www.instagram.com/p/B7QZMxB0Xf/> [6.4.2021]
- Abb. 4: deutschedings Meme – Beyoncé  
Instagram.com: deutschedings (31.5.2019). URL: <https://www.instagram.com/p/ByIZZBlIphN/> [6.4.2021]

- Abb. 5: deutschedings Meme – Sojasauce  
Instagram.com: deutschedings (27.5.2019). URL: [https://www.instagram.com/p/Bx965\\_ioDNk/](https://www.instagram.com/p/Bx965_ioDNk/) [6.4.2021]
- Abb. 6: deutschedings Meme – Amazon  
Instagram.com: deutschedings (29.5.2019). URL: <https://www.instagram.com/p/ByC-m2gonum/> [6.4.2021]
- Abb. 7: Buchcover *How to be Alman*  
M-vg.de: How to be Alman. Liege reservieren, richtig gut flirten, Zettel im Hausflur – und noch mehr deutsche Moves, die du draufhaben musst (ohne Datum). URL: <https://www.m-vg.de/riva/shop/article/19367-how-to-be-alman/> [6.4.2021]
- Abb. 8: Musikvideo Phil Laude – *Alman* (Standbild)  
YouTube.com: Phil Laude – Alman (Official Music Video) (2.6.2019). URL: [https://www.youtube.com/watch?v=E\\_kYbVHdBG0&list=PL3YI8aGre2A-RaiHFT24izMwLZGRcUybTF&index=4](https://www.youtube.com/watch?v=E_kYbVHdBG0&list=PL3YI8aGre2A-RaiHFT24izMwLZGRcUybTF&index=4) [6.4.2021]
- Abb. 9: Albumcover Felix Krull – *Alman Tape*  
Elstner, Enya: Felix Krull – Alman Tape//Review (25.8.2017). URL: <https://juice.de/felix-krull-alman-tape-review/> [6.4.2021]
- Abb. 10: *AfD-Chan* – Nationalhymne  
Postimg.cc: Kraut/pol/& AfD General Meme Archive (ohne Datum). URL: <https://postimg.cc/F1r8jMjB> [6.4.2021]
- Abb. 11: *AfD-Chan* – „Volksverräter“  
Postimg.cc: Kraut/pol/& AfD General Meme Archive (ohne Datum). URL: <https://postimg.cc/JyHfQCDZ> [6.4.2021]
- Abb. 12: Meme – „Friedliche Flüchtlinge, Rechter Terror“  
Instagram.com: patriotischer.stuff (15.05.2020) URL: <https://www.instagram.com/p/CANO5nwA2sy/> [6.4.2021]
- Abb. 13: Meme – Breitscheidplatz  
Postimg.cc: Kraut/pol/& AfD General Meme Archive (ohne Datum). URL: <https://postimg.cc/XZRVjxXk> [6.4.2021]
- Abb. 14: Meme – Höcke als ‚Superdeutscher‘  
Postimg.cc: Kraut/pol/& AfD General Meme Archive (ohne Datum). URL: <https://postimg.cc/xchggjt0> [6.4.2021]
- Abb. 15: Albumcover *Jung Brutal Gutaussehend 3*  
Hiphop.de: Kollegah, Farid Bang – Jung Brutal Gutaussehend 3 (Ohne Datum). URL: <https://hiphop.de/release/kollegah-farid-bang-jung-brutal-gutaussehend-3-0> [6.4.2021]
- Abb. 16: Meme – Gauland, Rechts Brutal Gutaussehend  
Postimg.cc: Kraut/pol/& AfD General Meme Archive (ohne Datum). URL: <https://postimg.cc/Bj4qDYnZ> [6.4.2021]
- Abb. 17: Meme – Gauland als *Conan der Barbar*  
Postimg.cc: Kraut/pol/& AfD General Meme Archive (ohne Datum). URL: <https://postimg.cc/Hr6YNmkN> [6.4.2021]

Anmerkung: Postimg.cc ist ein Archiv für *Krautchan*-Abbildungen.

# Redefreiheit, Nation und die Konstruktion des Anderen

Eine Analyse der Online-Berichterstattung zur *Blitzchung*-Kontroverse in US-amerikanischen Tageszeitungen

*Lisa Kienzl*

Im Oktober 2019 positionierte sich der professionelle E-Sports-Spieler Ng Wai Chung, der unter dem Spielernamen *Blitzchung* bekannt ist, in einem Interview nach einem Turnier des Sammelkartenspiels *Hearthstone* in Taiwan für die Proteste in Hongkong. Daraufhin wurde er vom Veranstalter, dem US-amerikanischen Spielekonzern Blizzard, gesperrt, was zu weitreichenden Protesten innerhalb der Gamingszene führte und was auch von verschiedenen Medien aufgegriffen wurde. Neben einschlägigen US-amerikanischen Webseiten wie IGN oder Polygon, die sich vorrangig auf digitale Spiele und Spielkulturen fokussieren, wurde über die als *Blitzchung*-Kontroverse bezeichneten Ereignisse auch in der Print- sowie Online-Berichterstattung, insbesondere im ersten Monat nach den Ereignissen, berichtet. Besonders im Kontext der zunehmenden Spannungen des Handelsstreites zwischen den USA und China wurde das Thema intensiv in den auflagenstärksten US-amerikanischen Tageszeitungen diskutiert. Dabei wurden sowohl politische Positionierungen, die Ausdifferenzierung ökonomischer und gesellschaftlicher Interessen als auch demokratische Werte wie Redefreiheit thematisiert. Dieser Beitrag greift diese massenmedialen Debatten auf und fragt danach, welche Verbindungslinien zwischen dem Begriff der Redefreiheit und der Idee des Nationalen in der Online-Berichterstattung der zehn auflagenstärksten US-amerikanischen Tageszeitungen zur *Blitzchung*-Kontroverse festzustellen sind.<sup>1</sup>

Nach der Materialsichtung der Online-Berichterstattung im Zeitraum von Oktober und November 2019 wurden insgesamt 30 relevante Artikel – das heißt Artikel in denen die *Blitzchung*-Kontroverse zentralen Raum einnahm – aus den Onlineausgaben folgender Zeitungen ausgewählt: *USA Today*, *The Wall Street Journal*, *The New York Times*, *New York Post*, *Los Angeles Times*, *The Washington Post* und *The Boston Globe*. Neben den Zeitungsartikeln wurden öffentliche Briefe und Veröffentlichungen auf unterschiedlichen Social-Media-Plattformen als weitere Quelle hinzugezogen. In der Rekonstruktion der Struktur des Diskurses um die *Blitzchung*-Kontroverse können sie als Verweise auf weitere Bereiche des Diskurses verstanden werden. Auch

---

1 Zur Auflagenstärke von Presseerzeugnissen siehe z. B. Pew Research Center 2015, 30 und Cision/AAM 2019.

wenn sie nicht Teil der Feinanalyse waren, so wurden sie, soweit als Bezugspunkte relevant, exemplarisch ebenfalls berücksichtigt. Das Datenkorpus wurde in Anlehnung an die Grounded Theory nach Anselm Strauss und Juliet Corbin<sup>2</sup> zuerst offen, dann axial und schließlich selektiv in Hinblick auf die Phänomen- beziehungsweise Problemstruktur, mögliche Deutungsmuster sowie die narrativen Strukturen des Diskurses<sup>3</sup>, kodiert. Darüber hinaus wurden Kommentare und Memos erstellt.

Diskurse im Sinne der Wissenssoziologischen Diskursforschung nach Rainer Keller sind als komplexe Strukturen zu verstehen, in denen Wissen durch Kommunikationsprozesse konstruiert, diskutiert und transformiert wird.<sup>4</sup> Damit bestehen Diskurse nur insofern, „wie sie durch *soziale Akteure* realisiert werden“.<sup>5</sup> Neben den inhaltlichen Bestandteilen des Diskurses, die als Interpretationsrepertoire zu verstehen sind, ist ebenso seine Materialität von Bedeutung.<sup>6</sup> Eine kritische Auseinandersetzung mit Kontext und Rahmenbedingungen ist daher zentral. Die Online-Berichterstattung zur *Blitzchung*-Kontroverse in den auflagenstärksten Tageszeitungen kann in Bezug zu gesellschaftlichen Diskursen über die Beziehung zwischen den USA und China sowie der Rolle von Unternehmen in der Gesellschaft gesehen werden. Des Weiteren ist Journalismus als Teil kultureller Konstruktionen zu verstehen, als „a process that re-uses meanings already present in the culture of journalism and in the culture of society“.<sup>7</sup> Dabei sind eben nicht nur die Berichterstattungen selbst von Bedeutung, sondern auch die Prozesse der Bedeutungskonstruktion, die damit verbunden sind. Auch ist John E. Richardson zuzustimmen, dass es eine Funktion journalistischer Berichterstattung ist, LeserInnen bei ihrer Verortung in der Welt zu unterstützen.<sup>8</sup> Bei dieser Verortung können unter anderem nationale Narrative und Konstruktionen aufgegriffen und in den Diskurs miteingebracht werden, wie in der Berichterstattung zur *Blitzchung*-Kontroverse deutlich wird.

Ziel dieses Beitrages ist es nun, die sprachliche Verwendung des Begriffs der Redefreiheit in der Online-Berichterstattung zur *Blitzchung*-Kontroverse in den zehn auflagenstärksten US-amerikanischen Tageszeitungen nachzuzeichnen. Dabei steht seine Generierung als emotional aufgeladenes Konstrukt sowie seine Beziehung zum Konzept des Nationalen im Vordergrund. Besonders die diskursive Konstruktion von Redefreiheit als unhinterfragter gesellschaftlicher Wert sowie die Inszenierung Chinas in der Rolle des ‚Anderen‘ rücken dabei als sprachliche und rhetorische Strategien in das Blickfeld.

2 Vgl. Strauss 1991, 56–64; Vgl. Strauss/Corbin, 1996, 43–118.

3 Vgl. Keller 2011a, 106.

4 Vgl. Keller 2011b, 235.

5 Ebd., 233.

6 Vgl. ebd., 240.

7 Berkowitz/Liu 2014, 301–313, hier: 306.

8 Vgl. Richardson 2007, 7.

## Von „Liberate Hong Kong, revolution of our times“ zu #BoycottBlizzard

Ausgangspunkt für die *Blitzchung*-Kontroverse war ein Interview nach dem E-Sports-Turnier *Asia-Pacific Grandmaster* des Online-Sammelkartenspiels *Hearthstone*, das am 6. Oktober 2019 live aus Taipeh gestreamt wurde. Der aus Hongkong stammende Gewinner des Turniers Ng Wai Chung trat im Anschluss an seinen Sieg in diesem Interview mit Gasmaske auf und äußerte in einem Satz seine politische Unterstützung für die Proteste in Hongkong.<sup>9</sup> Danach wurde der Live-Stream unterbrochen. In Konsequenz auf diese Aussage sperrte Blizzard, der Veranstalter des Turniers und Entwickler des digitalen Spiels *Hearthstone*, Ng für ein Jahr und erkannte ihm das Preisgeld ab.<sup>10</sup> Darüber hinaus wurde der Vertrag mit den beiden Kommentatoren des Live-Streams gekündigt. Die Sperre Ngs wurde im Laufe der öffentlichen Kontroverse auf sechs Monate gekürzt und das Preisgeld wurde ihm schließlich zuerkannt. Dennoch zog die Entscheidung Blizzards zahlreiche Reaktionen nach sich. Begründet wurde die Strafe mit dem Verstoß gegen die offiziellen Wettkampfregeln, die für das *Hearthstone Grandmasters* Turnier gelten. Die Formulierungen der Turnierregeln lassen jedoch Raum für Interpretationen, weshalb Blizzard für seine Auslegung auch kritisiert wurde.<sup>11</sup> Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass in der untersuchten Online-Berichterstattung unterschiedliche Akteure aufgegriffen und SprecherInnenpositionen wiedergegeben wurden: Neben dem Spieler Ng, wurde auch J. Allen Brack, der Präsident Blizzards, immer wieder zitiert. Zudem wurde unterschiedlichen SpielerInnen, einzelnen US-amerikanischen PolitikerInnen, aber auch ExpertInnen, die zum Thema interviewt wurden, Raum gegeben, um Argumentationslinien und Positionen in den Artikeln auszubauen und zu unterstreichen.

Aufgrund des Firmensitzes Blizzards in den USA zeigten sich dort vermehrt Protestaktivitäten gegen die Entscheidung des Unternehmens. In den auflagenstärksten US-amerikanischen Tageszeitungen wurde meist auf das Konglomerat der unterschiedlichen Aktionen hingewiesen, um dadurch die gesellschaftliche Tragweite der Kontroverse aufzuzeigen. Erstens wurde auf die Positionierung von SpielerInnen verwiesen, zum Beispiel auf die Verwendung des Hashtags #BoycottBlizzard auf unter-

9 Vgl. Davies 2020, 1–12.

10 Vgl. Blizzard Entertainment 8.10.2019.

11 Blizzard bezog sich dabei konkret auf einen Punkt des Regelwerks, in dem das SpielerInnenverhalten während eines Turniers behandelt wird. Interessant hierbei ist, dass im Regelwerk keine klare Aussage getätigt wird, welche Handlungen dies konkret umfasst. Aus dem Text geht lediglich hervor, dass Handlungen, mit denen man sich in Verruf bringt, beleidigende Aussagen gegenüber Anderen oder dem Image Blizzards schädende Aktionen geahndet werden. Dabei wird deutlich, dass hier ein erheblicher Interpretationsspielraum für Blizzard als Veranstalter vorliegt. Dies bietet dem Unternehmen eine Distanzierungsmöglichkeit zu Konflikten sowie kontroversen Positionierungen einzelner Personen, wie in der *Blitzchung*-Kontroverse deutlich wurde. Vgl. Blizzard Entertainment 2019, 1–18, hier: 12.

schiedlichen Social-Media-Plattformen. Zweitens wurde die Sperre eines Teams der *Hearthstone* US-Collegemeisterschaften aufgegriffen. Die Mitglieder des Teams hatten sich in Rückbezug auf die Aktion Ngs am Ende eines Turniers durch das Hochhalten eines Plakats im Livestream aktiv für die Proteste in Hongkong und für eine Boykottierung Blizzards geäußert. Drittens setzte sich die Online-Berichterstattung mit der Positionierung einzelner MitarbeiterInnen Blizzards auseinander. Vor allem das Abdecken ausgewählter Begriffe der Firmenphilosophie des Unternehmens, „Think Globally“ und „Every Voice Matters“, am Vorplatz des Firmensitzes in Irvine, Kalifornien, wurde wiederholt thematisiert.<sup>12</sup> Darüber hinaus wurde, viertens, in den hier untersuchten Presseberichten auch die Positionierung US-amerikanischer PolitikerInnen im Kontext der Kontroverse festgehalten, vor allem um auf die breitenwirksamen Auswirkungen des Diskurses hinzuweisen. Wie im Zuge der Debatte um die National Basketball Association Anfang Oktober 2019<sup>13</sup> wurde auch in der *Blitzchung*-Kontroverse ein parteiübergreifender offener Brief<sup>14</sup> an die Verantwortlichen Blizzards verfasst.

12 Diese beiden Statements sind Teil der acht Werte der Firmenphilosophie Blizzards, die um eine bronzene Ork-Statue in den Boden des Vorplatzes eingelassen sind. Die acht Firmenwerte Blizzards lauten: „Gameplay First, Commit to Quality, Play Nice, Play Fair, Embrace Your Inner Geek, Every Voice Matters, Learn & Grow, Think Globally und Lead Responsibly“. Blizzard Entertainment (ohne Datum).

13 Ausgangspunkt hierbei war ein Tweet Daryl Moreys, des Team-Managers der Houston Rockets, am 4. Oktober 2019, der sich für die Proteste in Hongkong aussprach. China reagierte auf diese Äußerung kritisch und kündigte an, die Übertragung von Spielen der National Basketball Association im staatlichen Fernsehen einzustellen. Weitere Information zu der National Basketball Association Kontroverse vgl. O'Connell 2021, 1–23. Im Herbst 2019 ergab sich darüber hinaus eine ganze Reihe weiterer Parallelen zu ähnlichen Konflikten zwischen China und US-amerikanischen Unternehmen wie Apple, Tiffany oder auch der Film- und Fernsehbranche, auf die auch in der Online-Berichterstattung der *Blitzchung*-Kontroverse immer wieder hingewiesen wurden.

14 Hier wurden die Handlungen des Unternehmens als im Gegensatz zu den proklamierten Firmenwerten bezeichnet. Darüber hinaus wurde vor allem Redefreiheit als Teil der Firmenphilosophie Blizzards, die nun nicht mehr glaubwürdig sei, hervorgehoben und in Bezug zu US-amerikanischen Werten gesetzt. Im Vordergrund steht auch eine Kritik an der Handhabung der Kontroverse durch das US-amerikanische Unternehmen, gleichzeitig jedoch wurde ebenso ein zunehmender Druck Chinas auf diese proklamiert. Vgl. Wyden/Rubio/Ocasio-Cortez/Gallagher/Malinowski 2019. Tagesgleich wurde von größtenteils denselben Personen ein ähnlich lautender Brief an Tim Cook, CEO des Unternehmens Apple, veröffentlicht. Beiden Veröffentlichungen voraus ging ein öffentlicher Brief im Kontext der Kontroverse um Redefreiheit, die Proteste in Hongkong und die National Basketball Association Anfang Oktober 2019. Auch in diesem Brief betonten die Kongressabgeordneten Tom Malinowski, Mike Gallagher, Alexandria Ocasio-Cortez und Jim Banks sowie die Senatoren Ben Sasse, Ron Wyden, Tom Cotton und Ted Cruz die Bedeutung von demokratischen und US-amerikanischen Werten wie Redefreiheit ebenso wie die Einflussnahme Chinas auf US-amerikanische Unternehmen kritisiert wurde.



Die in Mandarin getätigte Aussage Ngs, die diese Kontroverse auslöste, wurde in den hier untersuchten Beiträgen unterschiedlich übersetzt: Entweder als „Liberate Hong Kong, revolution of our time(s)“<sup>15</sup> oder alternativ mit „age“<sup>16</sup> anstatt „time(s)“. Interessanterweise zeigte sich, dass weniger Ngs Statement zentraler Inhalt des Diskurses war, als vielmehr die Aussagen und Handlungen des US-amerikanischen Unternehmens Blizzard sowie die Protestaktionen im Land selbst als Reaktion darauf. Auch wenn der Konflikt zwischen China und Hongkong die Kontroverse mit einem breiteren globalen Diskurs verknüpft, so sind die zentralen Inhalte in der US-amerikanischen Online-Berichterstattung der auflagenstärksten Tageszeitungen doch andere. Hier entfalten sich Fragen in Bezug auf die Verantwortung und Rolle von Unternehmen in der eigenen Gesellschaft sowie die Bedeutung von demokratischen und nationalen Werten. Zudem werden Konstruktionen einer US-amerikanischen Nation über Abgrenzungsstrategien zum als ‚Anderen‘ definierten China vorgenommen.

Wie es Ruth Wodak und andere vorgeführt haben, so ist die Beschäftigung mit rhetorischen Strategien, mithilfe derer „political beliefs, values, and goals“<sup>17</sup> eingesetzt werden, für die Auseinandersetzung mit der diskursiven Konstruktion nationaler Identität von zentraler Bedeutung. Im Kontext US-amerikanischer Nationskonstruktionen sind nach Rogers Brubaker gerade Zuschreibungen an das Konzept des Nationalen in politischen Diskussionen relevant.<sup>18</sup> Und diese spielen auch in der Online-Berichterstattung über die *Blitzchung*-Kontroverse eine zentrale Rolle, vor allem aufgrund der Nähe zum breiten öffentlichen und politischen Diskurs um den Handelsstreit zwischen den USA und China. Dabei kann davon ausgegangen werden, dass sich in Mediendiskursen unterschiedliche Strategien der Positionierung, Argumentationsschienen und Funktionen des Nationalen zeigen.<sup>19</sup> Die Manifestation innerhalb eines Mediendiskurses zeigt auf was Astrid Erll auch in Hinblick auf kollektive Erinnerungskulturen festhält: Und zwar, dass Medien hierbei nicht neutral sind, denn „[w]as sie zu enkodieren scheinen – bestehende Wirklichkeits- und Vergangenheitsversionen, Werte und Normen, Identitätskonzepte – konstituieren sie vielmals erst.“<sup>20</sup> Nationale Bilder und Konstruktionen werden somit laufend geschaffen und sind dementsprechend wandelbar sowie Veränderungen unterworfen. Diese „kulturelle[n] Kodierungen“<sup>21</sup> greifen, argumentiert Wolfgang Kaschuba, zentrale nationale Elemente auf und schließen an „historisch eingeübten, kollektiv verfügbaren und zugleich aktuell gültigen Denkweisen und Symbolen des Nationalen“<sup>22</sup> an. In welcher Form sich solche Konstruktionen und sprachlichen Elemente nun in der Online-Bericht-

15 Z. B. Victor 2019; Needleman 2019.

16 Z. B. Boren 2019.

17 Wodak/de Cillia/Reisigl/Liebhart 2009, 9.

18 Vgl. Brubaker 2004, Endnote 3.

19 Vgl. Wodak/de Cillia/Reisigl/Liebhart 2009, 30.

20 Erll 2008, 3–24, hier: 5.

21 Kaschuba 2001, 19–42, hier: 23.

22 Ebd.

erstattung rund um die *Blitzchung*-Kontroverse zeigen, soll im Weiteren behandelt werden.

### **Unbestimmt und unhinterfragt: Die Verwendung des Begriffs der Redefreiheit als ‚nationaler‘ und ‚demokratischer‘ Wert**

Vor allem der Begriff der Redefreiheit wird in der untersuchten Online-Berichterstattung zur *Blitzchung*-Kontroverse als zentraler US-amerikanischer oder demokratischer Wert benannt, ohne dass dies von den AutorInnen jedoch näher ausgeführt wird. Redefreiheit wird als selbstverständliches Konzept in die Diskursfragmente eingebracht, als ein Konzept, das anscheinend keiner näheren Erläuterungen bedarf. Offenbar wird davon ausgegangen, dass die LeserInnenschaft ihn sowie seine impliziten Bedeutungen ohne weitere Erklärungen zuordnen und verstehen kann. Und auch dahinterliegende Konzepte von Werten oder Normen an sich werden in den Beiträgen nicht weiter definiert. Redefreiheit ist in dieser Verwendung als kultureller Wert zu verstehen,<sup>23</sup> der zudem teilweise national aufgeladen wird. Wie Hans Joas sowohl für öffentliche als auch wissenschaftliche Diskurse festhält, ist die Definition von ‚Werten‘ grundsätzlich nur „schwer festlegbar und oft umstritten“<sup>24</sup>. Konkret zeigen Mauricio J. Alvarez und Markus Kimmelmeier in ihrer Studie zu Redefreiheit in den USA, dass Redefreiheit sowohl in konservativen als auch in liberalen politischen Verortungen aus verschiedenen Motivationen und in unterschiedlicher Intensität unterstützt wird.<sup>25</sup> Die Mehrdimensionalität und Flexibilität des Begriffes liefert dabei genau das richtige Maß an Unbestimmtheit und Vielseitigkeit, um ihn unterschiedlich in gesellschaftlichen Diskursen einsetzbar zu machen. Damit bestätigt sich Reinhold Hülsewiesches Feststellung, wonach „auch nach ca. 2500 Jahren ein so eminent politischer Begriff weder etwas von seiner Bedeutung noch gar etwas von seiner Strittigkeit eingeübt hat“.<sup>26</sup>

Für die Online-Berichterstattung zur *Blitzchung*-Kontroverse lässt sich grundsätzlich festhalten, dass mit dem Begriff der Redefreiheit die Kategorie des ‚Nationalen‘ als Argument zwar eingebracht wird, dass jedoch keine weiteren Bestimmungen vorgenommen werden. Redefreiheit wird als demokratischer – und damit amerikanischer – Wert betitelt und dabei rhetorisch im Diskurs eingesetzt. Zudem erfolgt wiederholt eine Bezugsetzung zur US-amerikanischen Nation. Dementsprechend wird dann entweder explizit von „traditional American values of free speech and demo-

23 Vgl. Alvarez/Kimmelmeier 2017, 707–735; Cowan/Resendez/Marshall/Quist 2002, 247–263.

24 Joas 2017, 10.

25 Vgl. Alvarez/Kimmelmeier 2017, 707–735, hier: 709.

26 Hülsewiesche 2002, 103–144, hier: 140. Weiterführende Informationen zur Bedeutung des Konzeptes aus politischer und juristischer Betrachtung in den USA siehe z. B. Kübler 2011, 533–546.

cacy“<sup>27</sup> gesprochen, oder es wird implizit eine solche Verknüpfung vorgenommen. Diese Verschränkung dient als zentrales Element der Argumentation in der Online-Berichterstattung.

Nachdem sich auch erste PolitikerInnen positioniert hatten, griff die Online-Berichterstattung zum Teil auch deren Argumentationslinien auf. Dies geschah etwa durch direkte Verweise auf einen offenen Brief auf der offiziellen Webseite des demokratischen Senators Ron Wyden<sup>28</sup> sowie auf seine Tweets und die des republikanischen Senators Marco Rubio.<sup>29</sup> Dass kritische Äußerungen von VertreterInnen beider Parteien getätigt und auch der eingangs erwähnte offene Brief parteiübergreifend verfasst wurde, waren wesentliche Details, die hervorgehoben wurden. Vor allem der offene Brief brachte auch die politische Positionierung im Kontext des Handelsstreites zwischen den USA und China zum Ausdruck. In diesem Sinne sind auch die Verweise auf die Positionierung der PolitikerInnen in der Online-Berichterstattung zu sehen wie das folgende Zitat aus der Los Angeles Times zeigt: „As the furor mounted, U.S. senators called out the company for abandoning free speech values and bowing to the Chinese government in exchange for a ‘quick buck.’“<sup>30</sup>

Im Unterstreichen der politischen Tragweite der Kontroverse im öffentlichen Diskurs wird auch die nationale Bedeutung hervorgehoben. Eingereiht wurden die hier zitierten SprecherInnenpositionen der PolitikerInnen in die Argumentation rund um die wirtschaftlichen Interessen Blizzards und der bedeutsamen internationalen Rolle US-amerikanischer Unternehmen. Dabei ist vermehrt auch eine kritische Haltung gegenüber China zu erkennen. Das Bild Chinas wird trotz der Kritik am US-amerikanischen Unternehmen, das sich zu stark von kapitalistischen Interessen leiten ließe, negativ dargestellt. Redefreiheit und Demokratie werden mit der westlichen Welt im Allgemeinen und den USA als Nation im Konkreten verbunden, während China in einer Gegenposition dargestellt wird: „Companies that do business with China walk a fine line to stay aligned with U.S. values such as freedom of speech and democracy

27 Whalen/Golliver/Zeitchik 2019.

28 Siehe Fußnote 14. Neben Ron Wyden und Marco Rubio wurde der parteiübergreifende offene Brief an Blizzard CEO Robert Kotick Mitte Oktober 2019 von den Kongressabgeordneten Alexandria Ocasio-Cortez, Mike Gallagher und Tom Malinowski unterzeichnet.

29 Der republikanische Senator Marco Rubio betonte in seinem Tweet die Schwere der Folgen, die eine Einflussnahme Chinas sowie die Beschränkung von Redefreiheit auf die US-amerikanische Gesellschaft haben würde. Vgl. Rubio 2019. Ähnlich wurde dies auch durch den demokratischen Senator Ron Wyden kommentiert. Er beschrieb China in seinem Tweet als autoritäre und kommunistische Macht, der gegenüber man für moralische und demokratische US-amerikanische Werte, wie Redefreiheit, einstehen müsse. Vgl. Wyden 2019.

30 Hussain 31.10.2019. Der unterstrichene Text zeigt die Verlinkung zum Tweet von Ron Wyden. Das Zitat am Ende des Satzes bezieht sich ebenfalls auf einen Satz aus dem Tweet von Wyden, der wie folgt lautet: „No American company should censor calls for freedom to make a quick buck.“ Wyden 2019.

[...].<sup>31</sup> Weiters tritt auch das Thema der Sorge, dass finanzielle Interessen eine Abkehr von gesellschaftlichen Werten mit sich führen könnte, auf, wenn davon die Rede ist, dass „there were concerns the studio was favoring its financial interests in China over free speech“<sup>32</sup>. Dabei wird nicht näher erläutert, wer diese Sorge konkret äußert oder in welchem Kontext und wie sich Redefreiheit hier als gesellschaftlicher Wert zeigen könnte. Im Vordergrund steht die Gegenüberstellung von finanziellen Interessen in China auf der einen und Redefreiheit auf der anderen Seite. Dem US-amerikanischen Unternehmen wird hier bis zu einem gewissen Grad die Handlungsmacht zugesprochen und zudem wird ihm gegenüber eine gesellschaftliche sowie moralische Erwartungshaltung artikuliert.

Neben dem Begriff der Redefreiheit spielt in den untersuchten Artikeln auch die Firmenphilosophie Blizzards eine zentrale Rolle, welche hier an gesellschaftliche und moralische Fragen für die US-amerikanische Gesellschaft rückgebunden wird. Dabei wird sowohl Blizzards Selbst-Positionierung in Bezug auf die eigenen Firmenwerte als auch auf Protestaktionen gegen das Unternehmen, die diese aufgreifen, verwiesen. Auch Parallelen zwischen Blizzard und anderen US-amerikanischen Unternehmen, wie Apple oder auch der National Basketball Association, werden gezogen. Untermauert wird diese Kritik an unternehmerischen Handlungen vor allem durch das Aufgreifen von Interviews mit ExpertInnen, SpielerInnen und TeilnehmerInnen an Protestaktionen oder der BlizzCon. Mit Hilfe von Zitaten und zusammenfassenden Erklärungen wird damit in den einzelnen Artikeln kritischen SprecherInnenpositionen Raum gegeben. Dabei werden insbesondere die moralische Verantwortung von Unternehmen in der Gesellschaft und die Bedeutung von Firmenwerten hervorgehoben und in Verbindung mit demokratischen Werten gesetzt, wenn es heißt, dass „the world will learn how loudly gamers, and consumers generally, will speak up for democracy and corporate responsibility“<sup>33</sup>. KonsumentInnen wird damit innerhalb des Diskurses eine Rolle und ein gewisses Maß an Handlungsmacht zugeschrieben. Punktuell wird dadurch zudem eine grundlegende Auseinandersetzung mit kapitalistischen Interessen von Unternehmen und deren gesellschaftliche Verantwortung und Rolle vertieft.

Grundsätzlich zeigt sich also, dass der Begriff der Redefreiheit in der Online-Berichterstattung sowohl an das Konzept des Nationalen rückgebunden wird, als auch im Kontext einer konkreten Abgrenzung zu China eingesetzt werden kann. Auch wenn Demokratie und unternehmerische Verantwortung wesentliche Themen im Diskurs darstellen, so tritt vor allem die Konstruktion Chinas als das gegensätzliche ‚Andere‘ hervor.

---

31 Whalen/Golliver/Zeitchik 2019.

32 Favis 2019.

33 Schiesel 2019.

## Das ‚Eigene‘ und das ‚Andere‘:

### Die Inszenierung Chinas in der Online-Berichterstattung

Im Verständnis von Nation als einer „imagined community“<sup>34</sup> stellt sich immer auch die Frage, wer sich diese Gemeinschaft(en) erdenkt und welche Begriffe in welcher Form mit ihnen in Verbindung gebracht werden. Wie Oliver Turner in seiner Untersuchung der internationalen Beziehungen zwischen den USA und China in Bezug auf US-amerikanische Politik festhält, werden konkrete politische Linien durch bestimmte Vorstellungen und Bilder in der Medienberichterstattung nicht nur unterstützt, sondern sogar erst ermöglicht.<sup>35</sup> Die Konstruktion Chinas in der US-amerikanischen Gesellschaft und Politik als das ‚Andere‘ ist damit vielschichtig und bedingt und verstärkt sich wechselseitig: „American images of China and US China policy are exposed not merely as inextricable, but also as mutually reinforcing“<sup>36</sup>. Die Konstruktion Chinas als das ‚Andere‘ dient damit nicht nur einer Verfestigung einer angeblichen kulturellen Vorherrschaft, sondern zeigt eine gleichzeitige Verfolgung politischer und ökonomischer Interessen. In der analysierten Online-Berichterstattung wird China demnach verstärkt als das ‚Andere‘ im Sinne Edward Saids konstruiert.<sup>37</sup> Das Bild Chinas wird hier durch einen hegemonialen, westlichen Blick entwickelt und von einem vermeintlich überlegenen Blickpunkt aus betrachtet. Dabei wird deutlich, dass in der Schaffung solcher Bilder des ‚Anderen‘, Gegensätzlichen, von dem es sich abzugrenzen gilt, das ‚Eigene‘ definiert wird. Gerald C. Stone und Zhiwen Xiao sowie Su-Mei Ooi und Gwen D’Arcangelis zeigten in ihren Untersuchungen zu US-amerikanischen Mediendiskursen des 20. und 21. Jahrhunderts, dass ein solches Bild Chinas als das ‚Andere‘ gegen Ende des 20. Jahrhunderts immer stärker auftrat.<sup>38</sup> Im 21. Jahrhundert zeigte sich zwar teilweise eine positive Darstellung Chinas infolge seiner politischen Reformen und als potentieller Markt, doch dominierte in US-amerikanischen Mediendiskursen gleichzeitig weiterhin das negative Bild eines kommunistischen und autoritären Staates. Insbesondere die Betonung Chinas als wirtschaftliche Gegenmacht im globalen Kontext sowie als Bedrohung nahm in der Medienberichterstattung immer weiter zu, wie Yi Edward Yangs und Xinsheng Lius Analyse US-amerikanischer Printmedien aus den 1990er und 2000er Jahren belegt.<sup>39</sup> Dabei verstärkte die Unterstreichung einer konträren Position zu US-amerikanischen Werten die vorrangig negative Inszenierung.<sup>40</sup>

Im zunehmenden Handelskonflikt zwischen den USA und China seit 2018 zeigt sich, dass nicht nur der internationale Handel eine Rolle spielt, sondern auch ein

34 Vgl. Anderson 1991.

35 Vgl. Turner 2014.

36 Turner 2014, hier: 8.

37 Vgl. Said 2014.

38 Vgl. Stone/Xiao 2007, 91–108; Ooi/D’Arcangelis 2017, 269–283.

39 Vgl. Yang/Liu 2012, 695–711.

40 Vgl. Liss 2003, 299–318.

Kampf um die Vorherrschaft im Technologiesektor stattfindet.<sup>41</sup> Dabei ist sicherlich die Spiele- und Entertainmentindustrie von besonderer Bedeutung. Dies dient in der Online-Berichterstattung zur *Blitzchung*-Kontroverse als Anknüpfungspunkt für Fragen nach der Bedeutung dieser und ähnlicher Ereignisse für die US-amerikanische Gesellschaft sowie die westliche Welt im Allgemeinen. Der internationale wirtschaftliche Kontext wird im Diskurs als Spannungsfeld gezeichnet, in dem ein zunehmender Druck Chinas auf US-amerikanische Unternehmen proklamiert wird und Bezugspunkte zu ähnlichen Kontroversen gezogen werden. Hierbei werden neben anderen Beispielen vor allem die beinahe zeitgleiche Auseinandersetzung um die Haltung der National Basketball Association zu den Protesten in Hongkong angeführt.<sup>42</sup> In der untersuchten Online-Berichterstattung wird, abgesehen vom allgemeinen Spannungsfeld des Handelsstreites zwischen den USA und China, dezidiert auf das wirtschaftliche Interesse Blizzards am chinesischen Markt verwiesen sowie auch eine mögliche Einflussnahme Chinas auf das Unternehmen eingebracht. Hier werden wie auch schon an anderen Stellen in den Diskursfragmenten für die Argumentation öffentliche und kritische Positionierungen durch SpielerInnen, zentrale Figuren in der digitalen Spielebranche sowie einzelne PolitikerInnen aufgegriffen. Zudem werden Kontexte erörtert, die als Hintergrund und Motivation für das Unternehmen verstanden werden, wie einerseits der Aktienanteil des chinesischen Entertainment Konzerns Tencent an Activision Blizzard<sup>43</sup> sowie andererseits Blizzards Interesse, sich grundsätzlich stärker in den chinesischen digitalen Spielemarkt einzubringen. Als entscheidend hierbei wird vor allem die zu diesem Zeitpunkt laufende Beantragung der Veröffentlichung der mobilen Versionen des digitalen Spiels *Call of Duty* in China betont.<sup>44</sup> In der Online-Berichterstattung wird dabei in der Gegenüberstellung der Positionierungen und der Betonung der wirtschaftlichen Interessen Blizzards am chinesischen Markt ein überwiegend kritisches Bild entworfen. Kritisch bewertet wird vor allem die Positionierung Blizzards, die als nur schwer vereinbar mit den gesellschaftlichen Erwartungshaltungen an das Unternehmen gesehen wird: „Activision Blizzard became the latest American company to find itself caught between its business interests in China and the values of its core customers.“<sup>45</sup>

Im Großteil der untersuchten Artikel zeigte sich eine Anknüpfung an die Argumentationslinie des harten Durchgreifens gegenüber Ngs aufgrund der wirtschaft-

41 Vgl. Chen/Chen/Dondeti 2020, 904–909.

42 Siehe Fußnote 13.

43 Grundsätzlich ist in der Berichterstattung zumeist von ca. fünf Prozent die Rede. Yupei Zhao und Zhongxuan Lin vermerken in ihrer Studie sogar einen zehnprozentigen Anteil von Tencent an Activision Blizzards E-Sport-Abteilung. Vgl. Zhao/Lin 2020, 9–25.

44 Hierbei muss berücksichtigt werden, dass mit der Veränderung der offiziellen politischen Haltung in China zur Spieleindustrie zu Beginn der 2000er Jahre, Kooperationen zwischen chinesischen und ausländischen Unternehmen zentral für die Zulassung auf dem chinesischen Markt wurden. Vgl. Nie 2013, 499–517, hier: 505–506.

45 Victor 2019.



lichen Interessen Blizzards in China. Differenzierter wird das Thema in Artikeln der *Los Angeles Times* aufgegriffen. Hier wird anhand interner Entwicklungen des Unternehmens ein vielschichtigeres Bild der Unternehmensstruktur gezeichnet und die Annäherung an China als nicht alleinig relevant für die Entwicklungen gesehen.

The tough punishment meted out to Blitzchung was less a sign of obeisance to China than a symptom of a subtler shift in company culture, said three current and former employees who believe Blizzard has become increasingly corporate and less focused on its values and its people since Morhaime's departure.<sup>46</sup>

Indem der Meinung der Blizzard-MitarbeiterInnen Platz eingeräumt wird, werden die Firmenwerte des Unternehmens wieder aufgegriffen und rhetorisch mit Hilfe der zitierten SprecherInnenpositionen eingesetzt. Es wird sowohl eine Veränderung der Ausrichtung des Unternehmens aufgezeigt, als auch eine Distanzierung von der vielfach genannten Beziehung zu China als zentralem Argument in der Diskussion vorgenommen.

Die Positionierung Blizzards auf der chinesischen Social-Media-Plattform *Weibo* durch die Veröffentlichung eines Statements seines Partnerunternehmens Netease ist in diesem Kontext interessant, wurde jedoch in der untersuchten Online-Berichterstattung nur in der *Los Angeles Times* thematisiert und später von der *New York Times* aufgegriffen.<sup>47</sup> Das Statement, das die Ereignisse verurteilte und Respekt gegenüber China ausdrückte, wird in der Online-Berichterstattung in die kritische Auseinandersetzung mit den Interessen des Unternehmens am chinesischen Markt eingereiht.

On the Chinese social media site Weibo, the official Hearthstone account made clear the company's motivation: 'We will, as always, resolutely safeguard the country's dignity.' That is, the dignity of the People's Republic of China.<sup>48</sup>

Dabei wird es der öffentlichen Positionierungen im englischsprachigen Diskurs gegenübergestellt, um die wirtschaftlichen Interessen des Unternehmens am chinesischen Markt zu unterstreichen. Darüber hinaus werden wirtschaftliche Interessen und moralische Verantwortung betont und eine notwendige Reflexion der Rolle Blizzards aber auch US-amerikanischer Unternehmen im Allgemeinen in diesem Kontext unterstrichen.

Grundlegend lässt sich festhalten, dass China in den Beiträgen eine negative Einflussnahme auf den westlichen Markt, die USA sowie auf Werte wie Redefreiheit zugeschrieben wird. Eine Abgrenzung vom als ‚Anderen‘ konstruierten China, die durch explizite Begrifflichkeiten und Zuschreibungen erfolgt, zeichnet sich besonders deutlich ab. Dabei wird bildlich vom Zorn Chinas gesprochen sowie davon, dass sich im Machtverhältnis der beiden Länder die USA dem Druck Chinas beugten. Die Band-

46 Hussain 31.10.2019. Michael Morhaime trat 2018 als Blizzards Präsident zurück und wurde durch J. Allen Brack ersetzt.

47 Vgl. Hussain 8.10.2019; Schiesel 2019.

48 Schiesel 2019.

breite der verwendeten Formulierungen reicht hier von „sparkling fury from China“<sup>49</sup> über „China’s wrath“<sup>50</sup> bis hin zu „to bend a knee to China“<sup>51</sup>. Liping Tang konstatiert in diesem Zusammenhang, dass sich das Bild Chinas im US-amerikanischen Medien-diskurs als „constantly stereotyped, incomplete, unbalanced, and distorted“<sup>52</sup> zeige, was das negative Bild Chinas weiter verstärke.<sup>53</sup> Dies findet sich dann folglich auch in den hier untersuchten Presseberichten zur *Blitzchung*-Kontroverse wieder. Gleichzeitig dient diese Abgrenzung der Unterstreichung nationaler Zuschreibungen, wie zum Beispiel Redefreiheit, und damit der Festigung eines US-amerikanischen nationalen Selbstbildes. Für weitere Auseinandersetzungen ist nicht nur eine nähere Beschäftigung mit der komplexen Geschichte zwischen den USA und China wesentlich, sondern auch die Frage nach den Quellen für die Berichterstattung im breiten US-amerikanischen Mediendiskurs relevant, um die diskursiven Verbindungslinien und Verknüpfungen weiter nachzeichnen zu können.<sup>54</sup>

### Schlussbemerkung: Diskurse zwischen digitalen Spielkulturen und dem Nationalen

Die Untersuchung der Online-Berichterstattung um die *Blitzchung*-Kontroverse in den auflagenstärksten US-amerikanischen Tageszeitungen hat Verbindungslinien zwischen der Verwendung des Begriffes der Redefreiheit und dem Konzept des Nationalen offengelegt. Vor allem die direkte Verknüpfung des Begriffes Redefreiheit mit einer nicht näher bestimmten nationalen Wertekonstruktion sowie die gleichzeitige Abgrenzung von dem als ‚Anderes‘ definierte China unterstreicht dies. Redefreiheit sowie Werte im Allgemeinen werden nicht näher definiert, sondern als rhetorische Schlagwörter inszeniert, die als Projektionsflächen dienen. Projiziert werden hierauf moralische und gesellschaftliche Vorstellungen in Bezug auf Unternehmenskultur aber auch auf politische Positionierungen und ökonomische Interessen rund um den Handelsstreit zwischen den USA und China. Im Kontext der Berichterstattung zur *Blitzchung*-Kontroverse werden darüber hinaus angebliche Gefahren für demokratische Werte in einer kapitalistisch orientierten Gesellschaft verortet. Dabei wird vor allem die Sorge unterstrichen, dass US-amerikanische Unternehmen nicht für den als US-amerikanisch definierten Wert der Redefreiheit einstünden. Unternehmen wie Blizzard wird eine gesellschaftliche Verantwortung zugeschrieben, die auch als rückgebunden an nicht näher bestimmte gesellschaftliche Werte verstanden wird. Auch wenn punktuell unternehmerische Praktiken und wirtschaftliche Aspekte problematisiert werden, so ist es dennoch vor allem die Annäherung Blizzards an den

---

49 Eustachewich 2019.

50 Morgan 2019.

51 Park 2019.

52 Tang 2021, 804–820, hier: 817.

53 Vgl. Tang 2021, 804–820, hier: 805.

54 Vgl. Peng 2004, 53–67.

chinesischen Markt, die in der Argumentation der Berichterstattung vorrangig und als zentraler Auslöser für konkrete gesellschaftspolitische Schwierigkeiten genannt wird. Generelle Problemfelder kapitalistischer Unternehmensführung werden dabei nur bedingt beleuchtet.

Die vorliegende Analyse macht deutlich, dass die Themen der untersuchten Online-Berichterstattung über die *Blitzchung*-Kontroverse in den auflagenstärksten Tageszeitungen des Landes Teil eines vielschichtigen Diskurses sind. Auch wenn digitale Spiele und mit ihnen in Bezug stehende Diskurse als Ausdruck globalisierter Medienkulturen verstanden werden können, so sind sie auch immer in ihren Verschränkungen mit spezifischen historischen, gesellschaftspolitischen und kontextuellen Diskursen zu verstehen.<sup>55</sup> Diese Aspekte können auf den Ebenen der Produktion von digitalen Spielen, der Repräsentation innerhalb des Spielnarrativs oder der Spielmechanik, aber natürlich auch in Diskursen in und um Spielekulturen zum Tragen kommen – wie die Online-Berichterstattung zur *Blitzchung*-Kontroverse zeigt. Nicht nur explizite Diskurse um Identitäts- und Nationalitätskonstruktionen sind für eine Auseinandersetzung mit diesen Themen relevant, sondern auch die Bedeutung digitaler Spiele in politischen Kontexten.<sup>56</sup> Anknüpfend an Susanne Hamschas Idee eines fiktionalen Amerika<sup>57</sup>, in dem sich zentrale Mythen und Symbole auch im Performativen der populären Kultur konstituieren und bestätigen, argumentieren Michael Fuchs und Stefan Rabitsch, dass dies auch für das Feld der digitalen Spiele und damit verbundene Spielekulturen in den USA zutrifft.<sup>58</sup> John Wills spricht nicht umsonst von den USA als „Gamer Nation“<sup>59</sup>, in der sich die zunehmende Bedeutung von digitalen Spielen immer stärker zeigt. Dabei stehen ökonomische Interessen aufgrund der stetig wachsenden Spieleindustrie ebenso wie politische Positionierungen im Vordergrund. Diese Themen spielen auch im E-Sports und damit verknüpften gesellschaftlichen Diskursen eine Rolle, wie die Online-Berichterstattung um die *Blitzchung*-Kontroverse deutlich macht.

## Literatur und Quellen

- Alvarez, Mauricio J./Kimmelmeier, Markus: Free Speech as a Cultural Value in the United States. In: *Journal of Social and Political Psychology* 5,2 (2018), S. 707–735. DOI: 10.5964/jsp.p.v5i2.590 [28.5.2021].
- Anderson, Benedict: *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London 1991.
- Berkowitz, Daniel A./Liu, Zhengjia: The Social-Cultural Construction of News. In: Fortner, Robert S./Fackler, P. Mark (Hg.): *The Handbook of Media and Mass Communication Theory*. Chichester 2014, S. 301–313. DOI: 10.1002/9781118591178.ch17 [28.5.2021].

55 Vgl. Šisler/Švelch/Šlerka 2017, 3857–3879, hier: 3858.

56 Vgl. Bogost 2006, 165–183.

57 Vgl. Hamscha 2013, 51.

58 Vgl. Rabitsch/Fuchs 2019, 86–102.

59 Vgl. Wills 2019.

- Blizzard Entertainment: Hearthstone Grandmasters Asia-Pacific Ruling (8.10.2019). URL: <https://playhearthstone.com/en-us/blog/23179289> [28.5.2021].
- Blizzard Entertainment: Hearthstone Grandmasters. 2019 Hearthstone® Grandmasters Official Competition Rules v.1.4 (2019). S. 1–18. URL: [https://bnetcmsus-a.akamaihd.net/cms/page\\_media/w4/W4NWIBHB74T31564507077190.pdf](https://bnetcmsus-a.akamaihd.net/cms/page_media/w4/W4NWIBHB74T31564507077190.pdf) [28.5.2021].
- Blizzard Entertainment: Hearthstone. USA 2014.
- Blizzard Entertainment: Welcome to Blizzard (ohne Datum). <https://www.blizzard.com/en-us/company/about/> [28.5.2021].
- Bogost, Ian: Video Games and Ideological Frames. In: *Popular Communication* 4,3 (2006), S. 165–183. DOI: 10.1207/s15405710pc0403\_2 [28.5.2021].
- Boren, Cindy: An esports player spoke out in support of Hong Kong protests. He was suspended for a year (8.10.2019). In: *Washington Post*. URL: <https://www.washingtonpost.com/sports/2019/10/08/an-esports-player-spoke-out-support-hong-kong-protests-he-was-suspended-year/> [28.5.2021].
- Brubaker, Rogers: In the name of the nation: reflections on nationalism and patriotism. In: *Citizenship Studies* 8,2 (2004), S. 115–127. URL: doi:10.1080/1362102042000214705 [28.5.2021].
- Chen, Anthony W./Chen, Jim/Dondeti, V. Reddy: The US-China trade war: dominance of trade or technology? In: *Applied Economics Letters* 2020/ 27(11), S. 904–909. DOI:10.1080/13504851.2019.1646860 [28.5.2021].
- Cision/AAM: Ranking der Zeitungen mit den höchsten durchschnittlichen verkauften Auflagen in den USA im Jahr 2018. Zitiert nach de.statista.com. URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/362329/umfrage/zeitungen-mit-den-hoechsten-verkauften-auflagen-in-den-usa/> [28.5.2021].
- Cowan, Gloria/Resendez, Miriam/Marshall, Elizabeth/Quist, Ryan: Hate speech and constitutional protection: Priming values of equality and freedom. In: *The Journal of Social Issues* 58 (2002), S. 247–263. DOI:10.1111/1540-4560.00259 [28.5.2021].
- Davies, Hugh: Spatial Politics at Play: Hong Kong Protests and Videogame Activism. In: *Proceedings of DiGRA Australia 2020*, S. 1–12. URL: [http://digraa.org/wp-content/uploads/2020/02/DiGRAA\\_2020\\_paper\\_46.pdf](http://digraa.org/wp-content/uploads/2020/02/DiGRAA_2020_paper_46.pdf) [28.5.2021].
- Erl, Astrid: Medium des kollektiven Gedächtnisses – ein (erinnerungs-)kulturwissenschaftlicher Kompaktbegriff. In: Astrid Erl/Ansgar Nünning (Hg.): *Medien des kollektiven Gedächtnisses. Konstruktivität – Historizität – Kulturspezifität*. Berlin 2008, S. 3–24. DOI: doi.org/10.1515/9783110201789.1.3 [28.5.2021].
- Eustachewich, Lia 2019. Blizzard suspends pro gamer from competition over Hong Kong comments (8.10.2019). In: *New York Post*. URL: <https://nypost.com/2019/10/08/blizzard-suspends-pro-gamer-from-competition-over-hong-kong-comments/> [10.9.2021].
- Favis, Elise: Blizzard VP, Overwatch director Jeff Kaplan wants blitzchung's suspension 'reduced more or eliminated' (8.11.2019). In: *Washington Post*. URL: <https://www.washingtonpost.com/video-games/2019/11/08/blizzard-vp-overwatch-director-jeff-kaplan-wants-blitzchungs-suspension-reduced-more-or-eliminated/> [28.5.2021].
- Fuchs, Michael/Rabitsch, Stefan: Playing America: An Introduction to American Culture Through Video Games. In: *gamevironments* 11 (2019), S. 86–102. URL: <http://www.gameenvironments.uni-bremen.de> [28.5.2021].
- Hamscha, Susanne: *The Fiction of America. Performance and the Cultural Imaginary in Literature and Film*. Frankfurt am Main/New York 2013.

- Hülsewiesche, Reinhold: Redefreiheit. In: Archiv für Begriffsgeschichte 44 (2002), S. 103–144.
- Hussain, Suhauna: After layoffs and a PR disaster, some Blizzard employees are dreading BlizzCon (31.10.2019). In: Los Angeles Times. URL: <https://www.latimes.com/business/story/2019-10-31/blizzard-employees-blizzcon-protests> [28.5.2021].
- Hussain, Suhauna: This gamer's punishment over Hong Kong protest shows China's sway over U. S. companies (8.10.2019). In: Los Angeles Times. URL: <https://www.latimes.com/business/technology/story/2019-10-08/blizzard-punishes-pro-gamer-for-supporting-hong-kong-protests> [28.5.2021].
- Joas, Hans: Die Entstehung der Werte. Frankfurt am Main 2017.
- Kaschuba, Wolfgang: Geschichtspolitik und Identitätspolitik. Nationale und ethnische Diskurse im Kulturvergleich. In: Beate Binder/Wolfgang Kaschuba/Peter Niedermüller (Hg.): Inszenierung des Nationalen. Geschichte, Kultur und die Politik der Identitäten am Ende des 20. Jahrhunderts. Köln 2001, S. 19–42.
- Keller, Reiner: Diskursforschung, Eine Einführung für SozialwissenschaftlerInnen. Wiesbaden 2011a.
- Keller, Reiner: Wissenssoziologische Diskursforschung. Grundlegung eines Forschungsprogramms. Wiesbaden 2011b.
- Kübler, Friedrich: Redefreiheit und Demokratie: das amerikanische Beispiel. In: Karlmann Geiss/Klaus.-A. Gerstenmaier/Rolf M. Winkler/Peter O. Mailänder (Hg.): Festschrift für Karl Peter Mailänder zum 70. Geburtstag am 23. Oktober 2006. Berlin 2011, S. 533–546. DOI: 10.1515/9783110924091.533 [30.9.2021].
- Liss, Alexander: Images of China in the American Print Media: A survey from 2000 to 2002. In: Journal of Contemporary China 12,35 (2003), S. 299–318. DOI: 10.1080/1067056022000054614 [28.5.2021].
- Morgan, Richard: Free speech activists defend banned gamer after Hong Kong remark (8.10.2019). In: New York Post. URL: <https://nypost.com/2019/10/08/free-speech-activists-defend-banned-gamer-after-hong-kong-remark/> [28.5.2021].
- Needleman, Sarah E.: Activision Blizzard Suspends Esports Player Who Backed Hong Kong Protesters (8.10.2019). In: The Wall Street Journal. URL: [https://www.wsj.com/articles/activision-suspends-esports-player-who-backed-hong-kong-protesters-11570559784?shareToken=stcf549450c5aa4d67a959c8f2124dba31&reflink=share\\_mobilewebshare](https://www.wsj.com/articles/activision-suspends-esports-player-who-backed-hong-kong-protesters-11570559784?shareToken=stcf549450c5aa4d67a959c8f2124dba31&reflink=share_mobilewebshare) [28.5.2021].
- Nie, Hongping Annie: Gaming, Nationalism, and Ideological Work in Contemporary China: online games based on the War of Resistance against Japan. In: Journal of Contemporary China 22,81 (2013), S. 499–517. DOI: 10.1080/10670564.2012.748968 [28.5.2021].
- O'Connell, William D.: Silencing the crowd: China, the NBA, and leveraging market size to export censorship. In: Review of International Political Economy 2021, S. 1–23. DOI: 10.1080/09692290.2021.1905683 [28.5.2021].
- Ooi, Su-Mei/D'Arcangelis, Gwen: Framing China: Discourses of othering in US news and political rhetoric. In: Global Media and China 2,3–4 (2017), S. 269–283. DOI: 10.1177/2059436418756096 [28.5.2021].
- Park, Gene 2019. Blizzard restores Hong Kong player's winnings, reduces suspension after international uproar (12.10.2019). In: Washington Post. URL: <https://www.washingtonpost.com/video-games/esports/2019/10/12/blizzard-restores-hong-kong-players-winnings-reduces-suspension-after-international-uproar/> [10.9.2021].

- Peng, Zengjun: Representation of China: An across time analysis of coverage in the New York Times and Los Angeles Times. In: *Asian Journal of Communication* 14,1 (2004), S. 53–67. DOI: 10.1080/0129298042000195170 [28.5.2021].
- Pew Research Center: State of the News Media 2015 (29.4.2015), S. 1–97. URL: <https://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2017/05/30142603/state-of-the-news-media-report-2015-final.pdf> [28.5.2021].
- Richardson, John E.: *Analysing Newspapers: An Approach from Critical Discourse Analysis*. New York 2007.
- Rubio, Marco: Recognize what's happening here (8.10.2019). In: Twitter. URL: <https://twitter.com/marcorubio/status/1181556058659135488> [28.5.2021].
- Said, Edward W.: *Orientalism*. New York 2014.
- Schiesel, Seth: Why It's Important That Gamers Are Calling to #BoycottBlizzard (31.10.2019). In: New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2019/10/31/opinion/blizzard-hong-kong-boycott.html> [28.5.2021].
- Šisler, Vít/Švelch, Jaroslav/Šlerka, Josef: Video Games and the Asymmetry of Global Cultural Flows: The Game Industry and Game Culture in Iran and the Czech Republic. In: *International Journal of Communication* 11 (2017), S. 3857–3879. URL: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6200> [28.5.2021].
- Stone, Gerald C./Xiao, Zhiwen: Anointing a New Enemy. The Rise of Anti-China Coverage after the UdSSR's Demise. In: *International Communication Gazette* 69,1 (2007), S. 91–108. DOI:10.1177/1748048507072787 [28.5.2021].
- Strauss, Anselm L./Corbin, Juliet: *Grounded Theory. Grundlagen qualitativer Sozialforschung*. Weinheim 1996.
- Strauss, Anselm L.: *Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Datenanalyse und Theoriebildung in der empirischen soziologischen Forschung*. München 1991.
- Summerley, Rory K.: The Future of Esports Institutions. A Comparative Analysis of „Late-Twentieth-Century Sports“ and „Esports“ Institutions. In: Jin, Dal Yong (Hg.): *Global esports: Transformation of Cultural Perceptions of Competitive Gaming*. New York 2021, S. 15–34. <https://doi.org/10.5040/9781501368745.0006> [28.5.2021].
- Tang, Liping: Transitive representations of China's image in the US mainstream newspapers: A corpus-based critical discourse analysis. In: *Journalism* 22,3 (2021), S. 804–820. DOI: 10.1177/1464884918801116 [28.5.2021].
- Turner, Oliver: *American images of China: Identity, power, policy*. London 2014. <https://doi.org/10.4324/9781315776705> [28.5.2021].
- Victor, Daniel: Blizzard Sets Off Backlash for Penalizing Hearthstone Gamer in Hong Kong (9.10.2019). In: New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2019/10/09/world/asia/blizzard-hearthstone-hong-kong.html> [28.5.2021].
- Whalen, Jeanne/Golliver, Ben/Zeitchik, Steven: China lashes out at Western businesses as it tries to cut support for Hong Kong protests (9.10.2019). In: Washington Post. URL: <https://www.washingtonpost.com/business/2019/10/08/china-lashes-out-western-businesses-it-tries-cut-support-hong-kong-protests/> [28.5.2021].
- Wills, John: *Gamer Nation: Video Games and American Culture*. Baltimore 2019.
- Wodak, Ruth/de Cillia, Rudolf/Reisigl, Martin/Liebhart, Karin: *The discursive construction of national identity*. 2. Aufl. Edinburgh 2009.
- Wyden, Ron/Rubio, Marco/Ocasio-Cortez, Alexandria/Gallagher, Mike/Malinowski, Tom: Letter to Activism Blizzard (18.10.2019). URL: <https://www.wyden.senate.gov/imo/media/>



- doc/101819%20Wyden%20Letter%20to%20Activision%20Blizzard%20RE%20Hong%20Kong.pdf [28.5.2021].
- Wyden, Ron: Blizzard shows it is willing to humiliate itself (8.10.2019). In: Twitter. URL: <https://twitter.com/RonWyden/status/1181637167749193729> [28.5.2021].
- Yang, Yi Edward/Liu, Xinsheng: The ‚China Threat‘ through the Lens of US Print Media: 1992–2006. In: *Journal of Contemporary China* 21,76 (2012), S. 695–711. DOI:10.1080/10670564.2012.666838 [28.5.2021].
- Zhao, Yupei/Lin, Zhongxuan: Umbrella platform of Tencent eSports industry in China. In: *Journal of Cultural Economy* 14,1 (2020), S. 9–25. DOI: 10.1080/17530350.2020.1788625 [28.5.2021].



# Monumentale Bilder von China

Repräsentationen nationaler Geschichte im chinesischen Historienfilm  
(1998–2008)

Monika Lehner

Das europäische Publikum denkt beim Stichwort ‚chinesischer Film‘ zunächst wohl an monumentale Historienfilme wie Ang Lees *Tiger and Dragon* (2000) oder Zhang Yimous *Hero* (2002) – exotische Bilderwelten, aufwändige Kostüme und durchchoreographierte Kampfszenen. Diese Filme machen in der Filmproduktion der Volksrepublik China nur einen sehr kleinen Teil aus,<sup>1</sup> erscheinen jedoch außerhalb Chinas überproportional sichtbar, was nicht nur auf die Auszeichnung mit prestigeträchtigen Filmpreisen zurückzuführen ist. Die Verbindung von Stilmitteln des Hollywood-Blockbusters mit chinesischen Erzähltraditionen und Filmgenres sprechen ein neues Publikum außerhalb Chinas an, dem dabei bewusst und unbewusst Bilder von China vermittelt werden.<sup>2</sup> Dieser Beitrag nimmt die in den Filmen dargestellten ‚chinesischen‘ Symbole und Geschichtserzählungen in den Blick und geht der Frage nach, in welchen Dimensionen damit nationale Identität ausgehandelt wird.

Die Geschichte Chinas in unterschiedlichen Filmformaten abzuhandeln ist keine neue Entwicklung der 1990er Jahre. In der Volksrepublik China waren und sind (wie in anderen Teilen Asiens) Historienfilme und *History Soaps* ein wichtiger Bestandteil des Fernsehprogramms, als ‚ernsthafte‘ historische Serien [*lishǐ zhèngjù* 歷史正劇] und als ‚parodierende‘ historische Serien [*lishǐ xìshuōjù* 歷史系說句]<sup>3</sup>. Bei den Serien lag bis in die frühen 2000er Jahre der Schwerpunkt auf der Qíng 清-Zeit (1644–1911/1912), speziell auf der Zeit ab 1840 bis zur Kulturrevolution (1966–1977).<sup>4</sup> Ein herausragendes Beispiel ist die Serie *Towards the Republic* (*Zǒu xiàng gònghé* 走向共和) von 2003.<sup>5</sup> Seit Anfang des 21. Jahrhunderts werden nahezu alle Epochen

---

1 Zwischen 1998 und 2008 wurden in China 2185 Langfilme (*feature films*) produziert, siehe die Statistik bei Davis 2010, 121–125, hier: 122, Table 1.

2 Die Intentionen der Filmemacher und Versuche, die Filme im Kontext aktueller politischer Entwicklungen einzuordnen, sind Gegenstand umfangreicher filmwissenschaftlicher Forschung, zum Aspekt der nationalen Identität vgl. die Essays in Jackson 2006.

3 Die Übersetzungen sind von Gotelind Müller, siehe Müller 2006, 133–157, hier: 137.

4 Siehe dazu Li/Wang 2008, 339–349, und Niedenführ 2008, 351–370.

5 Müller 2006, 133–157; Müller 2007.

der Geschichte Chinas in Fernsehserien abgehandelt<sup>6</sup>, zum Teil an historischen Fakten orientiert, zum Teil stark fiktionalisiert. Diese Fernsehserien und Filme werden primär für den nationalen Markt produziert, sie werden allenfalls von der chinesischen Diaspora konsumiert, einem nicht Chinesisch sprechenden Publikum bleiben sie verschlossen. Bei Filmen ist das nicht (mehr) so eindeutig, denn seit Mitte der 1980er Jahre hatten Filmemacher einen weltweiten Markt im Blick, die Filme sollten dem Publikum im Wortsinn Einblicke geben in ein China, das sich von den Filmen des sozialistischen Realismus abhob. Einen wesentlichen Anteil an dieser Entwicklung hatte die kurze Phase der „Fünften Generation“<sup>7</sup> des chinesischen Films, deren Filme auch außerhalb Chinas Aufmerksamkeit erregten und so den Markt für monumentale Historienfilme eröffneten.

Gerade Historienfilme bilden seit ihren Anfängen in den 1920er Jahren ein populäres Medium nationaler Gedächtnispolitik und Repräsentation.<sup>8</sup> Dies trifft auch für die chinesischen Produktionen um die Jahrtausendwende zu. Nach Stuart Hall umfasst die Erzählung der Nationalkultur dabei fünf grundlegende Aspekte: die Erzählung der Nation, die Betonung der Ursprünge, Kontinuität, Tradition und Zeitlosigkeit, die Erfindung von Traditionen, Gründungs- und/oder Ursprungsmythen und die Idee eines „reinen, ursprünglichen Volkes“.<sup>9</sup> Jeder dieser Aspekte ist Gegenstand ausgedehnter innerchinesischer Debatten, die auch in monumentalen Historienfilmen verarbeitet werden, ohne das explizit an- beziehungsweise auszusprechen. Im westlichen, das heißt europäischen und US-amerikanischen Diskurs über den chinesischen Film spielen sie bisher eine untergeordnete Rolle. Daher sind die historischen Monumentalfilme multinationale Projekte, die mit zwei getrennten Entitäten von (nationalen) Symbolen operieren: Dem chinesischen Zuschauer wird ein facettenreicher, mehr oder weniger origineller Blick auf eine Episode der reichen Geschichte Chinas geboten, dem mit China nicht vertrauten Zuschauer hingegen ein exotisches Zauber-spiel, das vor allem die Fremdartigkeit Chinas hervorhebt und so eher dazu angetan scheint, gängige Vorurteile zu perpetuieren. Eben diese Fragen, welche nationalen Ideen im chinesischen Historienfilm thematisiert werden und in welcher Form diese

6 Einen orientierenden (keineswegs erschöpfenden) Überblick gibt die „List of Chinese television series“. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_Chinese\\_television\\_series#Historical\\_\(%E5%8E%86%E5%8F%B2\)](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Chinese_television_series#Historical_(%E5%8E%86%E5%8F%B2)) (21.1.2022).

7 Ab der Mitte der 1980er Jahre rückte die „Fünfte Generation“ ins Blickfeld – die wichtigsten Vertreter hatten 1982 die Filmakademie abgeschlossen, unter anderem: Zhang Yimou, Tian Zhuangzhuang, Chen Kaige, Zhang Junzhao, Li Shaohong und Wu Ziniu. Sie gaben die konventionellen/traditionellen Formen des Erzählens auf und versuchten freiere Zugänge, die nunmehr möglich waren. Die Ereignisse von 1989 bedeuteten das Ende der „Fünften Generation“, auch wenn einige Regisseure weiter aktiv waren. Zum Begriff Clark 2021, 5–18, hier: 10–12.

8 Vgl. Uka 2003, 240–248.

9 Matten 2009, 49–50.

ihr internationales Publikum erreichen und von diesem verstanden werden, bilden den Kern des folgenden Beitrags.<sup>10</sup>

## Geschichte im historischen Monumentalfilm.

### Begriffe und Vorgehensweise

In den 1990er Jahren wurden in der Volksrepublik China erste monumentale Historienfilme produziert, am Beginn standen Produktionen wie *The Emperors Shadow* (1996) und *Der Opiumkrieg* (1997). *The Emperors Shadow* [Qín Sòng 秦頌, wörtl. „Ode an Qin“] von Zhōu Xiǎowén 周曉文 (\*1954) erzählt eine fiktive Geschichte um zwei historisch belegte Persönlichkeiten: Yíng Zhèng 嬴政, den König von Qín und späteren Ersten Kaiser der Qín [Qín shǐ huáng 秦始皇] und dem Musiker Gāo Jiānlí 高漸離 (fl. 3. Jh. v.d.Z.), der zum Attentäter wurde.<sup>11</sup> Der Film, der kurz nach dem Anlaufen für einige Monate ohne Angabe von Gründen zurückgezogen wurde, ehe er – ebenso ohne Angabe von Gründen – wiederaufgeführt wurde, wurde wegen der verzerrten Darstellung des Gāo Jiānlí und wegen zahlreicher historischer Ungenauigkeiten heftig kritisiert. Der Regisseur hielt dem entgegen, er wolle den Film nicht als historisch korrekte Darstellung verstanden wissen, sondern als Ausloten von Ideen für die Gegenwart – das Setting im dritten Jahrhundert vor der Zeitenwende wäre nur Kulisse, der Film sei demnach ein historisches Drama in einem fiktiven Setting. Wesentlich mehr Aufmerksamkeit erregte *Der Opiumkrieg* [Yāpiàn zhànzhēng 鴉片戰爭 (1997)], einer der letzten großen Filme von Regisseur Xiè Jìn 謝晉 (1923–2008). Der Film ist ein *lìshǐ zhèngjù* – ein „seriöses“ historisches Drama, das den Ersten Opiumkrieg (1839–1842) und seine Vorgeschichte thematisiert. Seine Premiere hatte er im Juni 1997 in der Volksrepublik China und in Hong Kong [Xiānggǎng 香港], und damit kurz bevor die Volksrepublik am 1. Juli 1997 die Kontrolle über Hong Kong übernahm. Der Journalist und China-Experte Andrew Higgins nannte den Film „China’s Epic Exorcism“, einen „Film to Purge the Imperial Legacy“, attestierte ihm aber trotz der Nähe zur Kommunistischen Partei Chinas eine nuancierte Darstellung der Ereignisse.<sup>12</sup>

10 Man könnte hier auch mit dem Shannon-Weaver-Modell operieren, nachdem der Empfänger die Botschaft bestimmt, nicht der Sender, bei Filmen wäre der Empfänger das Publikum. Die Fragen, die sich dann stellen: Was passiert, wenn die Botschaften, die dem Empfänger zugänglich werden, moduliert werden? Und was bleibt von den Botschaften, wenn dem Empfänger die Tools zum Dekodieren der Botschaften fehlen? Was bleibt dann von den Botschaften, die die Sender ausstrahlen? Umgelegt auf historische Monumentalfilme heißt das: Welche nationalen Ideen werden thematisiert und was davon nehmen unterschiedliche Zuschauergruppen auf?

11 Zur politischen Instrumentalisierung von Musik siehe die kursorischen Bemerkungen bei Baranovitch 2003, 193–194.

12 Higgins 1997.

Die im Folgenden betrachteten monumentalen Historienfilme bilden ein vom *wǔxiá* 武侠-Genre und klassischen Historienepen abzugrenzendes Genre, wenngleich sie mitunter dem *wǔxiá* 武侠-Genre zugerechnet werden.<sup>13</sup> Nach den vom Sinologen Clemens von Haselberg formulierten Kriterien sind sie teils „Schlachtenepen“, teils *wǔxiá* 武侠 in wechselnden Anteilen. *Wǔxiá*, wörtlich: im *wǔshù* 武术 bewandelter Ritter, ist ein Genre der chinesischsprachigen Literatur und des chinesischen Films, das SchwertkämpferInnen, Gefechte und Schlachten an historischen und/oder pseudohistorischen Schauplätzen schildert, ergänzt durch fantastische Elemente. Der frühe *wǔxiá*-Film (1920er–1960er Jahre) ist geprägt vom Tradition-Moderne-Paradigma; der klassische *wǔxiá*-Film, der in den 1960er bis 1980er Jahren in Hongkong und Taiwan produziert wurde, operiert im Spannungsfeld zwischen der Wahrung kultureller Identität und dem Verlust der geografischen Heimat; der postklassische *wǔxiá*-Film der 1980er und 1990er Jahre sieht die Rückkehr des Genres auf das chinesische Festland; der zeitgenössische *wǔxiá*-Film seit der Jahrtausendwende steht zwischen nationalistischem Stolz und globalisierter Identitätskrise.<sup>14</sup> Die für diesen Beitrag ausgewählten acht Filme sind dem postklassischen und dem zeitgenössischen *wǔxiá*-Film zuzurechnen. Sie greifen Episoden aus der Zeit zwischen dem dritten Jahrhundert vor der Zeitenwende und dem 19. Jahrhundert auf und erzählen Geschichten von Heldennut und Verrat, von Größenwahn, von Loyalität und (Kindes-)Pietät, von Menschen, die durch den Gang der Ereignisse zu Heldinnen und Helden wurden.

Es handelt sich um aufwändig ausgestattete Langfilme, die in der Volksrepublik China unter Beteiligung chinesischer Filmproduktionsfirmen<sup>15</sup> produziert wurden. Vier der Filme sind von zwei bedeutenden Repräsentanten der „Fünften Generation“ chinesischer Filmemacher, von Chén Kǎigē 陳凱歌 und Zhāng Yímóu 張藝謀,<sup>16</sup> drei der Filme sind von Regisseuren des Hongkong-Kinos – Peter Chan [Chén Kěxīn 陳可辛], John Woo [Wú Yūsēn 吳宇森] und Tsui Hark [Xú Kè 徐克], die auch in den USA gearbeitet haben –, und ein Film ist von Ang Lee [Lǐ Ān 李安], einem taiwanesischen Filmemacher, der seit den 1990ern international arbeitet.

- *Der Kaiser und sein Attentäter* [Jīng Kē cì Qín Wáng 荊軻刺秦王] (1998, R: Chén Kǎigē)
- *Tiger and Dragon* [Wòhǔ cánglóng 臥虎藏龍] (2000, R: Ang Lee)
- *Hero* [Yīngxióng 英雄] (2002, R: Zhāng Yímóu)
- *House of Flying Daggers* [Shímiàn máifú 十面埋伏,] (2002, R: Zhāng Yímóu)
- *Die Sieben Schwerter* [Qī Jiàn 七劍] (2005, R: Tsui Hark)
- *Der Fluch der Goldenen Blume* [Mǎnchéng jìndài huángjīnjiǎ 滿城盡帶黃金甲] (2006, R: Zhāng Yímóu)

13 Zur Diskussion siehe die Bemerkungen bei Haselberg 2019, 50–52.

14 Ausführlich zur Geschichte dieses Filmgenres vgl. Haselberg 2019.

15 Um in der Volksrepublik China drehen zu können, muss mit einem chinesischen Partner zusammengearbeitet werden.

16 Zu den Arbeiten der beiden Regisseure u. a. Zhou 2017; Ma 2010.



- *Der Warlord* [Tóu Míng Zhuàng 投名狀] (2007, R: Peter Chan)
- *Red Cliff* [Chibi 赤壁] (R: 2008/2009, R: John Woo)

Die ausgewählten Filme sind actiongeladene und dennoch poetische Manifestationen von Episoden aus der Geschichte Chinas und haben – in unterschiedlichem Maß – dem Publikum außerhalb Chinas einen Blick auf China eröffnet. Das chinesischen BetrachterInnen mitunter grotesk erscheinende Spiel mit ‚chinesischen‘ Symbolen, mit Mehrdeutigkeiten und Codes erschließt sich westlichen BetrachterInnen jedoch kaum; und die Versuchung, diese Konstrukte als ‚echt chinesisch‘ oder ‚typisch chinesisch‘ einzuordnen, ist groß. So werden vom westlichen/europäischen/US-amerikanischen Publikum Versatzstücke, die als bloße Kulisse eingesetzt werden, als nationale Symbole gedeutet, während die Aushandlungen chinesischer Identität(en) verborgen bleiben. „The difference between fiction and history is this: both tell stories, but the latter is a true story“.<sup>17</sup> Bei aufwändiger recherchierten Historiendramen scheinen diese eindeutigen Grenzen zu verschwimmen, den BetrachterInnen erscheinen sie als quasi-dokumentarisch,<sup>18</sup> denn Film ist Spektakel, das ZuschauerInnen in seinen Bann zieht. In besonderem Maß scheint das für den Historienfilm zu gelten, für Fiktionen, die Vergangenes filmisch darstellen. Robert A. Rosenstone umreißt die Erzählmuster konventioneller Historienfilme wie folgt: Sie erzählen Geschichte [history] als Geschichte [story], die mit einer moralischen Botschaft und/oder Glauben an Fortschritt verknüpft ist. Sie sehen Geschichte [history] als Geschichten [stories] von Individuen (in der Regel als männlich gelesenen Figuren), die bedeutend sind oder durch ihr Handeln als Helden erscheinen. Im Film wird Geschichte [history] als Geschichte [story] einer in sich geschlossenen, abgeschlossenen und einfachen Vergangenheit erzählt. Film zeigt den „Look“ einer Vergangenheit – Bauten, Landschaften, Artefakte – und schrammt dabei immer an einer falschen Historizität entlang.<sup>19</sup> Bei Filmen, die vertrautere Abschnitte der Geschichte thematisieren, ist den BetrachterInnen die Fiktionalität eher bewusst, nicht aber bei weniger vertrauten Inhalten.

## Politische Kontexte der chinesischen Filmproduktion

Film ist wie alle anderen Kunstformen politisch, die Filmschaffenden sind mit spezifischen politischen Rahmenbedingungen konfrontiert. Dies gilt in besonderem Maß für autoritäre Staaten wie das kommunistische China. Beim Yǎn'ān-Forum für Literatur und Kunst [Yǎn'ān wén yì zuó tán huì 延安文藝座談會] 1942 steckte Máo Zédōng 毛澤東 (1893–1976) die Rolle von Literatur und Kunst ganz im Sinne der kommunistischen Ideologie ab:

[...] In unserem Kampf für die Befreiung des chinesischen Volkes gibt es verschiedene Fronten, darunter die Front der Feder und die Front des Gewehrs, das heißt

<sup>17</sup> Rosenstone 2001, 61.

<sup>18</sup> Higson 1989, 36–46.

<sup>19</sup> Rosenstone 2001, 55–57.

die Front der Kultur und die Front des Krieges. Um den Feind zu besiegen, müssen wir uns vor allem auf die Armee stützen, die das Gewehr in der Hand hat. Aber diese Armee allein genügt nicht; wir brauchen noch eine Armee der Kulturschaffenden, ohne die es unmöglich ist, unsere Reihen zusammenzuschließen und den Sieg über den Feind zu erringen. [...].<sup>20</sup>

Literatur und Kunst sollten den breiten Volksmassen, Arbeitern, Bauern und Soldaten sowie dem politischen Kurs dienen,<sup>21</sup> „ästhetische Werte in der Kunst [wurden] bedeutungslos, ja waren sogar verpönt“.<sup>22</sup> Dem Prinzip des sozialistischen Realismus entsprechend, sollte auch der Film die kommunistische Mobilisierung fördern, das Medium Film wurde von Anfang an für die Kampagnenpolitik der Kommunistischen Partei Chinas instrumentalisiert, Filme zu historischen Themen spielten eine untergeordnete Rolle.<sup>23</sup> Die Kulturrevolution (1966–1976) brachte zunächst den Zusammenbruch des Filmwesens und die Zerschlagung bestehender Strukturen. 1970 wurde der Betrieb wieder aufgenommen, und es entstanden – unter den Vorgaben von Jiāng Qīng 江青 (1914–1991), Máos vierten Ehefrau, Verfilmungen der Modelloperen [*yàngbǎnxì* 樣板戲: politische Pekingoperen, Ballettstücke etc.].<sup>24</sup> In der letzten Phase der Kulturrevolution, zwischen 1973 und 1976, entstanden mit Billigung von Ministerpräsident Zhōu Ēnlái 周恩來 (1898–1976, im Amt 1949–1976) Filme, die mit den Modellopern brachen und Genres aus der Zeit unmittelbar vor der Kulturrevolution aufnahmen: Sie glorifizierten die Partei und kritisierten nun Jiāng Qīng und ihre drei Mitstreiter, die als die „Viererbande“ über große Macht in der Kulturpolitik verfügten.<sup>25</sup>

Der Tod Máos und der Sturz der „Viererbande“ führten nicht zu einer Erneuerung, die neue Führung blieb bei einem restriktiven Führungsstil. Trotz der weiterhin politisch schwierigen Situation wurde die Filmindustrie zu einem wesentlichen Wirtschaftsfaktor, die geschlossenen Studios und Kinos wurden wieder geöffnet und neue errichtet. Die Filmakademie in Běijīng [*Běijīng Diànyǐng Xuéyuàn* 北京电影学院] nahm 1978 wieder den Studienbetrieb auf. Die von Dèng Xiǎopíng 鄧小平 (1904–1997) initiierte Reform- und Öffnungspolitik [*gǎigé kāifàng* 改革開放] veränderte die Rahmenbedingungen für den chinesischen Film, sie öffnete Räume für Themen jenseits der Revolutionsgeschichte und für neue Formen filmischen Erzählens, mit denen Filmemacher ab den frühen 1980ern experimentierten. Die chinesische Führung ließ neben den staatspolitisch orientierten Filmen mehr und mehr kommerzielle Filme zu, für die bis zur Gründung der Volksrepublik China die Studios in Shànghǎi

20 Mao 1969, 75.

21 Einleitende Worte (02.05.1942) und Schlusswort (23.05.1942) Máos in: Mao 1969, 75–110.

22 Kramer 1997, 41.

23 Ein Beispiel ist *Lín Zéxú* 林則徐 (1959, Dt. „Kein Opium für China“) von Zhèng Jūnlǐ 鄭君里 (1911–1969) und Cén Fàn 岑範 (1926–2008), siehe dazu: Karl 2002, 229–262.

24 Vgl. Mittler 2010, 377–401.

25 Einen Überblick über die Entwicklung des Films zwischen 1942 und 1976 gibt Kramer 1997, 39–83.

上海 gestanden waren. Auch wenn die 1942 formulierte Linie, Kunst und Literatur haben dem politischen Kurs zu dienen, 1982 als Fehler eingeschätzt wurde, wurde die Linie, dass Kunst die Realität von Bauern und Arbeitern spiegeln solle, nach wie vor bekräftigt.<sup>26</sup> Die Filmemacher der 1980er und 1990er Jahre, die der „Fünften Generation“ und der „Sechsten Generation“<sup>27</sup> zugerechnet werden, produzierten Filme, die sich deutlich abhoben: Die „Fünfte Generation“ realisierte Großprojekte wie die hier diskutierten Filme, die „Sechste Generation“ versuchte, den meist tristen Alltag von Modernisierungsverlierern aufzuarbeiten.

Außerhalb Chinas wurden die Vielfalt und die rasante Entwicklung des chinesischen Films wenig rezipiert. Chinesischer Film war vor der Jahrtausendwende in Europa und den USA Teil des Nischenprogramms: Einerseits handelte es sich um Filme, die in Art House Kinos und bei Filmfestivals liefen,<sup>28</sup> andererseits gab es das auf kommerzialisierte Martial-Arts-Streifen festgelegte Hong-Kong-Kino der 1970er und 1980er Jahre, das durch die Filme von Bruce Lee [Lǐ Xiǎolóng 李小龍] (1940–1973) einem breiteren Publikum vertraut wurde. Letztere zeigten in meist exzessiv brutalen Kampfszenen holzschnittartig Geschichten von Gut und Böse und sprachen vor allem ein an Martial Arts interessiertes Publikum an. Zumindest im deutschsprachigen Vertrieb, liefen diese Filme unter deutlich rassistisch markierten Titeln.<sup>29</sup> Die hier besprochenen Monumentalfilme sprechen ein anderes Publikum an. Auch dieses Publikum nimmt Ästhetik und Narrative als ‚typisch chinesisch‘ hin, ohne dieses ‚Chinesische‘ zu hinterfragen, und akzeptiert so ein artifizielles (und hybrides) Chinabild, das in der innerchinesischen Diskussion nicht unumstritten ist. So sind die Filme lokale und globale Phänomene, lokal in Narrativ und Ästhetik, global in Produktion und Distribution. Ob sie China als Nation konstruieren, wird im Folgenden zu diskutieren sein.

26 Mackerras 1988, 171–172.

27 Die sogenannte „Sechste Generation“ ist eine sehr heterogene Gruppe, die unter Umgehung der nach dem Sommer 1989 verstärkten Zensur mit kleinem Budget und unorthodoxen Mitteln Filme produzierte, wobei häufig mit LaiendarstellerInnen gearbeitet wurde. Während die Großen der „Fünften Generation“ große Filmprojekte mit gigantischen Budgets und großem technischem Aufwand realisierten, entstanden die wichtigsten Filme der „Sechsten Generation“ in kleinem Rahmen.

28 Die *Viennale* (auch *Vienna International Film Festival*) präsentiert seit den frühen 1990ern immer wieder Arbeiten des jüngeren chinesischen Films.

29 Zum Beispiel: *Shuì quán guài zhāo* 睡拳怪招 (1978), englisch *Sleeping Fist* oder *The Roaring Kung-Fu-Fighter* (siehe den Katalogeintrag der Library of Congress <https://www.loc.gov/item/jots.200027895>), deutsch *Schlitzauge sei wachsam*; *Jīngwǔmén xùjí* 精武門續集 (1977), englisch u. a. *Fist of Fury II*. deutscher Titel: *Tschang Fu. Der Todeshammer*. Vgl. auch die drastische Charakterisierung dieser Filme bei Kramer 1997, 259.

## Historische Rahmung: Diskurse des Nationalen in China

Die Versuche, den Begriff Nation zu definieren, sind zahlreich.<sup>30</sup> Mit Benedict Anderson ist Nation „eine vorgestellte politische Gemeinschaft – vorgestellt als begrenzt und souverän.“<sup>31</sup> Miroslav Hroch hatte ein Vierteljahrhundert zuvor die These formuliert,

dass die Nation vor allem durch die Beziehungen zwischen ihren Angehörigen (also nicht durch abstrakte ‚Merkmale‘) bestimmt ist und diese Beziehungen gegenseitig austauschbar sind. Es lässt sich empirisch nicht belegen, dass Nationen durch ein festes, ‚verbindliches‘ Bündel von Beziehungen bestimmt würden; nachweisen lässt sich hingegen, dass die Gruppe ‚Nation‘ immer durch eine Kombination einiger Arten von Bindungen und Beziehungen (sprachlicher, historischer, territorialer, ökonomischer, religiöser, politischer Art usw.) gekennzeichnet sind. Zur Bestimmung der Nation gehört zwingend, dass ihre Angehörigen untereinander durch Kommunikation und gemeinsames Schicksal in höherem Maße verbunden sind als mit den Angehörigen anderer Nationen und dass sie eine Gemeinschaft gleichberechtigter Bürger bilden, die sich als Angehörige einer Nation betrachten.<sup>32</sup>

So weit gefasst Andersons Konzept einer „vorgestellten Gemeinschaft“ ist, so hilfreich erscheint es, um China als Nation fassbar zu machen. Das chinesische Reich kannte vor der Konfrontation mit „dem Westen“ in den späten 1830er/frühen 1840er Jahren das Konzept der Nation und des Nationalismus nicht. Die traditionelle Weltordnung schied die zivilisierte von der barbarischen Welt und sah China im Zentrum der zivilisierten Welt. Das in der Qīng 清-Zeit (1644–1911/12) territorial ausgeweitete Reich war eher Imperium als Nationalstaat. Kultur und Zivilisation waren seit Jahrtausenden von einer ethnischen Gruppe (zù 族), den Hàn 漢 geprägt. Auch nach den Niederlagen der frühen 1840er Jahre blieb der Widerstand gegen Ideen von außen – die Reformversuche des späten 19. Jahrhunderts scheiterten.<sup>33</sup> In den Schriften der Reformer des späten 19. und frühen 20. Jahrhunderts verbinden sich Elemente der chinesischen Philosophie mit marxistischen Ideen und Ideen des Progressivismus. Um im Konzert der Mächte mitspielen zu können, musste China zur Nation werden – oder sich selbst zumindest als solche sehen.

Nation, Nationalismus, nationale Souveränität spielten für China also keine Rolle, da es im sinozentrischen Weltbild keinen Platz gibt für die Idee, China wäre eine Nation unter vielen. Erst im 19. Jahrhundert zwingt die Konfrontation mit dem Westen und Japan zu einem Umdenken.<sup>34</sup> Eine erste Definition findet sich bei Liáng Qǐchāo 梁啟超 (1873–1929) in *Die Lehre des großen Politikwissenschaftlers Bluntschli* (政治學大家伯倫知理之學說) aus dem Jahr 1903, wo er der Nation (mínzú 民族) insgesamt

30 Eine Zusammenfassung zahlreicher Definitionsversuche enthält Hroch 2005, 11–48.

31 Anderson 1998, 14.

32 Hroch 2005, 20–21. Hroch formulierte das Konzept 1968, siehe: Hroch 1968. Vertieft in Hroch 199, 3–20.

33 Cabestan 2005, 8–10.

34 Matten 2009, 3.

acht Kriterien zuordnet: gemeinsames Siedlungsgebiet, gemeinsame Abstammung, gleiches Aussehen, gemeinsame Sprache, gemeinsame Schrift, gemeinsame Religion, gemeinsame Sitten und Gebräuche und gemeinsames Wirtschaftsleben.<sup>35</sup> Der Raum „China“ hat sich im Lauf der Geschichte dramatisch gewandelt, das „China“ der Zeit der Streitenden Reiche [*zhànguó shídài* 戰國時代], der Qín 秦-Zeit, der Hàn 漢-Zeit, der Táng 唐-Zeit, der Míng 明-Zeit oder der Qīng 清-Zeit stimmt nicht mit dem Territorium der Volksrepublik China überein, von gemeinsamem Siedlungsgebiet und einer gemeinsamen, homogenen Kultur kann keine Rede sein.<sup>36</sup>

Das Konzept ‚Nationalismus‘ wurde in China im 19. Jahrhundert relevant, als sich der hàn-chinesische Nationalismus gegen die Mandschuren richtete und revolutionäre Kräfte eine Chance sahen, die Herrschaft der Hàn wiederherzustellen. Von „chinesischer Nation“ zu sprechen, wirft weitere Fragen auf. Das Territorium der Volksrepublik China war und ist ein multiethnischer Raum, in dem neben den Hàn, die die Mehrheit der Bevölkerung bilden, zahlreiche ethnische Gruppen siedeln. Die Verfassung der Volksrepublik besagt in Artikel 4, alle Nationalitäten sind gleich, die kulturelle Vielfalt soll gewahrt werden – unter dem Dach der chinesischen Kultur [*Zhōnghuá wénhuà* 中華文化]. Eine Möglichkeit, Nationalismus ins Chinesische zu übersetzen, ist *mínzú zhǔyì* 民族主義 – *mínzú* 民族 bedeutet „Nation“, *zhǔyì* 主義 „Lehre, Doktrin“. Ob sich der Begriffsinhalt von *mínzú zhǔyì* mit dem von Nationalismus deckt, kann hier nicht weiter ausgeführt werden, es sei nur auf den Vater der chinesischen Revolution verwiesen: Sūn Yìxiān 孫逸仙 (Sūn Zhōngshān 孫中山, 1866–1925), hatte seine politische Philosophie in den *Drei Prinzipien des Volkes* (chin. *Sānmín zhǔyì* 三民主義) formuliert, von denen eines *mínzú zhǔyì* 民族主義, das „Prinzip der Volksgemeinschaft“, ist, das am Ende der Revolution stehen soll.

Die Regierung der Volksrepublik China legitimiert sich wie selbstverständlich durch Nationalismus und operiert dabei mit einem Konzept, das (wie Nation, Nationalstolz und Nationalbewusstsein) erst um 1900 nach China kam und seit seiner Einführung immer wieder neu aufgeladen wurde. Um diese Idee, die der chinesischen Kultur fremd scheint, zu festigen, wird eine Vielzahl von Symbolen eingesetzt. Im öffentlichen Raum sind das aufgeladene Orte und Monumente, die wie Anker wirken. Ein solcher Ort ist der Tiān'ānmén-Platz (*Tiān'ānmén Guǎngchǎng* 天安門廣場) – Platz oder Tor des Himmlischen Friedens –, der nach der Gründung der Volksrepublik China seine derzeitige Form erhielt.<sup>37</sup> Das Denkmal für die Helden des Volkes (*Rénmín Yīngxióng Jìniānbēi* 人民英雄纪念碑), dessen Errichtung auf dem Tiān'ānmén-Platz im November 1949 beschlossen und das im Mai 1958 fertiggestellt wurde, wäre ein Beispiel für ein derart aufgeladenes Monument.<sup>38</sup> Es enthält Dar-

35 Zitiert nach Matten 2009, 9. Matten listet lexikalische Entsprechungen aus der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts auf und verweist auf Forschungen zur früh(er)en Verwendung von *minzu*. Ebd. 7–10.

36 Vgl. Ge 2018.

37 Lee 2011.

38 Hung 2001.

stellungen der acht Episoden aus dem Freiheitskampf zwischen 1839 und 1949: (1) das brennende Opium, das den Beginn des Ersten Opiumkriegs (1839) markiert, (2) der Jintíán 金田-Aufstand (1851) als Beginn der Tàipíng 太平-Bewegung, (3) der Wúchāng 武昌-Aufstand, der die Revolution 1911 einleitete, (4) die Bewegung des Vierten Mai 1919, die den Beginn einer Modernisierungsbewegung markierte, (5) die Bewegung des 30. Mai 1925, die sich gegen den westlichen Imperialismus richtete, (6) der Nánchāng 南昌-Aufstand von 1927, der als Geburtsstunde der Volksbefreiungsarmee gilt, (7) der Widerstand während des Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieges (1931–1945) und (8) die Überquerung des Cháng Jiāng 長江 im Frühjahr 1949. Die dargestellten Ereignisse und Inschriften auf dem Denkmal sind untrennbar mit dem Selbstverständnis der Volksrepublik China verbunden. Das Denkmal war der Ort, wo öffentlich Trauer bekundet werden konnte – 1976 für Zhōu Ēnlái 周恩來 (1898–1976), 1989 für Hú Yàobāng 胡耀邦 (1915–1989); und es war der Ort, wo Protestbewegungen entstanden – 1976 ebenso wie 1989 –, die offiziell als „Zwischenfälle“ abgehandelt beziehungsweise beschwiegen werden.

Das Denkmal für die Helden des Volkes ist ein Denkmalprojekt „von oben“ [...], d. h. als Werk des politischen Willens der herrschenden Eliten.<sup>39</sup> Eine wichtige Rolle spielt auch der symbolisch hoch aufgeladene Ort, an dem das Denkmal steht, der Tiānānmén-Platz. Die auf dem Denkmal verewigten Episoden der Revolutionsgeschichte sind wesentlicher Teil der Erinnerungskultur. Dabei werden sie in politischen sowie populärkulturellen Kontexten immer wieder neu ausgehandelt und umgedeutet, wie im Folgenden anhand der ausgewählten Historienfilme skizziert wird.

## Repräsentationen chinesischer Geschichte im Film. Ausgewählte Beispiele

Bereits 1954 wurde die letzte Episode des Freiheitskampfes, die Kampagne am Cháng Jiāng, von Tāng Xiǎodān 汤晓丹 (1910–2012) verfilmt. In „Rekognoszierung über dem Fluss“ (*Dù jiāng zhēnchá jì* 渡江侦察记) erzählt der Regisseur von den Taten des kommunistischen Militäroffiziers Xiòng Zhàorén 熊兆仁 (1912–2019) und seiner Einheit.<sup>40</sup>

Die erste Episode, der Krieg 1839–1842, wird in *The Opium War* (*Yāpiàn zhànzhēng* 鸦片战争, 1997) thematisiert. Der Film von Regisseur Xiè Jīn 谢晋 sollte ein klares Signal setzen: China beansprucht Diskurshoheit. Obwohl es im sogenannten Ersten Opiumkrieg erstmals vom Westen besiegt worden war, wird die Auflehnung gegen den Opiumimport als Akt des Widerstands und der Selbststärkung gelesen, wodurch dieses Ereignis einen Platz auf dem Denkmal für die Helden des Volkes und im Narrativ der Geschichte des modernen China hat. Während die Opiumkriege gerade noch im europäischen Geschichtswissen auftauchen, sind die anderen Episoden nur Spezialistinnen und Spezialisten vertraut und daher wenig für ein globales Publikum

39 Hroch 2005, 210.

40 Vgl. Zhiwei 2002, 501–502.



geeignet. Daher, so ist anzunehmen, setzen die Produktionen monumentaler Historienfilme auf Motive, die einem Publikum außerhalb der Volksrepublik bekannt sein könnten: einzelne Schlachten und Umbruchsphasen im Zuge der Wechsel von einer Dynastie zur nächsten – und damit universelle Themen wie Pietät, Loyalität, Charakter, Ordnung und Chaos.

Eine der historischen Persönlichkeiten, die dem globalen Publikum einigermaßen bekannt sein sollte, ist der Erste Kaiser von China, der im Westen durch seine Terracotta-Armee bekannt ist, während seine Biografie eher weniger geläufig ist: Der Erste Kaiser von China war Reichseiniger und Reformierender und zugleich grausamer Despot, der jeden Widerstand unterdrückte. Der Film *Der Kaiser und sein Attentäter*, eine historische Romanze aus dem Jahr 1998, handelt (wie schon *The Emperor's Shadow*) von Yǐng Zhèng, dem König von Qín, der von 221–210 v. Chr. als Qín Shǐhuángdì das geeinte China regierte, und einem der zahlreichen Attentatsversuche auf ihn, hier durch Jīng Kē 荊軻 (m. 227 v. Chr.). Der historische Kern ist eine Passage aus dem großen und ersten Werk chinesischer Geschichtsschreibung, dem *Shǐjì* 史記 [Aufzeichnungen des Historikers], die im Abschnitt *Cìkè lièzhuàn* 刺客列傳 [Biografie der Attentäter] (*Shǐjì* 86) erzählt wird. Im Film wandelt sich Yǐng Zhèng vom Idealisten zum Tyrannen, denn seine Versuche, Einheit und Frieden herzustellen, werden durch Betrug und Niederlagen erschwert. Der Film beginnt mit einer Schlacht, die in der chinesischen Version nur mit Musik unterlegt ist, in den ersten Szenen ergeben sich aus den Dialogen die Identitäten der Akteure. In der deutschen Version ist die Schlachtenszene mit einem Voiceover versehen, der die Vorgeschichte erläutert und den späteren Ersten Kaiser klar als skrupellosen Tyrannen einordnet – in einer Direktheit, die in der chinesischen Version zwar wahrnehmbar ist, aber vom Betrachter erschlossen werden muss.

Der nächste hier besprochene Film ist *Hero* (英雄 Yīngxióng) von Zhang Yimou aus dem Jahr 2002, der als Idealtypus des jüngeren *wǔxiá*-Films gilt und der im Grunde die gleiche Episode wie *Der Kaiser und sein Attentäter* erzählt. Während der Kaiser im letzteren als ein blutrünstiger Tyrann inszeniert wird, gestaltet sich die Sache in *Hero* komplexer. Ein als „Der Namenlose“ benannter Charakter erscheint beim König von Qin und erzählt von drei Attentätern, die seit langem vorhätten, den König zu töten. Es entspinnt sich ein Spiel um Lüge und Wahrheit,<sup>41</sup> das in einer in einer atemberaubenden Filmsprache erzählt wird. In dem Spiel geht es um das Schriftzeichen *jiàn* 劍, das Schwert (das für Kampfkunst steht), und um das Konzept *tiānxià* 天下, daswörtlich „[alles] unter dem Himmel“ bedeutet, was heißt: die Welt und wohl auch der Einflussbereich des chinesischen Herrschers. In den für den Westen respektive Europa und die USA produzierten Versionen wurde *tiānxià* unterschiedlich übersetzt, wodurch der Begriff auch unterschiedlich konnotiert wurde.<sup>42</sup> *Hero* ist in Episoden unterteilt, denen jeweils eine Farbe zugeordnet wird. Diese steht jeweils für ein bestimmtes Thema oder eine Charaktereigenschaft. Die rote Episode handelt von

41 Das Spiel von Wahrheit und Lüge erinnert an Akira Kurosawas *Rashōmon* 羅生門 (1950).

42 Dargis 2004.

Egoismus, die blaue von Idealismus, die weiße von *tiānxià* und die grüne, eine Unter-episode der weißen, enthält Rückblenden und führt die Handlung zum Abschluss. Der Film hat in der deutschen Version ein Textinsert vorgeschaltet [ab 0:33]: „Vor zweitausend Jahren [...] während des Zeitraums der streitenden Reiche war China in sieben Königreiche geteilt. Jahrelang kämpften diese Reiche um die Vorherrschaft, worunter die Völker unsagbar leiden mussten. Der König von Qin war in seinem Bestreben, das Land zu beherrschen und alle unter dem Himmel zu vereinen, der Rücksichtsloseste. Er wurde von den anderen Königen als Gefahr für alle bezeichnet. In den Annalen der chinesischen Geschichte finden sich viele Berichte über die Attentäter, die ausgesandt wurden, um den großen König von Qin zu töten. Dies ist eine dieser Legenden“. Damit wird eine Interpretation vorgegeben, die die chinesische Version nicht enthält.

Auch *Tiger and Dragon* von Ang Lee aus dem Jahr 2000 ist ein *wúxiá*-Film. Die Handlung basiert auf dem vierten Teil der fünfteiligen *Kranich-und-Eisen-Serie* [*Hètiě xiliè* 鶴鐵系列] von Wáng Dúlú 王度廬 (1909–1977).<sup>43</sup> Der im deutschen Sprachraum übliche Titel *Tiger and Dragon* kürzt den englischen Titel *Crouching Tiger, Hidden Dragon* ab, der den chinesischen Titel *Wòhǔ cánglóng* 臥虎藏龍 [dt. „kauernder Tiger, verborgener Drache“] wörtlich übersetzt. Es handelt sich um ein aus einem Gedicht abgeleitetes Sprichwort, das Orte beschreibt, an denen sich verborgene Talente finden.<sup>44</sup> Der Titel verbindet zwei Figuren: *Lóng* [Drache] verweist auf Yù Jiāolóng 玉嬌龍, die Tochter des Gouverneurs (dargestellt von Zhāng Zǐyí 章子怡), die aus ihrem Goldenen Käfig ausbrechen will und von einem Leben als frei umherziehende Schwertkämpferin träumt. *Hǔ* [Tiger] steht für ihren ehemaligen Geliebten Luó Xiǎohǔ 羅小虎 (dargestellt von Chang Chen [Zhāng Zhèn] 張震), mit dem sie nur wieder zusammenkommen kann, wenn sie ins Ungewisse springt. Das Sprichwort spielt auch auf Emotionen und Geheimnisse unter der Oberfläche des gesellschaftlich Akzeptablen an und führt so wieder auf die Handlung des Films zurück.<sup>45</sup> Diese ist im China der Qíng-Zeit angesiedelt, ohne konkretes Datum, denn es ging dem Regisseur darum, eine Vorstellung von China heraufzubeschwören, nicht die genaue Darstellung der Geschichte Chinas zu liefern.<sup>46</sup> Einer der Hauptkritikpunkte an diesem Film, der kommerziell überaus erfolgreich war, war der Vorwurf, der Film wäre „nicht chinesisch genug“ und würde eine „hybride Version chinesischer Kultur präsentieren“.<sup>47</sup> Die Anspielungen, die den Film für KennerInnen so faszinierend machen (Namen und Titel, einzelne Szenen im Film), erschließen sich dem vom exotischen Zauber des Films gefangen genommenen westlichen Publikum nicht.

43 Wáng Dúlú ist ein Pseudonym von Wáng Bǎoxiáng 王葆祥, der zwischen 1938 und 1949 zahlreiche *wúxiá*-Romane schrieb, aber nach 1949 nicht mehr publizieren durfte. Eine Kurzbiographie gibt Overseas Chinese Affairs Commission Taiwan.

44 Vgl. Institut Ricci 2001, 22.

45 Zur Vielschichtigkeit des Titels vgl. Dilley 2014, 126–127.

46 Ebd., 120.

47 Zu der Diskussion vgl. Dilley 2014, 121–123.

*Shímiàn Máifú* 十面埋伏 von Regisseur Zhāng Yímóu von 2002 lief im englisch- und deutschsprachigen Raum unter dem Titel *House of Flying Daggers*. Dieses „Haus der Fliegenden Messer“ ist eine Rebellengruppe, die versucht, den Herrscher zu stürzen. Der chinesische Titel bedeutet wörtlich „von zehn Seiten aus dem Versteck umzingelt“ und ist – von der Bezeichnung für eine militärische Taktik abgesehen, der Titel eines Theaterstücks aus der Yuán 元-Zeit und der Titel eines bedeutenden Werks für die Pipa [pípa 琵琶].<sup>48</sup> Die Handlung von *House of Flying Daggers* (2004) ist in der Táng 唐-Zeit (617–907) angesiedelt, bezieht sich aber auf ein Gedicht/Lied aus der Hàn 漢-Zeit, auf *Jiārén qū* (佳人曲) von Lǐ Yǎnnián 李延年 (gestorben 90 v.d.Z.).<sup>49</sup> Das Lied/Gedicht beschreibt eine Frau von herausragender Schönheit, die mit einem Blick eine Stadt und mit dem zweiten ein Land in ihren Bann ziehen und ins Verderben stürzen kann – im Film stürzt die Schönheit zwei Männer, die um sie streiten, ins Verderben. Auch hier bleibt für den Betrachter, der die Hintergründe nicht kennt, nur ein exotisches Abenteuer.

*Die Sieben Schwerter* ist eine lose Adaption des *wúxiá*-Romans *Qījiàn xià tiānshān* 七劍下天山 [„Sieben Schwerter steigen vom Tianshan herab“] von Liáng Yǔshēng 梁羽生 (1924–2009), einem der bekanntesten jüngeren *wúxiá*-Autoren. Der Roman war 1956–1957 als Fortsetzungsroman erschienen und 1959 erstmals verfilmt worden. Regisseur Tsui Hark nimmt für seinen Film jedoch nur die Namen einiger Figuren, sodass der Film mit dem Roman wenig zu tun hat. *Die Sieben Schwerter* unterscheidet sich von Filmen wie *Hero*, *Tiger and Dragon* und *Der Fluch der Goldenen Blume* fundamental, es geht hier nicht um ästhetisch ansprechende Farbwelten und ästhetisch überhöhte Schwertkämpfe, sondern primär um atemberaubende Kampfszenen: Die sieben Schwerter, die dem Film den Titel geben, haben eigene Persönlichkeiten, die sich auf denjenigen übertragen, der das Schwert führt. Tsui Harks Film erinnert nicht zufällig an *Die Sieben Samurai* (1954) von Akira Kurosawa (1910–1998), an dem er von der Kritik gemessen wurde, was zu wenig schmeichelhaften Kommentaren führte.<sup>50</sup> Der Film soll sowohl ein chinesisches Publikum ansprechen, indem der bekannte Roman ins Spiel gebracht wird, als auch ein Publikum außerhalb Chinas, dem das Motiv der sieben Kämpfer für die Entrechteten spätestens seit dem Film *Die glorreichen Sieben* (1960) von John Sturges (1910–1992) vertraut ist.

Der Originaltitel von *Der Fluch der Goldenen Blume* (2006), *Mǎnchéng jìndài huángjīnjiǎ* 满城尽带黄, ist dem Gedicht *Bù dì hòu fù jú* 不第後賦菊 [Nach dem Scheitern bei den Prüfungen: Auf die Chrysantheme] des Rebellen Huáng Cháo 黃巢 (835–884) entnommen. Darin geht es um eine Blume, die auch im Spätherbst (am

48 Vgl. Institut Ricci, 295.

49 *Hòu Hànsū* 後漢書 67:34: 「北方有佳人，絕世而獨立，一顧傾人城，再顧傾人國。寧不知傾城與傾國，佳人難再得！」 (Chinese Text Project <https://ctext.org/han-shu/wai-qi-zhuan-shang#n68214>).

50 Zur Problematik des Vergleichs von *Sieben Schwerter* und *Sieben Samurai* sowie zu den Elementen konfuzianischer Philosophien im Martial-Arts-Film vgl. Teo 2021, 61–79.

Tag der Doppelten Neun<sup>51</sup>) noch blüht, wenn alle anderen schon verblüht sind – diese Blume, eine Chrysantheme, wird im Film zum Symbol der Aufständischen. Die Handlung basiert auf dem 1934 entstandenen Theaterstück *Léiyǔ* 雷雨 [„Gewitter“] von Cáo Yú 曹禺 (1910–1996),<sup>52</sup> westliche BetrachterInnen werden eher Anklänge an *Hamlet* wahrnehmen. In der chinesischen Fassung ist die Handlung grob in der *wǔdài shíguó* 五代十國-Periode [Fünf Dynastien und zehn Reiche, 907–960] eingeordnet, in der deutschen Fassung heißt es „China, 928 n. Chr., Spät-Tang-Dynastie“ [00:57]. In der chinesischen Fassung wird die von Chow Yun-fat [Zhōu Rùnfā 周潤發] verkörperte Figur als *dàwáng* 大王, „König“, bezeichnet, in der deutschen Fassung ist es Kaiser Ping; die von Gōng Lǐ 鞏俐 verkörperte Kaiserin Phönix<sup>53</sup> wird in der chinesischen Fassung als *wānghòu* 王后, „Königin“, bezeichnet. Diese Bezeichnungen sind ein Indikator dafür, dass nicht die Táng-Zeit (618–907) gemeint ist, sondern eine der kurzlebigen Dynastien in der Zeit der Fünf Dynastien und Zehn Königreiche, die von 934–937 bestand. Verglichen mit *Hero* und anderen früheren Arbeiten Zhāngs ist *Der Fluch der Goldenen Blume* ein opulentes, aber seelenloses Spektakel, in dem sich *wǔxiá*-Elemente und Melodram verbinden.

*The Warlords* (2007) von Peter Chan spielt in der Spätphase der Tàipíng 太平-Rebellion, eines außerhalb Chinas wenig beachteten Bürgerkrieges um die Mitte des 19. Jahrhunderts. Der Film, der sich von Chans früheren romantischen Filmen deutlich unterscheidet, ist kein *wǔxiá*-Film, in dem die Kämpfer mit mythischen und/oder übernatürlichen Fähigkeiten operieren, er zeigt vielmehr das Sterben auf dem Schlachtfeld in einer Intensität, die internationale Kritiker an Steven Spielbergs *Saving Private Ryan* (1998) erinnerte. Der komplexe Hintergrund der Tàipíng-Periode, die letztlich das Ende der kaiserlichen Herrschaft einleitete, bleibt für das westliche Publikum verborgen.

*Red Cliff* ist ein Kriegsepos mit *Heroic Bloodshed*-Elementen, das die Schlacht an der Roten Klippe von 208/209 fiktionalisiert. Die Seeschlacht an der Roten Klippe [Chìbì 赤壁] bedeutete das Ende der Bestrebungen des Generals/Warlords Cáo Cāo 曹操 (um 155–220), das China der Östlichen Hàn-Zeit wieder zu vereinen. Im chinesischen Original hat der Film, der das Ende der Hàn-Zeit und den Übergang zur Zeit der Drei Reiche beschreibt, zwei abendfüllende Teile. Der erste Teil hatte am 10. Juli 2008 Premiere, quasi am Vorabend der Olympischen Spiele 2008; der zweite Teil folgte Anfang 2009. Im deutschen Sprachraum erschien *Red Cliff* im Herbst 2009 in einer aus den beiden Teilen zusammengeschnittenen Version auf DVD und Blu-Ray, die die Handlung so verkürzt, dass nur eine grotesk verstümmelte Version überbleibt.<sup>54</sup> Die

51 Am neunten Tag des neunten Monats wird das Chóngyáng 重陽-Fest „Fest des doppelten Yang“, vgl. Eberhard 1996, 144] gefeiert, das seit der frühen Hàn-Zeit belegt ist. Das Fest wird in der VR China, Taiwan, Japan, Korea und Vietnam in unterschiedlicher Weise begangen.

52 Cao 2001.

53 Zu den Frauenfiguren in dem Film vgl. Chen 2012, 133–150.

54 Umard 2009.

im Film mit gigantischem Aufwand dargestellte Schlacht an der Roten Klippe ist eine der entscheidenden Schlachten der chinesischen Geschichte, die allerdings außerhalb Chinas weitgehend unbekannt ist. Die Protagonisten, vor allem der Dichter, Feldherr und Warlord Cáo Cāo, der Staatsmann, Diplomat und die Strategen Zhūgě Liàng 諸葛亮 (181–234) und Zhōu Yú 周瑜 (175–210) und ihre Taten sind dem chinesischen Publikum vertraut, die ihnen zugeschriebenen Charakterzüge müssen nicht erklärt werden. Dem Publikum im Westen sind sie hingegen unbekannt. Um die komplexe Handlung des Films in der Originalfassung zu verstehen, bräuchte es daher so viele Inserts und Voiceovers, dass diese vom Film ablenken würden, und in der verkürzten Version für den deutschsprachigen Raum wäre die Handlung auch mit Inserts nicht nachvollziehbar. Somit gehen die Aushandlungen von Treue und Loyalität, von Verrat und Illoyalität, die zentral in der für den chinesischen Markt produzierten Fassung sind, verloren.

Da das Wissen um die in den Filmen thematisierten Episoden und literarischen Anspielungen fehlt, hat sich die Filmkritik an historischen Fehlern abgearbeitet, beispielsweise den Fingerhülsen, die die Kaiserin in *Der Fluch der Goldenen Blume* trägt (die in der Táng-Zeit unüblich waren), oder der falschen Hauptstadt, wenn Běijīng 北京 gezeigt wird, obwohl in der Táng-Zeit Cháng'ān 長安 [Xī'an 西安] Hauptstadt war. Oder die Filmkritik konzentrierte sich auf atemberaubende Kampfszenen oder exzessive Gewaltdarstellungen und beanstandete die durch Schnitte für den westlichen Markt entstandenen/verstärkten Brüche in den Plots und gab sich Vermutungen nach versteckten Botschaften hin. Der Reiz des Exotischen und die Anker, die in Inserts und Voiceovers gesetzt werden, evozieren einen Eindruck von Authentizität, der sich bei genauerer Betrachtung als die Fiktion erweist, die er ist, denn es geht in keinem der hier diskutierten Filme darum, konkrete Ereignisse filmisch zu rekonstruieren.

## Resümee

Die Filme repräsentieren unterschiedliche Genres, die auf verschiedene Weisen Episoden aus der chinesischen Geschichte erzählen. Gleichwohl werden sie alle als ‚chinesisch‘ wahrgenommen. In dem hybriden Chinabild, das die Filme konstruieren, finden sich Verweise auf Chaos und Ordnung, auf Vereinigung und nationale Einheit (*tiānxià* 天下), auf konfuzianische Tugenden wie Loyalität und (Kindes-)Pietät (*xiào* 孝) und auf das *dào* 道, ebenso auf Zivilisation und Barbarei. Diese Elemente sind dem chinesischen Betrachter geläufig, dem westlichen Publikum in der Regel eher fremd. Die Versuche, dem internationalen Publikum durch Inserts und Voiceovers das Geschehen zu erläutern, geben eindeutige Interpretationen vor, die in der chinesischen Fassung offenbleiben: Wenn Chaos als größtes Übel gilt, dann sind Einheit und Frieden erstrebenswert, daher kommt dem Einiger des Reiches besondere Bedeutung zu. Yíng Zhèng (259–210) begründete die Qín-Dynastie (221–206) und war der erste Kaiser des geeinten China, welches er von 221 bis zu seinem Tod regierte. Yíng Zhèng hatte nach dem Tod seines Vaters 246 v. Chr. den Thron von Qín bestiegen, für ihn

regierte Kanzler Lǚ Bùwéi (291–235(?)), Kanzler 251–235). Yíng Zhèng begann ab 230 vor der Zeit eine Reihe von Feldzügen, um die noch unabhängigen Staaten zu erobern. Mit der Eroberung des Staates Qí 齊 im Jahr 221 v. Chr. war „China“ unter der Kontrolle eines Herrschers. Das Kernland lag am Oberlauf des Huáng Hé 黄河 und im Tal des Wèi Hé 渭河, jedenfalls nördlich des Cháng Jiāng 長江, umfasste also nur einen kleinen Teil des Territoriums der Volksrepublik China.

Ein Aspekt, der in den Filmen immer wieder auftaucht, ist das Konzept tiānxià 天下, *tiānxià* bedeutet wörtlich „unter dem Himmel“. Als „alles unter dem Himmel“ steht es für einen nicht näher definierten Herrschaftsanspruch Chinas. Das Ideal, dass der Herrscher alle Reiche unter dem Himmel vereinigen und für ein friedliches Zusammenleben sorgen soll, existierte schon vor der Reichseinigung unter dem ersten Kaiser im dritten Jahrhundert vor der Zeitenwende und wurde immer wieder neu aufgeladen. *tiānxià* entbindet von der Notwendigkeit, sich territorial festzulegen – und lässt die Grenzen offen. Filme, in denen Kampfkünste ästhetisch überhöht werden, in denen für das europäische Auge außergewöhnliche Farbwelten auftauchen, tragen zum Reiz des Exotischen bei. Umgekehrt sind Filme, in denen Kämpfe und kriegerische Auseinandersetzungen in düster(st)en Farben dargestellt sind, wie *Die Sieben Schwerter*, *Die Warlords* und zum Teil *Red Cliff*, weniger positiv aufgenommen worden.

Überwiegend Spezialisten beschäftigen sich mit der Ausstattung – die in allgemeinen Kritiken in der Regel als „echt chinesisch“ bezeichnet wird. Dabei sind offensichtliche Fehler wie die erwähnten Fingerhülsen zu vernachlässigen. Kenner wissen das, dem Laien ist es vermutlich egal – spricht nur für das exotische Traumland China. Schwieriger wird es, wenn bei der Ausstattung Epochen gemischt werden, wie zum Beispiel in *Tiger and Dragon*. Timmy Yip (Yè Jǐntiān 葉錦添), der für *Tiger and Dragon* den „Oscar“ für das beste Szenenbild gewann, mischt nach eigenen Aussagen die Epochen, wenn er in der Zusammenarbeit mit Ang Lee Elemente des Theaters auf das Medium Film überträgt. „The silhouette of the Qing dynasty costumes is accurate, but the cut is softer and more romantic. I used the colours from the earlier Tang dynasty, which are less harsh and contrasted, more elegant and harmonious.“<sup>55</sup> Dadurch entsteht eine Karikatur von *Chineseness*, die mit einem Blick auf die chinesische Kultur wenig zu tun hat. Die Versatzstücke sind dann nicht mehr als die Kulissen – ähnlich den Panorama-Darstellungen des 17. Jahrhunderts in ihrer Wirkung auf die europäische Architektur.<sup>56</sup>

Für ein mit der chinesischen Kultur vertrautes Publikum evozieren die thematisierten Ereignisse, Charaktere, literarischen Anspielungen und Zitate einen speziellen Blick auf vertraute Episoden der Geschichte Chinas. Für ein mit der chinesischen Kultur nicht vertrautes Publikum bleiben monumentale Bilder und ein diffuser Eindruck von China, exotische Farbwelten treffen auf überwältigende Massenszenen

<sup>55</sup> Stone/Kenton/Jays 2016.

<sup>56</sup> Ein Beispiel ist Fischer von Erlach 1725. Diese Entwürfe speisen sich aus Reiseberichten, im Fall von China aus den Illustrationen in Nieuwhof 1665.



und ästhetisch überhöhte Gewaltdarstellungen. Die Einordnung durch Inserts und Voiceovers, die dem Publikum außerhalb Chinas den Kontext erschließen soll, lässt wenig Raum für Differenzierung und ordnet Narrative holzschnittartig in Schwarz/Weiß-Kategorien ein, die dem Original nicht gerecht werden. In der Rezeption durch die BetrachterInnen werden Symbole, *icons*, Ereignisse und AkteurInnen mit Bedeutungen aufgeladen, die von der von den FilmemacherInnen intendierten Bedeutung unabhängig sind. Das chinesische Publikum kann Zusammenhänge und Deutungen nationaler Diskurse einordnen, dem westlichen Publikum, dem diese Ebene verschlossen ist, bleibt der Zauber des Exotischen.

## Literatur

- Anderson, Benedict: Die Erfindung der Nation. Zur Karriere eines folgenreichen Konzepts. Berlin, 1998.
- Baranovitch, Nimrod: China's New Voices: Popular Music, Ethnicity, Gender, and Politics, 1978–1997. Berkeley 2003.
- Bojesen, Niels Bo: Dagens Tegning: Coronavirus. In: Jyllands Posten (27.01.2020). URL: <https://jyllands-posten.dk/debat/tegning/ECE11898365/dagens-tegning-coronavirus/> (21.01.2022).
- Cabestan, Jean-Pierre: The Many Facets of Chinese Nationalism. In: China Perspectives 59 (2005). <https://doi.org/10.4000/chinaperspectives.2793> (21.01.2022).
- Cao, Yu 曹禺: Lei yu Han Ying dui zhao 雷雨 漢英對照 = Thunderstorm. Beijing 2001.
- Chen, Ya-chen: Women in Chinese Martial Arts Films of the New Millennium: Narrative Analyses and Gender Politics. Lanham/Boulder/New York/Toronto/Plymouth 2012.
- Clark, Paul: Generating History: Rethinking Generations in Chinese Filmmaking. In: Journal of Chinese Film Studies 1,1 (2021), S. 5–18. <https://doi.org/10.1515/jcfs-2021-0002> (21.01.2022).
- Dargis, Manohla: Crouching Tiger, Hidden Truths in the Court of a King Who Would Be Emperor. In: The New York Times (27.08.2004). URL: <https://www.nytimes.com/2004/08/27/movies/film-review-crouching-tiger-hidden-truths-court-king-who-would-be-emperor.html> (21.01.2022).
- Davis, Darrell William: Market and Marketization in the China Film Business. In: Cinema Journal 49,3 (2010), S. 121–125. <https://doi.org/10.1353/cj.0.0206>
- Dilley, Whitney Crothers: The Cinema of Ang Lee. The Other Side of the Screen. The Cinema of Ang Lee. New York 2014. <https://doi.org/10.7312/dill16772> (21.01.2022).
- Eberhard, Wolfram: Lexikon chinesischer Symbole. Die Bildsprache der Chinesen. München 1996.
- Embassy of the People's Republic of China in the Kingdom of Denmark: Statement by Spokesperson of the Chinese Embassy in Denmark (27.01.2020). URL: <http://dk.china-embassy.org/eng/zdgc/t1736581.htm> [28.01.2022].
- Fischer von Erlach, Johann Bernhard: Entwurf einer Historischen Architectur: in Abbildung unterschiedener berühmten Gebäude des Alterthums und fremder Völker; umb aus den Geschicht-büchern, Gedächtniß-münzen, Ruinen, und eingeholten wahrhaften Abriß, vor Augen zu stellen. Leipzig 1725. <https://doi.org/10.11588/diglit.1612> (21.01.2022).

- Ge, Zhaoguang: *What is China? Territory, Ethnicity, Culture, and History*. Translated by Michael Gibbs Hill. Cambridge/London 2018. <https://doi.org/10.2307/j.ctv2867nr>
- Haselberg, Clemens von: *Erzählen von China: Genrespezifische Identitätskonstruktionen im Wuxia-Film*. Wiesbaden 2019.
- Higgins, Andrew: China's Epic Exorcism. Britain is the Arch-Villain of a Film to Purge the Imperial Legacy. In: *The Guardian* (12.06.1997).
- Higson, Andrew: The concept of National Cinema. In: *Screen* 30,4 (1989), S. 36–46. <https://doi.org/10.1093/screen/30.4.36>
- Hroch, Miroslav: *Das Europa der Nationen. Die moderne Nationsbildung im europäischen Vergleich*. Aus dem Tschechischen. Herausgegeben von Philip Ther und Holm Sundhausen. Übersetzt von Eliška Melville und Ralph Melville. Bd. 2. *Synthesen: Probleme europäischer Geschichte*. Göttingen 2005.
- Hroch, Miroslav: *Die Vorkämpfer der nationalen Bewegung bei den kleinen Völkern Europas: eine vergleichende Analyse zur gesellschaftlichen Schichtung der patriotischen Gruppen*. Praha 1968.
- Hroch, Miroslav: From National Movement to the Fully-formed Nation. The national-building process in Europe. In: *New Left Review* 198,1 (1993), S. 3–20.
- Hung, Chang-tai: Research Report. Revolutionary History in Stone: The Making of a Chinese National Monument. In: *The China Quarterly* 166 (2001), S. 457–473. <https://doi.org/10.1017/S0009443901000225> (21.01.2022).
- Institut Ricci: *Le Grand Dictionnaire Ricci de la langue chinoise*. Paris 2001.
- Jackson, Andrew David (Hg.): *How East Asian films are reshaping national identities: essays on the cinemas of China, Japan, South Korea, and Hong Kong*. Lewiston 2006.
- Karl, Rebecca E.: The Burdens of History: Lin Zexu (1959) and The Opium War (1997). In Zhang, Xudong (Hg.): *Wither China?* New York 2002, S. 229–262. <https://doi.org/10.1515/9780822381150-009> [21.01.2022].
- Kramer, Stefan: *Geschichte des chinesischen Films*. Stuttgart/Weimar 1997. <https://doi.org/10.1007/978-3-476-03680-3>
- Lee, Haiyan: The Charisma of Power and the Military Sublime in Tiananmen Square. In: *The Journal of Asian Studies* 70,2 (2011), S. 397–424. <https://doi.org/10.1017/S0021911811000040> [22.01.2022].
- Li, Fan/Wang, Xiaojing Wang: Reinterpreting Late Qing History in Historical Movies and Television Dramas: The Case of the 1898 Reforms. In: Richter, Steffi (Hg.): *Contested Views of a Common Past. Revisions of History in Contemporary East Asia*. Frankfurt/New York 2008, S. 339–349.
- Ma, Kangming: *Elitism, populism, Chinese culture, and transnational industries: A cultural-genre study of Chen Kaige and Zhang Yimou's film narratives*. Norfolk 2010.
- Mackerras, Colin: Theater and the Masses. In: Ders. (Hg.): *Chinese Theater. From Its Origins to the present Day*. Honolulu 1988.
- Mackey, Robert: Film. Cracking the Color Code of ‚Hero‘. In: *The New York Times* (15.08.2004).
- Mao, Tse-tung: *Ausgewählte Werke*, Bd. III. Peking 1969.
- Matten, Marc André: *Die Grenzen des Chinesischen: Nationale Identitätsstiftung im China des 20. Jahrhunderts*. Wiesbaden 2009.
- Mazza, Michael: China's airline censorship over Taiwan must not fly. The ball is now in the West's court. In: *Nikkei Asian Review* (31.07.2018).

- Mittler, Barbara: ‚Eight Stage Works for 800 Million People‘: The Great Proletarian Cultural Revolution in Music – A View from Revolutionary Opera. In: *The Opera Quarterly* 26, 2–3 (2010), S. 377–401. <https://doi.org/10.1093/oq/kbq017>
- Müller, Gotelind: Holz- und Königswege zur Republik: Diskussionen um eine Fernsehserie. In: *Bochumer Jahrbuch zur Ostasienforschung* 30 (2006), S. 133–157. <https://doi.org/10.11588/heidok.00015284>.
- Müller, Gotelind: Representing History in Chinese Media. The TV Drama „Zou Xiang Gonghe (Towards the Republic)“. Berlin u. a. 2007.
- Niedenführ, Matthias: Revising and Televising the Past in East Asia: ‚History Soaps‘ in Mainland China. In: Richter, Steffi (Hg.): *Contested Views of a Common Past: Revisions of History in Contemporary East Asia*. Frankfurt/New York 2008, S. 351–370.
- Nieuhof, Johannes: Het gezantschap der Neêrlandsche Oost-Indische Compagnie, aan den grooten Tartarischen Cham, den tegenwoordigen keizer van China: waar in de gedenkwaardigste geschiedenissen, die onder het reizen door de Sineesche landtschappen, Quantung, Kiangsi, Nanking, Xantung en Peking, en aan het keizerlijke hof te Peking, sedert den jare 1655 tot 1657 zijn voorgevallen, op het bondigste verhandelt worden: befeffens een naukeurige Beschryving der Sineesche steden, dorpen, regeering, wetenschappen, hantwerken, zeden, godsdiensten, gebouwen, drachten, schepen, bergen, gewassen, dieren, &c. en oorlogen tegen de Tartars: verciert men over de 150 afbeeldsels, na't leven in Sina getekent. Amsterdam 1665. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.62593>
- Overseas Chinese Affairs Commission Taiwan, Republic of China, The Research Center of Popular Chinese Knight-errant Novels, Tamkang University. URL: [http://edu.ocac.gov.tw/culture/chinese/cul\\_kungfu/e/2-2-24.htm](http://edu.ocac.gov.tw/culture/chinese/cul_kungfu/e/2-2-24.htm) [13.2.2020].
- Rosenstone, Robert A.: The Historical Film: Looking at the Past in a Postliterate Age. In: Landy, Marcia (Hg.): *The Historical Film. History and Memory in Media*. London 2001, S. 55–66.
- Stone, Mee-Lai/Kenton, Tristram/Jays, David: Crouching tigers, dancing ghosts: Tim Yip's stunning designs. In: *The Guardian* (18.11.2016). URL: <https://www.theguardian.com/stage/ng-interactive/2016/nov/18/tim-yip-designs-crouching-tiger-hidden-dragon-giselle> [22.01.2022].
- Teo, Stephen: *Chinese Martial Arts Film and the Philosophy of Action*. Abingdon/New York 2021. <https://doi.org/10.4324/9781003035435>
- Umar, Ralph: China-Epos ‚Red Cliff‘: Im Land der fliegenden Körperteile (03.12.2009). Auf: Spiegel Online. URL: <https://www.spiegel.de/kultur/kino/china-epos-red-cliff-im-land-der-fliegenden-koerperteile-a-664576.html> [22.01.2022].
- Wee, Sui-Lee: Giving In to China, U. S. Airlines Drop Taiwan (in Name at Least). In: *New York Times* (25.07.2018). URL: <https://www.nytimes.com/2018/07/25/business/taiwan-american-airlines-china.html> [22.01.2022].
- Xiao, Zhiwei: Reconnaissance Across the Yangtze (Du jiang zhencha ji). In: Zhang, Yingjin (Hg.): *Encyclopedia of Chinese Film*. London/New York 2002, S. 501–502.
- Zhou, Xuelin: *Globalization and Contemporary Chinese Cinema: Zhang Yimou's Genre Films*. Singapore 2017. <https://doi.org/10.1007/978-981-10-4328-4>



# **IV**

## **(Re-)Branding the nation**

Konsum und Produktion





# Brand the Nation!

## Die Popkulturalisierung der Nation in der *Neuen Rechten*

Felix Schilk

Die Begriffe Pop und Populismus teilen den gleichen Wortstamm. Er geht auf das lateinische *populus* zurück und lässt sich mit ‚Volk‘ – oder etwas freier, aber den modernen Konsumgesellschaften angemessener – mit ‚Masse‘ übersetzen. Die Massenkultur, in deren Register man den Pop eintragen kann, ist für den Populismus eine zentrale Ressource. Wo der populistische Agitator auf einfache und leicht reproduzierbare Botschaften setzt, um ‚das Volk‘ zu erreichen, bietet die Massenkultur internalisierte Konsum- und Rezeptionsmuster, die politisch adressiert und in den Dienst autoritärer Projekte gestellt werden können – ein Umstand, den bereits die Kritische Theorie mit dem Begriff der „Kulturindustrie“ konzeptualisiert hat.<sup>1</sup>

Wenn das rechtsextreme *Compact-Magazin* im Oktober 2020 „Das Reich wird Pop“ titelt, sich zum Sprachrohr reichsflaggentragender Corona-Rebellen ernannt und Chefredakteur Jürgen Elsässer „eine Art Reichs-Pop-Bewegung“<sup>2</sup> ausruft, dann liegt also ein paradigmatisches Beispiel für populistische Kommunikation und ihren instrumentellen Zugriff auf Symbole und Narrative vor. Die multimediale Aufbereitung und politische Kapitalisierung von Ressentiments und Affekten, die *Compact* mit großem Erfolg betreibt,<sup>3</sup> ließe sich treffend als Pop-Nationalismus beschreiben.

Mag die Verschränkung von populistischer Politik und kulturindustrieller Kommunikation in Produkten wie *Compact* oder Figuren wie Donald Trump, Vladimir Putin oder ihrem virilen Nestor Silvio Berlusconi auch ihren ikonischsten Ausdruck gefunden haben, so ist sie dennoch kein neues Phänomen. Seit die ‚Masse‘ im 19. Jahrhundert das politische Terrain der Neuzeit betreten hat, ist sie zum Spielball von politischen Unternehmern und ihrer Propaganda geworden. Diese massenkulturelle Dimension der politischen Mobilisierung markiert bereits einen „Strukturwandel der Öffentlichkeit“, wie ihn Jürgen Habermas vor allem für die spätkapitalistischen Gesellschaften des 20. Jahrhunderts konstatiert hat.<sup>4</sup> Sie war – neben systematischem Terror und dem Versagen der demokratischen Parteien – auch der Nährboden, aus dem der historische Faschismus seine integrative Kraft bezogen hat.

---

1 Vgl. Horkheimer/Adorno 2003.

2 Elsässer 2020, 10–13, hier: 12.

3 Vgl. Schilk 2019, 32–44.

4 Vgl. Habermas 1969, 268–271.



Abb. 1:  
Coverbild des Compact-Magazins 10/2020.

Die Kulturpolitik des historischen Faschismus ist Ausgangspunkt dieses Beitrags, der die Verbindung von Propaganda, Affekten und Populärkultur in der *Neuen Rechten* untersucht. Im Zentrum der Analyse stehen rechte Kulturkonzepte, die anhand von Publikationen und Strategiediskussionen aus dem Umfeld der *Neuen Rechten* rekonstruiert und konzeptionell verdichtet werden, indem nach der Funktionsbestimmung der Kultur durch die *Neue Rechte* gefragt wird. Das Material für diesen Artikel ist einer umfangreicheren diskursanalytischen Untersuchung neurechter Zeitschriften entnommen und exemplarisch für dieses Feld. Die Analyse erfolgt durch Heuristiken der Grounded Theory, die in der folgenden Ergebnisdarstellung durch eine Engführung von theoretischen Bezügen und Material umgesetzt wird.<sup>5</sup>

Im Folgenden werden zunächst Aspekte der faschistischen Kulturpolitik skizziert und ihre Ähnlichkeit zur Metapolitik der *Neuen Rechten* hervorgehoben. Unter Rückgriff auf soziologische Konzepte und die begriffliche Unterscheidung von Staat und Nation wird gezeigt, dass in der Funktionsbestimmung der Kultur durch die *Neue Rechte* widersprüchliche Bezugsprobleme vermittelt werden. Die *Neuen Rechten* verstehen Kultur dabei einerseits als elitäre Distinktionspraxis und stellen sie andererseits als plumpe Marketingtechnik in den Dienst eines metapolitischen Projekts. Die Analyse zeigt, dass die *Neue Rechte* die Massenkultur primär als eine Ressource für ein politisches und soziales Hegemonieprojekt versteht, die flexibel an instrumentelle Bedürfnisse angepasst werden kann.

5 Vgl. Keller 2008, 73–107.

## Faschistische Kulturpolitik

Die Idee, dass die Bindekraft des Nationalismus erst durch affektive Aufladung erzeugt und ihr Erfahrungsgehalt mit der Alltagskultur und dem Bewusstsein der Massen verkoppelt werden muss, prägte die Kulturpolitik des italienischen Faschismus, wie sie im 1925 veröffentlichten *Manifest der faschistischen Intellektuellen an die Intellektuellen aller Nationen* proklamiert wurde. Das Manifest bündelte die Diskussionsergebnisse der *Konferenz der Faschistischen Kultur*, die wenige Wochen zuvor in Bologna stattgefunden hatte und dokumentiert den ersten Versuch, eine faschistische Kulturpolitik zu systematisieren. Es offenbart ein spezifisches Verständnis von Kultur, die politisch instrumentalisiert und auf einen nationalen Zweck verpflichtet werden sollte. Wie schon in F. T. Marinettis futuristischem Manifest dominiert in dem Dokument ein voluntaristischer Gestus,<sup>6</sup> der retroaktive Anrufungen der Vergangenheit und pathosgetränkte Zukunftsentwürfe miteinander verschränkt. Taktisch ausgewählte Episoden der ambivalenten und komplexen Vergangenheit sollten zum Baustein einer Narration werden, die die Zukunft politisch erschließt und die Individuen verschlingt – Tradition als politische Mission:

In its origins, then, Fascism was a political and a moral movement. Its politics felt like a gymnasium of self-denial, as it campaigned for the sacrifice of the individual to an idea in which the individual might find his life's purpose, his liberty, and his every right – the idea that is the fatherland, as an ideal that is realized historically without ever being exhausted, a specific and well-defined historical tradition of civilization, but a tradition that never remains in the past as a dead memory but becomes a personal force in the citizen's consciousness, in the awareness that there is a goal to attain, a tradition which is therefore a mission.<sup>7</sup>

Möglicherweise hatte auch Walter Benjamin diesen Text im Blick, als er den Modus der faschistischen Herrschaftspraxis als „Ästhetisierung des politischen Lebens“<sup>8</sup> beschrieb, der die Massen zu ihrem spontanen Ausdruck, aber nicht zu ihrem Recht kommen lasse. Diese „Ästhetisierung der Politik“<sup>9</sup> zielt laut Benjamin auf den ritualisierten Konsum affizierender Kulturprodukte, der Individuen in Erregung versetzt und ihre Stimmungen und emotionalen Wallungen derart synchronisiert, dass eine kollektive Identifikation miteinander möglich und auf Dauer gestellt wird. Die affektive Kollektivrezeption, die Benjamin in kritischer Absicht denunziert, ist für die faschistischen Intellektuellen ein affirmatives Programm. Die kulturpolitische Mission, wie es in ihrem Manifest heißt, liegt darin, im Bewusstsein der Individuen die Bereitschaft für individuelle Opfer zu stiften und beständig zu aktualisieren. Ihr Ziel ist nicht weniger als die produktive Transformation von sozialer Unzufriedenheit in

6 Vgl. Marinetti 1909.

7 Gentile 2012, 706–712, hier: 706–707.

8 Benjamin 2012, 42.

9 Ebd., 44.

„kollektive Efferveszenz“.<sup>10</sup> Kultur dient lediglich als Schmiermittel zu diesem Zweck. Was Benjamin für den Faschismus der 1930er Jahre als Ästhetisierung der Politik beschrieben hat, möchte ich in meinem Beitrag als Heuristik für die kulturpolitischen Strategien der „Neuen Rechten“ übernehmen.

## Die Metapolitik der Neuen Rechten

Unter der *Neuen Rechten* wird ein sich selbst als ‚rechtsintellektuell‘ bezeichnendes Milieu verstanden, das sich um diverse Zeitschriftenprojekte, Verlage und Thinktanks gruppiert und seit den 1970er Jahren an einer Modernisierung und Kanonisierung des rechten und konservativen Denkens arbeitet.<sup>11</sup> Charakteristisch für die *Neue Rechte* ist ein hegemonietheoretischer und metadiskursiver Blick auf die moderne Gesellschaft.<sup>12</sup> Sie betrachtet die Öffentlichkeit als Arena, in der weltanschauliche Interessenkämpfe ausgetragen werden, und interessiert sich in erster Linie dafür, wie sie in diesen ideenpolitischen Auseinandersetzungen auf lange Sicht die Oberhand gewinnen kann. „Denn“, so schreibt Karlheinz Weißmann in der neurechten Zeitschrift *Sezession*,

vor die Aufgabe der Mobilisierung sahen sich Konservative immer wieder gestellt. Einer der Entdecker des Phänomens ‚öffentliche Meinung‘, Henry St. John entwickelte schon im 18. Jahrhundert den Gedanken, daß es angesichts der Macht gegnerischer Sinnvermittler und Meinungsmacher zuerst darum gehen müsse, Gegenmacht zu organisieren, ihr Medien und eine präsentable Führerfigur zu verschaffen, eine neue ‚nationale Partei‘ zu organisieren und klarzustellen, daß die konservative als öffentliche und nationale, die *public* als *patriotic opinion* aufzufassen sei.<sup>13</sup>

Der Gedanke, durch die Verschaltung von öffentlicher Meinung und patriotischen Narrativen Gegenmacht zu organisieren, wird in neurechten Texten als „Metapolitik“ apostrophiert. Metapolitik bezeichnet ein strategisches Kalkül, das für den Kampf um temporäre Meinungsmacht auf den sogenannten ‚vopolitischen‘ Raum gerichtet ist, in dem Menschen sozialisiert werden und ihre habituellen Prägungen erfahren. Die „Arbeit mit Begriffen und Bildern“ ist dafür wesentlich, wie Martin Sellner, der neurechte Mobilisierungsstrategie und ‚Posterboy‘ der Identitären Bewegung, seine Medienstrategie skizziert:

10 Als kollektive Efferveszenz bezeichnet Émile Durkheim (1981, 287–292) einen das Alltägliche überschreitenden Zustand kollektiver Erregung und erhöhter Euphorie, der durch eine Gemeinsamkeitswahrnehmung zustande kommt, in der die Individuen ihre Vorstellungen und Überzeugungen gegenseitig bekräftigen und stabilisieren. Als Folge der kollektiven Efferveszenz entstehen die öffentliche Meinung als sanktionierende Autorität und generalisierte Normen.

11 Vgl. Weiß 2017.

12 Zum Begriff der Metadiskursivität vgl. Meier-Vieracker 2020, 139–155.

13 Weißmann 2010, 1.

Ihr Ziel ist es, die kulturelle Hegemonie, welche die Grundüberzeugungen und Grundstimmungen in der Gesellschaft formt, zu beeinflussen. Das bedeutet vor allem, neue Begriffe und Bilder zu ‚injizieren‘. Sie sind die Vehikel und Träger der Idee.<sup>14</sup>

Neben der Kanonisierung rechter Weltanschauungen bildet die Arbeit an Metaphern, Framingstrategien und verdichteten Ikonografien und Narrativen einen Arbeitsschwerpunkt der *Neuen Rechten*. Die Populärkultur wird hier als metapolitische Ressource interessant. Denn es wird, schreibt Manfred Kleine-Hartlage ebenfalls in der *Sezession*,

die ideologische Alternative nur dann politisch mächtig sein, wenn sie nicht nur in den Köpfen vieler einzelner Menschen [...] existiert, sondern in Gestalt von Milieus sozial objektiviert ist, innerhalb derer sie ganz selbstverständlich die Basis des politischen Diskurses bildet.<sup>15</sup>

Das metadiskursive Verständnis von Kultur als Kampffeld, in dem sich politische Hegemonie realisieren lässt, setzt auf der Ebene der strategischen Analyse einen dezidiert sozialkonstruktivistischen Blick auf die moderne Gesellschaft voraus.

Die *Neue Rechte* knüpft hier an den Institutionenbegriff der Philosophischen Anthropologie Arnold Gehlens an. Für Gehlen ist der Mensch ein produktives und welt-offenes Wesen, das die Welt handelnd umgestaltet. Im Gegensatz zu den Tieren zeichnet sich der Mensch aber durch einen Mangel an Anpassungsfähigkeit und Instinkten aus. In Gehlens Anthropologie kommt daher – ähnlich wie in Durkheims kollektiver Effervescenz – den von Menschen geschaffenen kulturellen Artefakten, Traditionen und Ritualen eine wesentliche Funktion zu. Wenn sie auf Dauer gestellt werden, können sie die Handlungen des Menschen entlasten und Kollektive stabilisieren.<sup>16</sup> Eine Institution ist eine durch rituelle Wiederholung verfestigte kulturelle Praxis, die selbst sozial wirkmächtig wird. René König hat diese Dialektik der Institutionen pointiert zusammengefasst: „Die Institutionen sind der unmittelbare explizite Niederschlag der ursprünglichen Sinnhaftigkeit sozialen Handelns, der sich in ihnen kulturbildend objektiviert“.<sup>17</sup> Der Nationalismus ist ein derartiges Ritual, das soziales Handeln kulturbildend objektivieren kann.

Auf der Ebene ihrer politischen Programmatik müssen neurechte AkteurInnen diese konstruktivistische Grundhaltung jedoch zugleich immer wieder invisibilisieren und durch die Konstruktion von Mythen und Ontologien narrativ verschließen. Ein zweiter Widerspruch zeigt sich im Verhältnis der *Neuen Rechten* zur politischen Praxis in demokratischen Massengesellschaften. Einerseits wird das ‚Volk‘ als emblematischer Ausgangspunkt der neurechten Programmatik angeführt, andererseits ist das rechte Denken aber durch ein Elitenbewusstsein und kulturkonservative Mas-

14 Sellner 2016, 189–221, hier: 189.

15 Kleine-Hartlage 2013, 42–44, hier: 42.

16 Vgl. Gehlen 2016.

17 König 1998, 295.

senverachtung geprägt. In rechten Texten schillern beide Perspektiven und werden mal als konservative Kulturkritik, mal als rechtspopulistische Mobilisierungs- und Diskursstrategie expliziert. Diese konstitutive Ambivalenz zeigt sich auch in der pop-kulturellen Rahmung des Nationalismus.

## **Staat und Nation im rechten Denken**

Die Begriffe Staat und Nation bezeichnen verschiedene Dimensionen sozialer Ordnungsstiftung. Während der Staat mit Arnold Gehlen als „rational organisierte Selbsterhaltung eines geschichtlich irgendwie zustande gekommenen Zusammenhangs von Territorium und Bevölkerung bestimmt werden“<sup>18</sup> kann, hat die Idee der Nation vor allem eine die staatliche Zwangsgewalt begleitende Legitimations- und Integrationsfunktion. Beide Begriffe lassen sich durch die funktionale Unterscheidung von Systemintegration und Sozialintegration voneinander abgrenzen.<sup>19</sup> Während die Systemintegration auf die möglichst reibungsfreie Koordination von unterschiedlichen gesellschaftlichen Makrosystemen (ökonomisches System, politisch-administratives System, sozio-kulturelles System) gerichtet ist, beschreibt die Sozialintegration die Vergesellschaftung der Subjekte durch institutionelle Arrangements und symbolische Ordnungen. Die systemintegrativen Steuerungsleistungen fallen in den Funktionsbereich des Staates, während die Nation die sozialintegrativen Geltungsaspekte adressiert.<sup>20</sup>

Die unterschiedliche Dimension der Bezugsprobleme beider Entitäten führt allerdings zu einer Vermittlungsparadoxie, mit der die konstitutive Ambivalenz des Nationalismus aufgeschlüsselt werden kann. Der Soziologe Ulrich Bielefeld bezeichnet diese Paradoxie als doppelte Strukturdimension der Nation:

Unter Gesichtspunkten der Organisation und der Institutionalisierung bezog sich die Nation auf den Staat, in dem sie sich realisierte oder realisieren sollte. In der Perspektive der Einheit, die mehr als den geographischen Raum und die Organisation des Staates umfassen sollte, trat ihr fiktionaler Charakter hervor. Die Nation institutionalisierte sich nach innen und außen als der Ort des Politischen und zugleich als Medium des Fiktionalen, eine Großgruppe schaffend, die sich der Vorstellung entzog und daher Darstellung verlangte.<sup>21</sup>

Während der Staat mit manifesten Machtmitteln ausgestattet ist und Gehorsam erzwingen kann, aber gleichzeitig vielfältige Allokationszwänge berücksichtigen muss, ist die Nation als fiktionales Konstrukt vor allem auf eine emotionale Plausibilisierung angewiesen.<sup>22</sup> Durch die narrative Produktion von Traditionen, der „Organisation von

18 Gehlen 2004, 99.

19 Vgl. Lockwood 1969, 124–137.

20 Vgl. Habermas 1973, 14–15.

21 Bielefeld 2003, 47.

22 Vgl. dazu ausführlicher Schilk 2023.



Wiedererkennungseffekten und das nachträgliche Herstellen von Kontinuitäten<sup>23</sup> strukturiert sie Erlebnisse, wie der Historiker Valentin Groebner in seiner Studie *Retroland. Geschichtstourismus und die Sehnsucht nach dem Authentischen* schreibt: „Tradition ist [...] keine Dekoration oder Atmosphäre, sondern Arbeit; etwas, was jemand tut.“<sup>24</sup> Oder in den Worten der faschistischen Intellektuellen: eine politische Mission.

Die Nation als etwas, das gemacht werden muss, liegt auch dem Konzept des *nation brandings* zugrunde. Dieses Konzept möchte ich als eine weitere Heuristik nutzen, um die metapolitische Praxis der *Neuen Rechten* zu erschließen. Die moderne Nation lässt sich mit Melissa Aronczyk als konsumierbares Produkt verstehen, das „as a form of ‚soft‘ power“<sup>25</sup> mit Mitteln der Reklame und Markentechnik beworben wird, um ein Image zu erzeugen. In ihrer 2013 erschienenen Studie *Branding the nation. The global business of national identity* beschreibt Aronczyk *nation branding* als „creation and communication of national identity using tools, techniques, and expertise from the world of corporate brand management“.<sup>26</sup> Im Folgenden werde ich zeigen, dass Akteure der *Neuen Rechten* nicht nur die theoretischen Überlegungen, sondern sogar die Marketingsprache, in der sie kommuniziert werden, affirmieren.

## Kultur als integratives Scharnier

Im Anschluss an den Kommunikationswissenschaftler Siegfried J. Schmidt möchte ich Kultur als „Programm für diese soziale Gesamtinterpretation des Wirklichkeitsmodells einer Gesellschaft“<sup>27</sup> verstehen. „Mit Hilfe ihrer Dimensionen symbolischer Ordnungen (Riten, Mythen, Diskurse, Kollektivsymbole, Gattungen usw.), die als kollektives Wissen produziert werden, überbrückt Kultur die Trennung zwischen Kognition und Kommunikation [...]“. Indem sie „die Autonomie der lebenden Systeme mit der gesellschaftlich erforderlichen sozialen Kontrolle [vermittelt]“, hat die Kultur einen genuin metapolitischen Charakter: „Kultur als Programm materialisiert sich in Anwendungen, die nur dann gesellschaftlich relevant werden, wenn sie eine (je-weils) relevante Öffentlichkeit erreichen und sich dort hinreichend lange etablieren können“.<sup>28</sup>

An dieser Stelle ist es wichtig sich ins Gedächtnis zu rufen, dass der ideologische Kern der *Neuen Rechten* weniger in einem übersteigerten Nationalismus als vielmehr in einem autoritären Staatsprojekt gründet. Nationalistische Affekte sollen in einem fragmentierten Gemeinwesen Einheit stiften und als *soft power* sozialintegrativ wirken, sie sind aber kein Selbstzweck für sich. Diesen Punkt möchte ich an einem paradigmatischen Zitat illustrieren, das dem einschlägigen Sammelband *Die selbstbewuss-*

23 Groebner 2018, 22.

24 Ebd.

25 Aronczyk 2013, 16.

26 Ebd., 15.

27 Schmidt 1999, 120–129, hier: 121–122.

28 Ebd., 124.

te Nation von 1994 entnommen ist, mit dem sich die *Neue Rechte* auf dem Höhepunkt der neuen Nationaldiskurse der *Berliner Republik* zu Wort gemeldet hat. Dort schreibt Ansgar Graw in seinem Beitrag *Dekadenz und Kampf*, dass eine „Trendwende“ nur dann möglich sei,

[...] wenn Werte wiederentdeckt werden, um die zu kämpfen zum Bedürfnis wird, wenn es wieder religiöse und emotionale Klammern gibt, die Opferbereitschaft, Staatsbewußtsein, Nationalbewußtsein erzeugen, wenn neben das aufgeklärte Wissen mit seinen Desillusionierungen auch wieder der demütige Glaube mit seinen Hoffnungen getreten ist. Der Kampf wäre dann kein ständiger, aber die Kampfbereitschaft immer existent.<sup>29</sup>

Kultur fungiert in neurechten Konzepten wie diesem gewissermaßen als Scharnier zwischen System- und Sozialintegration. Durch affektive Anrufungen sollen die Subjekte auf das reibungslose Funktionieren einer staatlichen Ordnung verpflichtet werden und das ‚aufgeklärte Wissen‘ in den Hintergrund stellen. So sieht es auch Alain de Benoist, der Nestor der französischen *Nouvelle Droite*, der die Aufgabe der Kultur in ihrer identitätsstiftenden Funktion bestimmt und immer wieder auf ihren ‚dialogischen‘ und ‚dynamischen‘ – mit anderen Worten also performativen – Charakter hinweist: „Es ist daher ganz natürlich, dass Identität im öffentlichen Raum gerade durch Formen der Kulturvermittlung anerkannt werden kann.“<sup>30</sup>

## Performing the Nation

Nach diesen begrifflichen Ausführungen zu Staat, Nation, *nation branding* und Kultur möchte ich nun auf den Titel meines Beitrags zurückkommen und die Strategie der Popkulturalisierung der Nation in der *Neuen Rechten* thesenhaft zuspitzen. Dazu werde ich Textfragmente aus der Zeitschrift *Sezession*<sup>31</sup> präsentieren, in denen deutlich wird, dass die Autoren in ihrer Analyse an ein soziologisches Kulturverständnis anknüpfen, aus dem sie dann eine affirmative und performative Praxis des Nationalen ableiten.

*Erstens:* Die *Neue Rechte* hat einen metapolitischen Begriff von Kultur und kämpft um die Aneignung ihrer Formen. Über Popkultur ließen sich soziale Mentalitäten formen und synchronisieren. „Kulturellen Fatalismus“ und die Vorstellung einer ein-

<sup>29</sup> Graw 1994, 281–290, hier: 285.

<sup>30</sup> Benoist o. J., Übersetzung F.S.

<sup>31</sup> Die zweimonatlich erscheinende *Sezession* ist seit 2003 die Hauszeitschrift des neurechten Thinktanks *Institut für Staatspolitik* und wird von Götz Kubitschek als verantwortlichem Redakteur herausgegeben. Im deutschsprachigen Raum zählt sie mit einer Auflage von ca. 4.000 Exemplaren zu den einflussreichsten metapolitischen Zeitschriften der *Neuen Rechten*.

fach exogen gegeben Kultur hält der neurechte Anthropologe Gunnar Thümen daher für fehlplatziert und schreibt über den politischen Charakter der Kultur:

Gerade im massendemokratischen Zeitalter stellt ‚Kultur‘ keinesfalls eine dem Politischen entzogene Größe dar. Der Hinweis auf die seit 1945 in die deutsche Kultur eingesickerte Schuldakzeptanz und die zu beobachtenden relativ unterschiedlichen Verhaltensweisen und Mobilisierungsgrade der Deutschen in West- und Mitteldeutschland als Reaktion auf politische Themen wie Masseneinwanderung läßt erahnen, daß Kultur nicht einfach eine exogen auf das Wahrnehmungsmodell wirkende Größe ist. Wäre dies der Fall, wäre auch die Vorstellung sinnlos, es existiere ‚kulturelle Hegemonie‘. Die soziologische, anthropologische sowie psychologische Literatur der letzten beiden Jahrzehnte offenbart ein komplexes und vielschichtiges Kulturverständnis und bestätigt vielfach – zumeist, ohne ihn zu nennen – Gramscis These. Die Weltsicht gründet demnach nicht nur auf der bestehenden Kultur. Weltsicht schafft außerdem Kultur, da Kultur auch ein ‚selbstgesponnenes Ideen-, Sinn- und Bedeutungsgewebe‘ (Leipold) ist. Kultur wird daher als öffentlich zur Verfügung stehende Formen von Ritualen, Symbolen, Geschichten und Handlungsanweisungen beschrieben, durch welche Menschen Bedeutungen erfahren und Meinungen ausdrücken. Die Gesamtheit der zur Verfügung stehenden kulturellen Konzepte oder Elemente ist demnach zwar durch vergangene Einflüsse geprägt. Innerhalb dieser historisch geprägten Bandbreite ist aber eine begrenzte Vielfalt möglich.<sup>32</sup>

Um diese Auslegungen der Weltsicht und ihre Stabilisierung in Ritualen, Symbolen und Narrativen kämpft die *Neue Rechte* in ihrer metapolitischen Praxis.

*Zweitens:* Die *Neue Rechte* interessiert sich kaum für die Produktionsbedingungen der Kultur, sondern fragt allein nach ihrer Rezeption durch und ihre Wirkung auf die Subjekte. In diesem Sinne sieht der neurechte Politunternehmer Felix Menzel einen metapolitischen Mehrwert von popkulturellen Genres und Formen, die in den Dienst eines politischen Projektes gestellt werden können und erfolgsversprechender seien als hochkultureller Dünkel oder elitäre Distinktion. Am Beispiel der rechtsoffenen Deutschrockband Frei.Wild argumentiert er, dass die Massenkompatibilität von Popmusik von rechts genutzt werden könne:

Aufstrebende Projekte stehen so irgendwann vor der Entscheidung, sich entweder zu popularisieren, um weiterwachsen zu können – oder aber weiterhin den kleineren, feineren Kreis zu bedienen. Das ist – aus metapolitischer und künstlerischer Sicht – eine Sackgasse. Den Ausweg kann man finden, wenn man Popkultur so wertfrei wie möglich analysiert. Sie bedient Alltägliches, arbeitet ästhetisch im Gegensatz zur elitären Kunst aber mit offenen Formen, die unendlich wiederholbar, beliebig erweiterbar und umbildbar sind. Dabei kommt es zu einem verabredeten Spiel zwischen Unterhaltungsproduzenten und Konsumenten, denen über die Wiedererkennbarkeit beständiger Motive eine leichte Rezeption ermöglicht wird. Kulturpessimisten leiten

<sup>32</sup> Thümen 2016, 20–23, hier: 23.

aus dieser Leichtigkeit den Vorwurf der Zerstreuung ab. Das ist aber nur die halbe Wahrheit. [...] Die Popkultur integriert also die Mitte der Gesellschaft, indem sie Gesprächsthemen schafft und gemeinsame Erfahrungen bereitstellt, an die jeder leicht anknüpfen kann. Zugleich befriedigt sie die Träume, Sehnsüchte und Begierden der Menschen an der Schnittstelle zwischen Körper und Gefühl. [...] Patriotische Popkultur hat durchaus Chancen, bei breiten Schichten in ihrem Sinne etwas zu verankern. Dies kann sowohl in Filmgenres, in der Musik als auch der Literatur gelingen, wenn die politischen Inhalte auf die Alltagserfahrungen der potentiellen Leser, Hörer, Zuschauer abgestimmt sind.<sup>33</sup>

Mit popkulturellen Formaten will die *Neue Rechte* implizites Alltagswissen aktivieren und gemeinsame Erfahrungsräume schaffen, in denen Gefühle der „kollektiven Effervescenz“ wirksam sind. Zugleich sollen gesellschaftliche Strukturen und Machtverhältnisse durch die affektiven Integrationsangebote in der Latenz gehalten werden. Es ist diese Instrumentalisierung der Kultur für eine politische Agenda, die Walter Benjamin als Ästhetisierung bezeichnet hat.<sup>34</sup>

*Drittens:* Die *Neue Rechte* betrachtet (Pop-)Kultur unter der Perspektive von Werbetechnik und Reklame. Mittels Popkultur sollen oppositionelle Positionen mobilisiert und rechtes Denken in Form eines emotionalen *Trickle-Down*-Effekts im Mainstream verankert werden. So schreibt der neurechte Musiker Alex Kurtagić:

Aus diesen Gründen ist eine Strategie, die sich ausschließlich auf Inhalte konzentriert, zum Scheitern verurteilt. Eine effektive Strategie muß daher nicht anders als die Konsumpsychologie systematisch darauf abzielen, die vorrationalen Antriebe des menschlichen Verhaltens anzusprechen. Die Konsumpsychologie zeigt uns, wie man Stil und Ästhetik gezielt anwendet, um permanent das in der Konsumgesellschaft erwünschte Verhalten (also Konsum) zu erzeugen. [...] Metapolitisch gesehen, können wir also von einer Bewaffnung der Ästhetik sprechen: Das bedeutet, Ideologie in (höhere oder niedere) Kunst zu übersetzen, um mit deren Hilfe die Gesellschaft und ihre Kultur in eine vorbestimmte Richtung zu leiten, damit sie grundlegend verändert werden kann. [...] All dies wurde auf allein ästhetischem Wege, also durch Kunst, erreicht. Nochmals: Die Intensität, mit der Werte verinnerlicht werden, hat überhaupt nichts mit logischer oder wissenschaftlich korrekter Präsentation zu tun, sondern allein mit kunstvollen, attraktiven und ästhetisch ansprechenden Formen der Vermittlung, die bei den Rezipienten starke emotionale Bewegungen auszulösen imstande sind. Und jeder, der ein Gespür für Populärkultur hat, weiß, daß ihre Macht, extreme Gefühle auszulösen und die Massen zu mobilisieren – bis zu einem Grade, an dem sie gewalttätig, irrational und wider ihre vernunftgemäßen Eigeninteressen handeln –, nicht unterschätzt werden darf. Natürlich ist Massenmobilisierung in der Populärkultur nur dann möglich, wenn das fragliche Produkt oder Ereignis gängige Werte des kulturellen Mainstreams verpackt. Je weniger diese Werte Teil des

<sup>33</sup> Menzel 2010, 28–29.

<sup>34</sup> Vgl. Benjamin 2012, 44.

Mainstreams sind, um so geringer das Mobilisierungspotential. Dennoch ist es im Zeitalter der mechanischen Produktion möglich, mit den synergetisch-ästhetischen Mitteln der Populärkultur auch radikal systemfeindliche Positionen und Ideologien zu verbreiten – die wiederum unter den passenden Umständen imstande sind, ausreichend große Gruppen zu mobilisieren oder sogar eine neue politische Ordnung herbeizuführen: Die Bewaffnung der Ästhetik bedeutet nichts anderes als die Schaffung von Berührungsflächen, die die Übersetzung des Metapolitischen ins Politische, der Avantgarde in den Mainstream ermöglichen.<sup>35</sup>

Wenn laut Benjamin alle Bemühungen um die Ästhetisierung der Politik im Krieg kulminieren,<sup>36</sup> dann dient die Populärkultur der Neuen Rechten als metapolitische Waffe im Kampf um die Köpfe.

*Viertens:* Zur Vermittlung von elitärer Kulturkritik und breiter Populärkultur greift die *Neue Rechte* auf das Genre der Mythen zurück, die im Zeitalter einer globalisierten Massenkultur als Berührungsflächen zu traditionalistischen und arkanen Vorstellungswelten fungieren können. Martin Lichtmesz demonstriert in seinem Text das ambivalente Verhältnis der *Neuen Rechten* zur modernen Massenkultur, die aufgrund ihrer Faktizität als Ressource genutzt werden müsse:

Die Massenkultur ist eine Tatsache. Der Widerstand gegen sie ist ebenso zwecklos wie der Widerstand gegen Vanilleeis, wie Federico Fellini einmal über das Fernsehen sagte. Sie umgibt uns wie die Luft zum Atmen, und ausnahmslos jeder Mensch partizipiert in der einen oder anderen Weise an ihr, auch wenn manche darin ersticken. Ikonische Popstars, Cartoonfiguren und Filmzitate dienen weltweit als Symbole der Verständigung, erzeugen tatsächlich so etwas wie die Illusion eines ‚global village‘ und einer gemeinsamen übernationalen Kultur. An dieser Stelle möchte ich den Blick um 180 Grad drehen und für den Anschluß, für das Sich-Einmischen, für die Schaffung von Berührungsflächen plädieren. [...] Denjenigen, die eine spezifische Tiefe ausloten, sollten jene beistehen, die die Breiten vermessen. Eine rechte Kulturkritik sollte sich also idealerweise nicht zur sehr in einem ‚elitären‘ Affekt einigeln, sondern die Augen aufmachen und ‚genauer hinschauen‘: nicht nur, um zu verstehen, welche Bilder, Szenen, Gefühle die Gesellschaft gerade bewegen, welche in Unterhaltung verpackte Doktrinen ihr eingeflößt werden, sondern, um diese Dinge auch aktiv mit dem eigenen Leben und Denken zu verknüpfen. [...] Ich glaube, daß hier auch die wahren Mythen der Moderne zu finden sind. Ich nenne dies nur als ein Beispiel unter vielen – eine ausführliche Bestandsaufnahme muß einmal geleistet werden. Jenseits alberner progressiver Posen und einer Popkulturvergötzung, wie sie manche Intellektuelle betreiben, sind die Dinge, die um uns herum produziert, konsumiert und ‚kommuniziert‘ (noch so ein von Botho Strauß verachteter Ausdruck) werden, es wert, daß man sie wahrnimmt und absorbiert, ohne daß dabei die kulturellen und künstlerischen Maßstäbe und Hierarchien preisgegeben werden müßten. Homer hat uns etwas zu

35 Kurtagić 2013, 44–46, hier: 45–46.

36 Vgl. Benjamin 2012, 42.

sagen, aber ‚Heisenberg‘, der Hauptcharakter aus *Breaking Bad*, ebenso. Wir müssen derlei erkennen und nutzen.<sup>37</sup>

In allen vier Zitaten wird explizit für einen instrumentellen Umgang mit Populärkultur plädiert. Zugleich wird die affektive Rezeption von massenkompatiblen Formen entschieden von einem elitären Kunstverständnis abgegrenzt. Felix Menzel spricht das am Ende seines Textes unumwunden aus: „Mit Kunst hat das nichts zu tun, aber mit dem Kampf um kulturelle Hegemonie.“<sup>38</sup>

## Nationalismus als Marketingtrick

Damit sollte deutlich geworden sein, wie und warum neurechte Akteure auf popkulturelle Ressourcen zurückgreifen. Die *Neuen Rechten* sind politische Unternehmer, die in erster Linie die Frage umtreibt, wie sich Subjekte aus freien Stücken einer Autorität unterwerfen. Popkultur kann dabei als kommunikative Infrastruktur für neurechte Identitätsprojekte fungieren und die Nation als performatives Erlebnis herstellen.<sup>39</sup> In einem programmatischen Text vergleicht der neurechte Strategie Karlheinz Weißmann die neurechte Identitätspolitik deshalb mit modernen Marketingtechniken. Was die *Neue Rechte* unter „Identität“ versteht, ähnele der Idee einer „Corporate Identity“. So wie diese „die Mitarbeiter emotional an ihre Firma binde[t] und erhöhte Geschlossenheit in der Außendarstellung ermöglich[t]“, lasse sich eine Corporate Identity als „Propagandamittel der Staatsidee“ auf das „Gebiet der Politik“ übertragen, weil „Identitätsfindung“ nur möglich ist, wenn man aus „abstrakten Angeboten“ (Eberhard Bonse) „Marken“ macht, also Waren oder Dienstleistungen, die eindeutig bezeichnet werden, sich kennzeichnen lassen und durch bestimmte Eigenschaften auszeichnen.“<sup>40</sup> Die in Reichsbürgerkreisen verbreitete Rede von einer „BRD GmbH“ erklingt hier in einem ganz neuen, affirmativen Sound.

Dagegen trägt die Frage nach *ethnos* oder *demos*, die in den anderen Tagungsbeiträgen intensiv diskutiert wurde, kaum zum Verständnis neurechter Hegemonieprojekte bei. Ein ethnischer Volksbegriff mag im Diskursfeld erfolgversprechend sein und deshalb rhetorisch immer wieder aktiviert werden, aber das scheint mir eher eine diskursive Pfadabhängigkeit zu sein als eine programmatische Notwendigkeit. Das autoritäre Kulturprogramm der *Neuen Rechten* wäre ebenso mit einem Begriff des *demos* denkbar – und es wäre dann nicht weniger exklusiv. Selbsternannte ‚Rechtsintellektuelle‘ wie Karlheinz Weißmann wissen nämlich durchaus, dass der im Diskurs mobilisierte Volksbegriff kein empirisches Korrelat besitzt und in erste Linie politisch erzeugt werden muss:

37 Lichtmesz 2014, 32–35, hier: 34–35.

38 Menzel 2010, 28–29, hier: 29.

39 Spiritova 2017, 17–38.

40 Weißmann 2004, 48–49, hier: 49.



[D]ie moderne Nation ist nur politisch zu begreifen, und eine Nation ist insofern immer, was eine Nation sein will. Das muß auch gegen den in Deutschland verbreiteten Begriff der ‚Kulturnation‘ festgehalten werden, der periodisch für Verwirrung sorgt. Die rituelle Wiederholung des Vorgangs kann für die Nation eine wichtige Rolle spielen, verblaßt aber zwangsläufig mit der Zeit, bedeutsamer ist, daß der Bundesschluß in Ernstfällen erneuert wird.<sup>41</sup>

Nationalistisch aufgeladene Popkultur bietet eine Möglichkeit, dem Verblässen von Gemeinschaftsgefühlen in der Moderne etwas entgegenzusetzen. Sie ist der Werbejingle einer rechtspopulistischen Kulturpolitik. Dass dieser Nationalismus nicht mehr als ein Marketingtrick ist und entsprechend aggressiv verkauft werden muss, hat auch der Politshowmaster Donald Trump verstanden, der das Tagungsprogramm allegorisch rahmt: „We need somebody that can take the brand of the United States and make it great again.“<sup>42</sup>

## Literatur

- Adorno, Theodor W./Horkheimer, Max: Dialektik der Aufklärung. In: Adorno, Theodor W.: Gesammelte Schriften. Band 3. Frankfurt am Main 2003.
- Aronczyk, Melissa: Branding the nation. The global business of national identity. Oxford/ New York 2013. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199752164.001.0001>.
- Benjamin, Walter: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Frankfurt am Main 2012.
- Bielefeld, Ulrich: Nation und Gesellschaft. Selbstthematisierungen in Frankreich und Deutschland. Hamburg 2003.
- Burns, Alexander: Donald Trump, Pushing Someone Rich, Offers Himself. In: The New York Times (16.06.2015). URL: <https://www.nytimes.com/2015/06/17/us/politics/donald-trump-runs-for-president-this-time-for-real-he-says.html> [29.11.2020].
- Durkheim, Émile: Die elementaren Formen des religiösen Lebens. Frankfurt am Main 1981.
- Groeßner, Valentin: Retroland. Geschichtstourismus und die Sehnsucht nach dem Authentischen. Frankfurt am Main 2018.
- Gehlen, Arnold: Moral und Hypermoral. Eine pluralistische Ethik. Frankfurt am Main 2004.
- Gehlen, Arnold: Urmensch und Spätkultur. Philosophische Ergebnisse und Aussagen. Frankfurt am Main 2016.
- Gentile, Giovanni: Manifesto of the Fascist Intellectuals. In: Copenhaver, Brian P./Copenhaver, Rebecca (Hg.): From Kant to Croce. Modern Philosophy in Italy 1800–1950. Toronto 2012, S. 706–712.
- Habermas, Jürgen: Legitimationsprobleme im Spätkapitalismus. Frankfurt am Main 1973.
- Habermas, Jürgen: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Neuwied 1969.
- Keller, Reiner: Diskurse und Dispositive analysieren. Die Wissenssoziologische Diskursanalyse als Beitrag zu einer wissenschaftlichen Profilierung der Diskursforschung. In: Historical Social Research 33,1 (2008), S. 73–107.

41 Weißmann 1997, 109–206, hier: 199.

42 Trump zit. nach Burns 2015.

- König, René: Kritik der historisch-existenzialistischen Soziologie. Ein Beitrag zur Begründung einer objektiven Soziologie. Opladen 1998. <https://doi.org/10.1007/978-3-663-10570-1>.
- Lockwood, David: Soziale Integration und Systemintegration. In: Zapf, Wolfgang (Hg.): Theorien des sozialen Wandels. Köln 1969, S. 124–137.
- Marinetti, Filippo Tommaso: Manifest des Futurismus. In: Le Figaro, 20.02.1909.
- Meier-Vieracker, Simon: Selbstlegitimation von Hass auf rechten Internetseiten. In: Kämper, Heidrun D./Warnke, Ingo H. (Hg.): Diskurs – ethisch. Bremen 2020, S. 139–155.
- Schilk, Felix: Der Zornunternehmer. Das COMPACT-Magazin als Scharnierbaustein im rechten Mosaik. In: kultuRRevolution – zeitschrift für angewandte diskurstheorie 77–78 (2019), S. 32–44.
- Schilk, Felix: „Die Macht muss verteidigt werden“. Staat und Nation im rechten Denken. In: Futh, Mario/Homeyer, Jamela/Pates, Rebecca/Spissinger, Florian (Hg.): Die Beharrlichkeit der Nation. Interdisziplinäre Perspektiven auf die Funktionalität des Nationalen in Deutschland. Wiesbaden 2023. [Im Erscheinen]
- Schmidt, Siegfried J.: Kultur als Programm. In: Viehoff, Reinhold/Segers, Rien T. (Hg.): Kultur, Identität, Europa. Über die Schwierigkeiten und Möglichkeiten einer Konstruktion. Frankfurt am Main 1999, S. 120–129.
- Spiritova, Marketa: „Performing the Nation“. Inszenierung des Nationalen in der Populärkultur. In: Götz, Irene/Roth, Klaus/Spiritova, Marketa (Hg.): Neuer Nationalismus im östlichen Europa: kulturwissenschaftliche Perspektiven. Bielefeld 2017, S. 17–38. <https://doi.org/10.1515/9783839439623-002>.
- Weiß, Volker: Die autoritäre Revolte. Die Neue Rechte und der Untergang des Abendlandes. Stuttgart 2017.

## Quellen

- Benoist, Alain de: Métapolitique de l'identité (ohne Datum). URL: <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/alaindebenoist/pdf/identite-sezession.pdf> [29.11.2020].
- Elsässer, Jürgen: Das Reich wird Pop. In: Compact 2020/10, S. 10–13.
- Graw, Ansgar: Dekadenz und Kampf. Über den Irrtum der Gewaltlosigkeit. In: Schwillk, Heimo/Schacht, Ulrich (Hg.): Die selbstbewußte Nation. „Anschwellender Bocksgesang“ und weitere Beiträge zu einer deutschen Debatte. Berlin 1994, S. 281–290.
- Kleine-Hartlage, Manfred: Metapolitische Unterweisung (III). In: Sezession 2013/56, S. 42–44.
- Kurtagić, Alex: Avantgarde, Ästhetik, Revolution. In: Sezession 2013/53, S. 44–46.
- Lichtmesz, Martin: Vom Wahren im Falschen – Kulturkritik und Pop. In: Sezession 2014/62, S. 32–35.
- Menzel, Felix: Frei.Wild – Zwischen Popkultur und Zerstreuung. In: Sezession 2010/35, S. 28–29.
- Sellner, Martin: Der Große Austausch in Deutschland und Österreich: Theorie und Praxis. In: Camus, Renaud: Revolte gegen den Großen Austausch. Schnellroda 2016, S. 189–221.
- Thümen, Gunnar: Deutschland auf dem Weg in eine polarisierte Gesellschaft. In: Sezession 2016/75, S. 20–23.
- Weißmann, Karlheinz: Die kurze Karriere der Corporate Identity. In: Sezession 2004/7, S. 48–49.

Weißmann, Karlheinz: Editorial. In: Sezession 2010/39, S. 1.

Weißmann, Karlheinz: Globalisierung und Nation. In: Heidelberger Club für Wirtschaft und Kultur e. V. (Hg.): Globalisierung. Ein Schritt in ein neues Zeitalter. Berlin und Heidelberg 1997, S. 195–206.

## Abbildungen

Abb. 1: Coverbild des Compact-Magazins 10/2020. Quelle: [https://www.compact-shop.de/wp-content/uploads/2020/09/Cover\\_COMPACT\\_2020\\_10\\_shop-426x602.jpg](https://www.compact-shop.de/wp-content/uploads/2020/09/Cover_COMPACT_2020_10_shop-426x602.jpg) [29.11.2020].



# Red is Bad

Ein Modelabel als Akteur einer nationalistischen Public History in Polen

*Jos Stübner*

## Mode als Teil eines nationalistischen Trends und rechten Hegemonieprojekts

Ob martialische Kampfszenen, Heldengestalten, Jahreszahlen, Aufstandssymbolik, Nationalfarben oder -wappen – T-Shirts mit nationalem Bekenntnis und historischen Referenzen prägten in den vergangenen Jahren nicht nur das Straßenbild Polens. Auch Staatspräsident Andrzej Duda präsentiert sich gerne mit Kleidung der Marke *Red is Bad* (Abb. 1).

Das Label, das mit seinem Namen unverhohlen Antikommunismus zum Ausdruck bringt, steht in besonderer Weise für einen regelrechten Boom sogenannter patriotischer Mode. Das T-Shirt wurde zum Massenmedium einer rechten Public History.<sup>1</sup> Damit kann es als Teil einer allgemeinen nationalistischen Mobilisierung sowie eines rechten Hegemonieprojekts verstanden werden. Anhand verschiedener Produkte und Aktivitäten von *Red is Bad* soll im Folgenden Fragen nach der Kommodifizierung des Nationalen sowie der Popularisierung und marktförmigen Normalisierung extrem rechter Geschichtsbilder in Polen nachgegangen werden.

Das Label, das nach eigener Darstellung „patriotische und identitäre Kleidung“<sup>2</sup> produziert, wurde 2012 als Start-up von zwei ehemaligen Schulkameraden gegründet. Es war zu diesem Zeitpunkt keineswegs das erste nationalistische Modelabel in Polen, erlangte aber sehr bald einen herausragenden Bekanntheitsgrad. Andere Marken und Nachahmer fanden sich schnell, was auch einer gewissen Marktausdifferenzierung entspricht.<sup>3</sup> *Red is Bad* ist nicht nur stilbildend, sondern zeichnet sich gleichzeitig als

- 
- 1 Public History wird in Anlehnung an Marko Demantowsky als das Stiften und Vermitteln von historischen Narrativen und Geschichtsbildern jenseits der wissenschaftlichen Sphäre verstanden. Demantowsky 2018, 3–40.
  - 2 [Redisbad.pl](http://Redisbad.pl) (Startseite).
  - 3 Die ersten größeren Online-Anbieter mit ‚patriotischer Mode‘ entstanden Ende der 2000er Jahre – vgl. Cieśla 2016; ein grundlegender Überblick über verschiedene Marken und eine Einordnung in den Zusammenhang rechter, nationalistischer Mobilisierung bei Balcerzak 2017, 267–292, hier: 282–283; zur variierenden Marktorientierung der Firmen: Business Insider Polska 2019.



Abb. 1: Staatspräsident Andrzej Duda auf Instagram/Red is Bad-Shirts im Alltag und auf der Demonstration „Marsch der Souveränität“, organisiert von der Konfederacja in Warschau am 1. Mai 2019.

Akteur jenseits des reinen Textilwarenhandels aus. Mit einer dezidierten Programmatik tritt das Label in verschiedenen Öffentlichkeitsfeldern auf und pflegt weitreichende mediale und institutionelle Partnerschaften.

Die Gründung des Labels *Red is Bad* fällt in eine Zeit, in der in Polen verschiedene, längerfristige wie kurzfristigere Entwicklungen in einer breiten nationalistischen Mobilisierung kulminierten, die nicht zuletzt die Basis für die Machtübernahme der nationalistisch-autoritären Partei Prawo i Sprawiedliwość – PiS [Recht und Gerechtigkeit] 2015 bildete. Zu Beginn der 2010er Jahre entstanden zahlreiche neue rechte Medienkanäle, Zeitschriften und Kampagnenformate; im Fußball hatte sich eine breite nationalistische Hooliganszene etabliert; der Rap lieferte den patriotischen Sound gegen die liberalen Eliten.<sup>4</sup> Seit 2010 findet in seiner heutigen Form jährlich am 11. November der extrem rechte „Unabhängigkeitsmarsch“ in Warschau statt; die Bilder mit Zehntausenden, die unter nationalistischen Parolen durch die Hauptstadt marschieren, sorgen auch international für Aufsehen. 2012 wurde der rechtsextreme Ruch Narodowy [Nationale Bewegung] gegründet, der 2019 schließlich als Teil des

4 Siehe dazu auch den Beitrag von Agnieszka Balcerzak in diesem Band.



Parteienbündnisses *Konfederacja Wolność i Niepodległość* [Konföderation Freiheit und Unabhängigkeit] im Parlament Einzug hielt.<sup>5</sup>

Auch im Ursprungsmanifest von *Red is Bad* wird auf diesen „positiven“, gegen eine vermeintliche Dominanz linker Ideen gerichteten „Trend“ verwiesen, den man unterstützen wolle.<sup>6</sup> Damit knüpft das Modelabel sowohl an eine allgemeine gesellschaftliche Entwicklung als auch an teils bewusst formulierte Ambitionen des rechtskonservativen bis extrem rechten Milieus an, die sich nicht auf (Partei-)Politik im engeren Sinne beschränken. Es handelt sich um ein gesellschaftliches rechtes Hegemonieprojekt, das zum einen grundlegend auf das Feld populärer Kulturproduktion, zum anderen – vor allem hinsichtlich seiner Inhalte – auf eine nationalistische Geschichtspolitik gerichtet ist. Bereits 2006 veröffentlichte Krzysztof Bosak – zu jener Zeit Vorsitzender der rechtsextremen Kaderorganisation *Młodzię Wszechpolska* [Allpolnische Jugend] und 2020 Präsidentschaftskandidat der *Konfederacja* – eine Programmschrift mit dem Titel *Subversion in der Welt der Popkultur*.<sup>7</sup> Bosak stellt darin Grundzüge einer Strategie für das Vordringen auf das angeblich hegemonial liberale Terrain der Popkultur durch das eigenständige Schaffen von Kommunikationsformen, Symbolen und Schlüsselbegriffen vor, um aus der Rolle der „kulturellen Opposition“ herauszugelangen.<sup>8</sup> Bosak, der im Übrigen ein fleißiger *Red is Bad*-Träger ist, betont dabei auch die große Bedeutung von Modernität, worunter er nicht nur den Gebrauch von neuesten Kommunikationstechnologien, sondern auch ein erweitertes Formrepertoire, darunter etwa Stilmittel wie Provokation oder Ironie, versteht.<sup>9</sup>

Dieses Manifest ist ein pointiertes Beispiel für ein in der polnischen Rechten vorhandenes strategisches Bewusstsein. In dem Dokument lassen sich Ideen erkennen, wie sie bei Strömungen der westeuropäischen und amerikanischen Neuen Rechten unter Berufung auf die von Antonio Gramsci geprägte Konzeption einer „Metapolitik“ und dem Kampf um kulturelle Hegemonie seit geraumer Zeit zentral sind.<sup>10</sup>

Gleichzeitig wurde in Polen seit den frühen 2000er Jahren eine bewusste nationalistisch-affirmative Geschichtspolitik forciert – sowohl aus einem zivilgesellschaftlichen Umfeld heraus als auch über öffentliche Institutionen und politische wie wissenschaftliche Akteure.<sup>11</sup> Über die Jahre entstand ein regelrechter nationalistischer geschichtspolitischer Zeichenkosmos, der sich über vielfältige mediale popkulturelle Felder erstreckt – dazu gehörten die Musik, speziell der Rap, die Hooligankultur, Filmproduktionen oder Graffiti-Murals im ganzen Land.<sup>12</sup> Die mit nationalistischen

5 Zur *Konfederacja* vgl. Stübner 2020a, 36 f.; ein aktueller Überblick zur polnischen nationalistischen Bewegung und extrem rechten Formierung bei Kajta 2020, 64–77.

6 *Red is Bad: Manifest* [alt] (o. D.).

7 Bosak 2019/2006.

8 Ebd.

9 Bosak 2019/2006.

10 Weiß 2017, 54–59; Hermansson u. a. 2020, 14–16 u. 107–122.

11 Vgl. Saryusz-Wolska/Stach/Stoll 2018, 447–464.

12 Vgl. Balcerzak 2017, 267–292, hier: 282–285.

Semantiken und Botschaften aufgeladene Mode ist Teil einer Entwicklung, in der sowohl eine grundsätzliche offensive Affirmation des Nationalen stattfand als auch rechte bis rechtsextreme Inhalte Eingang in den Mainstream fanden.

Das Untersuchungsinteresse des vorliegenden Beitrags schließt damit zum einen an aktuelle Forschungen und Beobachtungen zu rechter Mode und neurechten Ausdrucksformen an. Cynthia Miller-Idriss konstatiert in ihrer umfassenden Arbeit zur deutschen rechtsextremen Mode eine buchstäblich verkörperte Performance von Nationalismus und rechter Ideologie im öffentlichen Raum. „In this way, youth who wear commercialized products conveying far right ideology literally embody extremism“.<sup>13</sup> Generell stehen Angriffsversuche der sogenannten *Neuen Rechten* auf einer konsumbasierten, ästhetisch-kulturellen Ebene zunehmend im Blick.<sup>14</sup> Zum anderen ist die Analyse des Labels *Red is Bad* auch Teil der Forschung zu rechter Public History und nationalistischer Geschichtspolitik in Polen beziehungsweise Ostmitteleuropa.<sup>15</sup>

Anhand der inhaltlichen Motive der Modeartikel, des Firmenauftritts sowie begleitender Publizistik soll skizziert werden, welche nationalen Narrative und Selbstbilder vermittelt werden. Zu fragen ist, wie die Marke *Red is Bad* als Public History-Akteur wirkt und inwieweit popkulturelle Mechanismen als Teil eines umfassenderen geschichtspolitischen Hegemonieprojekts funktionieren, aber auch welche Widersprüche sich aus einer nationalistischen Kommerzialisierung und Konsumproduktion ergeben.

## **T-Shirts als geschichtspolitisches Medium. Narrative Bilder – Schlachten, Helden, Jahreszahlen**

RED IS BAD ist eine Marke für Menschen, die die Freiheit schätzen und stolz auf die polnische Geschichte sind. Wir erinnern an vergessene Helden und die Unabhängigkeitskämpfe unserer Vorfahren.<sup>16</sup>

Von den über 200 T-Shirt-Varianten, die sich seit der Firmengründung im Sortiment von *Red is Bad* befanden, ist der überwältigende Teil der polnischen Geschichte gewidmet.<sup>17</sup> Im Gegensatz zu anderen bekannten rechten Modelabels wie zum Beispiel *Thor Steinar* und *Yakuza* aus Deutschland, dem russischen *White Rex* oder der polnischen Marke *Dobermans Aggressive* ergibt sich die Bedeutung der Motive im Fall von

13 Miller-Idriss 2018, 162; ebenfalls zur Mode: Hermansson u. a. 2020, 116–118; Gaugele 2018, 90–96.

14 Hornuff 2019; Begrich 2017.

15 Vgl. die länderübergreifende Betrachtung von Geschichtspolitik als Instrument der *Neuen Rechten* zur Erlangung diskursiver Vorherrschaft von Audretsch/Gatzka 2020; verschiedene Einzelstudien bei Götz/Roth/Spiritova 2017; grundsätzlich zu Public History: Demantowsky 2018.

16 Red is Bad: Manifest (o. D.).

17 Die weitgehend vollständige Durchsicht des sich über die Jahre häufig ändernden Sortiments ermöglichen Internetarchivierungsdienste.



Abb. 2: Red is Bad-T-Shirts mit historischen Schlachtenmotiven.



Abb. 3: Red is Bad-T-Shirts mit stilisierten Kampfszenen.

*Red is Bad* weniger aus einem spezifischen subkulturellen Szenekontext, wo eine Kodierung oft auch ein Mittel ist, um das Verbot bestimmter Symbole und Äußerungen zu umgehen.<sup>18</sup> Mit einem vom polnischen historisch-politischen Diskurs geprägten Deutungswissen sind die Zeichen und Referenzen überwiegend allgemeinverständlich. Darüber hinaus gibt es bei *Red is Bad* aber auch ein eigenes historisches ‚Bil-

<sup>18</sup> Miller-Idriss 2018, 143–156.

‘Angebotsangebot’, das sich zum Beispiel darin äußert, dass die Produktbeschreibungen auf der Webseite und den Social Media-Kanälen sowie der hauseigene Geschichts-Blog ausführliche Erläuterungen zu den Motiven und historischen Themen enthalten. Und auch wenn die Motive auf den T-Shirts zunächst für sich stehen und individuell zur Schau getragen werden, so unterstreicht gerade das publizistisch-mediale Begleitprogramm des Labels die Annahme eines zusammenhängenden Gesamttextes. Damit stellt sich die Frage, welches Narrativ und welche Geschichtsbilder hier abgebildet werden.

Grundsätzlich wird die Geschichte der Nation als Abfolge von Schlachten und Aufständen gedacht. Jahreszahlenstempel auf der Kleidung betonen diese Ereigniskette: Von den mittelalterlichen Schlachten bei Cedynia (972) und Tannenberg (1410), bei denen polnische Truppen im einen Fall das sächsische Heer, im anderen den Deutschen Orden besiegten, über die frühneuzeitlichen Schlachten gegen die Osmanen und Schweden im 17. Jahrhundert bis zur Schlacht bei Warschau 1920, als das polnische Militär den sowjetischen Vormarsch abwehrte, oder der von Monte Cassino 1944, wo polnische Einheiten am alliierten Sieg über die Truppen der Achsenmächte einen wesentlichen Anteil hatten; von den Aufständen gegen die russische Teilungsmacht im 19. Jahrhundert über die schlesischen Aufstände 1919–21 für die Angliederung Oberschlesiens an Polen, bis zum Warschauer Aufstand 1944. Die Eckpunkte einer kanonischen ereignisgeschichtlichen Nationalerzählung sind fast vollständig vertreten.

Die im hochwertigen Sublimationsdruckverfahren hergestellten T-Shirts präsentieren die Kämpfe in szenischen Nahaufnahmen. Der polnische Ritter, Reiter oder Soldat befindet sich oft in einer unterlegen scheinenden Position gegen monströse, vielfach im Fantasystil martialisch überzeichnete Gegner. Vermittelt wird damit eine spezifische bellizistisch-antagonistische Nationsvorstellung. Ein Nationskonzept, das sich über den Kampf um Unabhängigkeit, Souveränität und die permanente Abwehr von äußeren, fremden, scheinbar übermächtigen Kräften definiert. Das entspricht einer gängigen, nicht nur von der politischen Rechten gepflegten Geschichtsmythologie, nach der sich die polnische Nation in einem ewigen, überzeitlichen Ringen von Gut gegen Böse befindet. Historisch entkontextualisiert sind vergangene Kämpfe und Aufstände verschiedenster Epochen Teil dieses universellen Konflikts.<sup>19</sup> Die Ideologiekritikerin und Literaturwissenschaftlerin Maria Janion hat auf die seit dem 19. Jahrhundert bis in die Gegenwart wirksame Verbreitung dieser Grundvorstellung im kollektiven Bewusstsein hingewiesen – vermittelt insbesondere über die im polnischen Bildungskanon bis heute wirkmächtige Literatur des Nationaldichters Henryk Sienkiewicz (1846–1916), aber auch in der Malerei etwa bei Juliusz Kossak (1824–1899).<sup>20</sup>

19 Napiórkowski 2019, 243–246; Saryusz-Wolska/Stach/Stoll 2018, 447–464, hier: 454; Stübner 2020b, 922–943, hier: 932–935.

20 Janion 2014, 123–209. Der Literaturnobelpreisträger Henryk Sienkiewicz schuf Ende des 19. Jahrhunderts ein umfangreiches historisches Romanwerk. Die Erzählungen waren von Sienkiewicz bewusst zur Stärkung des Nationalbewusstseins während der Zeit der

Sienkiewicz und Kossak nennt auch der populäre Maler und Illustrator Jakub Różalski als wichtige Inspirationsquellen.<sup>21</sup> Różalski ist ein Künstler, der in seinem Werk historische Motive wie die Schlacht bei Warschau 1920 aufgreift und diese um übernatürliche, monströse Gestalten und retrofuturistische Maschinenwesen bereichert. Seine Bilder wurden unter anderem zur Grundlage des Computerspiels *Iron Harvest*. Auch für *Red is Bad* entwirft Różalski Schlachtenmotive in diesem Stil und seine grotesken Ungetüme erscheinen als visueller Ausdruck der Feinde der Nation. „Niemand hat bislang – IMO – so symbolisch die Kämpfe zwischen GUT und BÖSE in der Geschichte Polens dargestellt!“, freut sich ein reichweitenstarker rechter Twitter-Account über die Motive Różalskis im Sortiment von *Red is Bad*, die dort auch in Plakatform erhältlich sind.<sup>22</sup>

Wesentlicher Bestandteil dieses überzeitlichen Grundnarrativs ist das Heroische. Auch bei *Red is Bad* stellen Heldenmotive eine zentrale und besonders umfangreiche Kategorie dar. Besonders auffällig ist dabei die häufige Thematisierung von Gruppen und Spezialeinheiten: vom charakteristischen Urmotiv der geflügelten polnischen Hussaria[Husaria]-Reiter der Frühen Neuzeit, über spezielle Truppenverbände während des Januaraufstands 1863/64 gegen die russische Teilungsmacht und diverse Formationen im Zweiten Weltkrieg bis hin zu den seit 1990 bestehenden GROM-Spezialeinheiten des polnischen Militärs. Den Kampfeinheiten werden als Eliten vorbildliche Eigenschaften wie Tapferkeit, Ausdauer oder Opferbereitschaft zugeschrieben.<sup>23</sup> Dieser Topos zieht sich durch die Jahrhunderte wie der fixe Strang eines überzeitlichen Wertekerns, einer idealen Essenz der Nation oder des Nationalen. „Der heilige polnische Soldat wurde zur Basis des nationalen Kodex“, konstatiert Maria Janion in Zusammenhang mit tradierten Vorstellungen des militaristischen, ritterlich-männlichen Heldenethos.<sup>24</sup> Eine historische, den angeblich idealen nationalen Ethos vermittelnde Identifikationsmöglichkeit lässt sich freilich nicht nur im polnischen Fall als funktionales Merkmal rechter Mode beobachten. Auch Cynthia Miller-Idriss erkennt in ihrer auf Deutschland fokussierten Studie in mythisch-historischen Motiven den Verweis auf eine abstrakt-historische Idealgemeinschaft des nationalen Kollektivs, mit der sich T-Shirt-Tragende identifizieren können.<sup>25</sup>

---

polnischen Teilungen gedacht. Die Darstellungen von den Kämpfen mit dem Deutschen Orden im 15. Jahrhundert oder der Abwehr schwedischer und osmanischer Expansion im 17. Jahrhundert sind als Schullektüre, aber auch in immer neuen Verfilmungen bis heute präsent. Juliusz Kossak war ein Zeitgenosse von Sienkiewicz, zu dessen Werk er auch Illustrationen beitrug. Kriegerische Reitermotive und Schlachtendarstellungen aus der polnischen Geschichte nehmen in den Arbeiten von Kossak eine herausragende Stellung ein. Vgl. insbesondere zum Sienkiewicz-Rekurs bis in die Gegenwart: Surynt 2012.

21 Mączewski 2014.

22 Twitter: @the\_pogarda (15.08.2020) (11.02.2021).

23 Exemplarisch aus der *Red is Bad*-Produktbeschreibung: „Die Husaren gehörten zur Elite der Armee, waren furchtlos, kämpften immer bis zum Ende“ – Red is Bad: Husaria (o. D.).

24 Janion 2014, 123–209, hier: 137.

25 Miller-Idriss 2018, 82–83.



Abb. 4: NSZ und Verstoßene Soldaten als T-Shirtmotive.

Zwei militärische Helden-Formationen gehören zu den wichtigsten Motiven des *Red is Bad*-Sortiments. Zum einen handelt es sich dabei um die aus einer faschistischen Organisationslinie der 1930er Jahre stammenden, während des Zweiten Weltkriegs aktiven antisemitischen und antikomunistischen Untergrundeinheiten *Narodowe Siły Zbrojne* – NSZ [Nationale Streitkräfte], die teilweise mit den Nationalsozialisten kollaborierten und vielfach Juden und Jüdinnen ermordeten.<sup>26</sup> Zum anderen zieren die sogenannten *Żołnierze wyklęci* [Verstoßenen Soldaten] zahlreiche *Red is Bad*-Produkte. Unter diesem nachträglichen Sammelbegriff werden verschiedene antikomunistische Partisanen gefasst, die zum Ende des Zweiten Weltkriegs und in den Jahren danach gegen die sowjetischen Machthaber beziehungsweise ihre polnischen Repräsentanten kämpften. Zu den *Verstoßenen Soldaten* zählen auch diverse Kampfkommandos, die einer völkischen Logik folgend Verbrechen an der zivilen nicht ethnisch-polnischen Bevölkerung verübten und für Massenmorde an der orthodoxen belarussischen und ukrainischen, der litauischen und der jüdischen Bevölkerung verantwortlich sind.<sup>27</sup>

Gerade im Fall der *Verstoßenen Soldaten* zeigt sich die Konstruktion historischer Mythen und Narrative in den T-Shirtmotiven besonders plastisch. Dabei handelt es sich um die retrospektive Imagination einer vermeintlich einheitlichen Gruppe, unter die äußerst verschiedene, völlig unabhängig voneinander agierende Einheiten und Formationen subsumiert werden, wodurch nicht nur unterschiedliche politische Ausrichtungen und Handlungen einer gemeinsamen Bewegung zugeschrieben werden, sondern auch der historisch falsche Eindruck eines großen, zusammenhängenden und gar von der Bevölkerung getragenen „Antikomunistischen Aufstandes

<sup>26</sup> Lehnstaedt 2019, 497–517.

<sup>27</sup> Kobielska 2016; Świder 2017, 119–138.



1943–1963“ – so die Standardbeschriftung auf den T-Shirts – suggeriert wird.<sup>28</sup> Auf den T-Shirts erscheinen die Kommandeure nun als Kollektiv. Dabei ist den Machern der Konstruktkarakter völlig bewusst. Freimütig wird in der Produktbeschreibung erklärt, dass „dieses Team“ in der Realität niemals in dieser Zusammensetzung gekämpft habe. Es handle sich um ein „cross-over“, wie man es aus Superheldencomics oder -filmen kenne.<sup>29</sup>

Noch direkter wird das Superheldenformat im Falle der Comic-Kunstfigur Jan Hardy geschichtspolitisch nutzbar gemacht.<sup>30</sup> Im Begleittext zu einem entsprechenden Kinder-Shirt heißt es: „Jan Hardy‘ ist die Übertragung der Idee der ‚Verstoßenen Soldaten‘ auf das Gebiet der Popkultur. Polnische Helden sollen einen breiten Rezipientenkreis erreichen, eine patriotische Einstellung schaffen und sich dem in der Kultur gegenwärtigen Kulturmarxismus entgegenstellen.“<sup>31</sup> Hier wird das kulturelle Hegemonieprojekt, wie es etwa Krzysztof Bosak in seinem Manifest allgemein entwirft, sehr konkret artikuliert, verknüpft zudem mit der global virulenten antisemitischen Verschwörungstheorie des Kulturmarxismus.<sup>32</sup>

Gegenwärtig bilden NSZ und *Verstoßene Soldaten* neben dem Warschauer Aufstand den bedeutendsten kriegerischen Nationalmythos in Polen. Ehemals ein Charakteristikum extrem rechter Kaderorganisationen, marginaler Szeneaufmärsche und der Hooligankultur hat der antikommunistische Heldenkult zunehmend eine breite mediale Förderung und höchste staatliche Würdigung erfahren – eine Entwicklung, die bereits unter der liberal-konservativen Regierung seit Beginn der 2010er Jahre eingeleitet und unter der PiS-Regierung fest etabliert wurde.<sup>33</sup> *Red is Bad* begleitet und unterfüttert diese Normalisierung extrem rechter Geschichtsbezüge.

## Rebellenmode gegen die „Pädagogik der Scham“

Die mit nationalistischen Bedeutungen aufgeladene Mode und das Markenkonzept des Labels *Red is Bad* stehen in einem engen Zusammenhang mit den geschichtspolitischen Entwicklungen und Auseinandersetzungen in Polen in den vergangenen beiden Jahrzehnten. Die ideologische Ausrichtung einer nationalistisch-identitären

28 Zum Konstruktkarakter der *Verstoßenen Soldaten* siehe Wnuk 2018, 62.

29 *Red is Bad*: Żołnierze (o. D.).

30 Jan Hardy heißt die von dem Zeichner Jakub Kijuc geschaffene Hauptfigur in der seit 2013 erscheinenden gleichnamigen Comic-Serie. Mit Hardy wird das Sujet der *Verstoßenen Soldaten* in eine polnische Superheldenfigur überführt, die nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs den Kampf mit den Kommunisten aufnimmt und ihre Superkraft aus den Werten „Gott, Ehre und Vaterland“ schöpft. *Red is Bad* unterstützt die Comic-Produktion mit einem Teil der Erlöse aus dem Verkauf von Kleidung mit dem Hardy-Motiv – *Red is Bad*: Jan Hardy (o. D.).

31 Ebd.

32 Vgl. zum „Kulturmarxismus“ Hermansson u. a. 2020, 46 f.

33 Lehnstaedt 2019, 497–517.

und zugleich als widerständig deklarierten Geschichtspolitik verbindet sich funktional mit den performativen Möglichkeiten von Mode, also der Sinnstiftung durch das Tragen einer mit bestimmten Botschaften versehenen Kleidung. Dem eigenen Selbstverständnis nach will *Red is Bad* „ungehorsame Kleidung als Ausdruck von Gesinnung“ anbieten. Es gehe um „eine Demonstration der Identität durch Kleidung“. Die Polen seien stolz auf die Leistungen ihrer Vorfahren und schämten sich nicht, das zu zeigen.<sup>34</sup> Darin zeigt sich ein Doppelcharakter rechter Mode, den etwa Miller-Idriss mit den Begriffen *belonging* und *resistance* erfasst.<sup>35</sup> *Belonging* steht bei Miller-Idriss für das Signalisieren von Zugehörigkeit zur Bezugsgruppe im näheren Umfeld sowie zur politischen, subkulturellen Szene. Zugleich wird aber auch die Identifikation mit der *imagined community* der Nation als überzeitliches Kollektivsubjekt zum Ausdruck gebracht. *Resistance* bezeichnet wiederum die zur Schau gestellte Rebellion gegen eine vermeintliche Mainstreamgesellschaft und deren Tabus. Bereits im Ursprungsmanifest der Marke findet sich dreimal die Wendung „gegen den Strom“. Diese Widerständigkeit suggerierende Haltung richtet sich gegen verschiedene Aspekte einer behaupteten linken Propaganda der Eliten in Medien und Politik. Offensiv sollen vermeintlich unterdrückte „freiheitliche und rechte Ansichten“ zur Schau getragen werden.<sup>36</sup>

Solch einer Stoßrichtung entspricht die seit Beginn der 2000er Jahre von rechts-außen bis hin zur konservativen Mitte bewusst forcierte Geschichtspolitik. Gefordert wird eine affirmative, nationale, heroisierende Geschichtsvermittlung anstelle einer kritischen Aufarbeitung der Vergangenheit, insbesondere der Aufarbeitung des Verhaltens der polnischen Bevölkerung unter deutscher Besatzung und der Beteiligung von Polinnen und Polen am Holocaust.

Komprimiert findet sich die Abwehr eines derartigen kritischen Umgangs mit Geschichte in dem gängigen Postulat vom Ende der „Pädagogik der Scham“ wieder; eine Formel, die funktional dem „Schuldskult“-Vorwurf der deutschen Rechten entspricht. Die seit 2015 regierende PiS hat das Abschütteln dieser „Pädagogik der Scham“ schließlich zur obersten Devise ihrer Politik erkoren.<sup>37</sup> Für *Red is Bad* wurde diese Haltung zum Geschäftsmodell. Die Kleidung ermöglicht es dem Einzelnen, seinem nationalen Stolz mit einer widerständigen Attitüde öffentlich Ausdruck zu verleihen. Ganz offen kam das Prinzip 2018 zum Tragen, als das Label gemeinsam mit dem rechten Wochenmagazin *Do Rzeczy* [Zur Sache] eine Vermarktungsoffensive startete und T-Shirts mit dem Aufdruck „Ich werde mich für Polen nicht entschuldigen“ produzierte. Der Chefredakteur der Zeitschrift bezeichnete die Kooperation explizit als eine Maßnahme gegen die Versuche, Polen jene vermeintliche „Pädagogik

34 *Red is Bad*: *Odzież* (o. D.).

35 Miller-Idriss 2018, 32.

36 *Red is Bad*: *Manifest* [alt] (o. D.).

37 Zu Genese und Akteuren dieser bewusst forcierten Geschichtspolitik in der Folge der Jedwabne-Debatte: Forecki 2018, insb. Kap. I; Saryusz-Wolska/Stach/Stoll 2018, 447–464, hier: 447–448 und 457–458.

der Scham“ aufzuzwängen. „Das ist eine Form, Stolz auf das Polentum und zugleich Widerstand gegen die zu zeigen, die sich bemühen, uns dazu zu bringen, uns für angeblich durch Polen begangene Schuld und Fehler zu entschuldigen“.<sup>38</sup>

Die bislang angeführten Topoi stellen nur eine Auswahl der historischen und politischen Aspekte des *Red is Bad*-Sortiments dar. Das Label greift darüber hinaus vielfach kampagnenartig aktuelle geschichtspolitische Themen auf oder folgt dem nationalhistorischen Jubiläumskalender. Dabei bilden die erläuterte narrative Grundformation des überzeitlichen Kampfes sowie die geschichtspolitische Affirmationspose die grundlegende Rahmenfiguration. Ein weiteres zentrales Grundmotiv ist zweifellos der bereits im Markennamen enthaltene Antikommunismus, der an die manichäische Metaerzählung anschließt und sowohl in historischen Sujets wie den antikommunistischen Heldenfiguren als auch in der Übertragung auf aktuelle Feindprojektionen wie die Europäische Union („Blue is Red. Red is Bad“) seinen Ausdruck auf der Kleidung findet. Die Bedeutung des Antikommunismus als Essenz des Nationalen im polnischen Diskurs sowie als international anschlussfähige Chiffre kann an dieser Stelle nur angedeutet werden.<sup>39</sup>

### Nationalistische Normalisierung durch Kommodifizierung

Neben den vermittelten Inhalten und Motiven sind auch die formalen, äußerlichen Aspekte des Konsumprodukts *Red is Bad* für die Funktionalität als politisches Medium entscheidend. Grundsätzlich ist von einem Effekt der Normalisierung durch Kommodifizierung, einer Normalisierung der extrem rechten Inhalte sowie des Nationalismus allgemein durch Warenförmigkeit, speziell über die Wirkungszusammenhänge von Konsumgütern auszugehen.<sup>40</sup> Ein Effekt der Gewöhnung kann schon durch die bloße Präsenz im gängigen Handel entstehen. *Red is Bad* konnte mit GO Sport einen der wichtigsten Sportartikelhändler in Polen als Vertriebspartner gewinnen. Landesweit finden sich dadurch neben Produkten von Nike und Adidas nun auch Trikots mit Hussaria-Reitern oder Shorts mit der antikommunistischen Markenparole in den Einkaufszentren. Zeitweilig unterstützten auch gediegen wirkende *Red is Bad*-Boutiquen im Zentrum von Warschau und Krakau den Eindruck eines respektablen Markenprodukts.<sup>41</sup>

38 Do Rzeczy (2018).

39 Vgl. grundlegend dazu Golinczak 2019, 94–117.

40 Zu allgemeinen Überlegungen zum längerfristig identitätsbildenden und normalisierenden Effekt durch banale und alltägliche Konsumgüter sowie zur entsprechenden Wirkung für extrem rechte Vorstellungen vgl. Miller-Idriss 2018, 185–186.

41 Auch der nationalistische Modehändler Surge Polonia besaß vorübergehend eigene Ladengeschäfte in den Einkaufszentren verschiedener Großstädte, vgl. Tu Wrocław (2016). Anstelle der geplanten Expansion sind die Ladengeschäfte der beiden bedeutendsten Anbieter nationalistischer Textilwaren inzwischen aber wieder aus den polnischen Innenstädten verschwunden.



Abb. 5: Red is Bad-Produkte mit dezenteren Motiven und einer spielerischen Gestaltung.

Die Inszenierung der Marke und eine spezifische Entwicklung des Produktdesigns erzeugen ein Gefühl von Konvention und Harmlosigkeit. Dazu gehört auch die Entwicklung hin zu teuren, qualitativ hochwertigen, eher schlichten oder auch hippen Produktlinien: Neben die klassischen Helden- und Schlachtenmotive treten zunehmend Artikel, die einer zurückhaltenden, abstrakt formorientierten Ausrichtung folgen. Für eine weniger Aufsehen erregende, beiläufige Bekundung von nationalem Stolz und Zugehörigkeit gibt es etwa die *Kolekcja dyskretna* [Diskrete Kollektion]. Die Ego-Beflagung tritt hier nur noch als dezenter Aufnäher in Erscheinung. Die *Good-bye Mr. Marx-Kampagne* aus dem Jahr 2017 zeichnete sich wiederum durch ironisch-spielerische Elemente aus. Auf den T-Shirts werden Marx-Köpfe im Pac-Man- oder Space-Invaders-Modus vernichtet.

Mit Retroanleihen und Hipsterästhetik wird eine Lässigkeit suggeriert, die gar nicht mehr dem brachialen Pathos vieler Red is Bad-Artikel der Anfangszeit entspricht. Derartige Versuche einer Adaption hipper Mode und Styles sind aus neu-rechten Zusammenhängen wie der *Identitären Bewegung* oder *Alt-Right*-Zusammenhängen bereits als transnationale Entwicklung bekannt.<sup>42</sup> Dem Kulturwissenschaftler

42 Gaugele 2018, 90–96; Hermansson u. a. 2020, 116–118.

Daniel Hornuff gemäß schlüpfen die *Neuen Rechten* „auf formaler Ebene in das zu Bekämpfende und erproben eine popkulturell gestylte Attitüde“.<sup>43</sup>

Natürlich ist das ambivalent: Einerseits der plakativ-rebellische Anspruch, andererseits das Selbst-Mainstreaming. Die heroische Outcast-Rolle scheint dem Normalisierungskurs entgegenzustehen. Krzysztof Bosak warnte bereits in seinem Manifest 2006: „Wo aber verläuft die Grenze zwischen Subversion in der Welt der Popkultur und der Kollaboration mit dem System? [...] Wir haben uns zu einem Spiel auf dem Terrain des Feindes, in toxischer Umgebung entschlossen“.<sup>44</sup> Offenkundig ergibt sich eine Spannung aus dem Versuch, vorherrschende Formen zu übernehmen, anstatt sich durch Andersartigkeit von dem als feindlich gedachten kulturellen Mainstream abzugrenzen. Das Unterfangen einer rechten, nationalistischen Konsum- und gar Massenproduktion sowie Popkulturalisierung enthält einen bereits verschiedentlich diskutierten Grundwiderspruch: Der Anspruch auf kulturelle Identitätswahrung, das Konzept des Eigentlichen, des Partikularen, auch der antimodernistischen, oft anti-amerikanischen Konsumkritik kollidiert mit rechtem Merchandising und universeller popkultureller Ästhetik.<sup>45</sup> Den für die Nation postulierten essentialistisch festen Wert stellt ein von schnelllebigem Wertkonjunkturen bestimmter Mode- und Konsummarkt infrage.<sup>46</sup> Ein gängiger gegenüber der patriotischen Mode erhobener Vorwurf in Polen ist die Profanisierung, Banalisierung und letztlich Entwertung ‚ehrwürdiger‘ nationaler, historischer Motive.<sup>47</sup> „Wir bemühen uns, die Bezeichnung ‚Mode‘ zu vermeiden, denn bestimmte Werte sind nicht saisonal“, erklärt sich dementsprechend auch *Red is Bad*-Mitbegründer Paweł Szopa.<sup>48</sup>

Lösungen für diese Problemlagen finden sich aus Sicht des Labels im speziellen Produktdesign und in den Produktionsformen im nationalen Rahmen: So wird demonstrativ mit limitierten Editionen und angeblichen Unikaten geworben. Niemals werde man Spuren von Massenproduktion auf *Red is Bad*-Artikeln entdecken, so das Versprechen.<sup>49</sup> Im Falle eines von Hand aufgenähten polnischen Adlers – „wodurch es keine zwei identische Exemplare gibt“<sup>50</sup> – wird der direkte Bezug zu den selbstgenähten Emblemen der Kämpfer des Warschauer Aufstands hergestellt. Ein Gefühl von nationaler Originalität sollen auch Motive vermitteln, die exklusiv von polnischen

43 Hornuff 2019, 11. Derartige subkulturelle Mechanismen und Stilschöpfungen sind freilich keineswegs neu und originär rechts, sondern wurden bereits in den 1970er Jahren in den Cultural Studies für verschiedene Jugendkulturen identifiziert. Clarke 1981; Hebdige 1979.

44 Bosak 2006/2019.

45 Ebd., 32–35; Begriff mit Blick auf die *Identitäre Bewegung*: „Sie bedienen sich jener kulturellen Formen, deren Inhalt und Herkunft sie so vehement ablehnen und als Inbegriff kulturellen Identitätsverlusts brandmarken: der amerikanisierten Popkultur“. – Begriff 2017. Siehe auch den Beitrag von Ginkel u. a. in diesem Band.

46 Vgl. Reckwitz 2018, 396.

47 Cieśla 2016.

48 Golachowska 2018.

49 *Red is Bad* [Startseite].

50 *Red is Bad*: Koszulka (o. D.).

Grafikern designt werden. Das Bedürfnis, Eigentümlichkeit und Authentizität zu suggerieren, ist offenkundig. Mit Andreas Reckwitz ließe sich eine derartige Inszenierung der Ware als Authentizitätsperformanz oder Authentizitätsarbeit bezeichnen.<sup>51</sup>

Fundamental ist in diesem Kontext schließlich das wirtschaftsnationalistische Mantra einer rein polnischen Produktion. Ein Argument, das durch ein besonderes nationales Unternehmertumnarrativ unterfüttert wird. Im *Red is Bad*-Manifest heißt es:

Mit Vergnügen entdecken wir das Potential einheimischer, oft kleiner Betriebe, die die schwierigen Zeiten des Kommunismus sowie der 90er Jahre überdauert haben und immer noch in der Lage sind, Produkte von höchster Güte zu liefern. Mit Stolz können wir sagen: Polnische Produktion. Polnische Qualität.<sup>52</sup>

Die Story vom bodenständigen, unbeugsamen, heimatlich-national verwurzelten Kleinunternehmertum, mithin die ‚ehrliche polnische Arbeit‘, ermöglicht somit einen Gegenentwurf zur globalisierten Massenproduktion.

### „Nicht nur Kleidung“ – Die Marke als gesellschaftlicher Akteur

Zum Markenkonzept von *Red is Bad* gehört der selbstgestellte Anspruch gesellschaftlich-politischer Wirkmächtigkeit. Das beschränkt sich keineswegs auf die moralisch-patriotische Adelung der Produktionsweise. Gemäß seiner Losung „Nicht nur Kleidung“ ist *Red is Bad* in verschiedenen Bereichen jenseits des eigentlichen Geschäftsfeldes aktiv.<sup>53</sup> Das Unternehmen ist Initiator, Sponsor oder Kooperationspartner vielfältiger patriotisch-geschichtspolitischer Projekte wie Sportveranstaltungen zu Ehren der *Verstoßenen Soldaten*, historischen Malwettbewerben an Schulen oder der Verfilmung von Heldenbiografien. Die Inhaber von *Red is Bad* zeigen sich um ein soziales patriotisches Image der Marke bemüht. Eine eigens geschaffene Stiftung zur finanziellen Unterstützung noch lebender *Verstoßener Soldaten* und Weltkriegsteilnehmer soll zugleich das Veteranenethos an jüngere Generationen weitervermitteln.<sup>54</sup>

Eine solch bewusst inszenierte Akteursrolle der Marke wird nicht zuletzt durch das Zusammenspiel mit anderen Unternehmen, Personen und Institutionen möglich. Wichtig sind Partnerschaften mit verschiedenen rechtsextremen Zeitschriften und Medienkanälen. Es gibt Publikationsprojekte mit führenden rechtskonservativen HistorikerInnen sowie MitarbeiterInnen des staatlichen Instituts für Nationales Gedenken.<sup>55</sup> Ein Mineralwasserproduzent führte zeitweilig eine *Red is Bad*-Edition im Sortiment. Seit dem Machtantritt der PiS-Regierung bietet der Staat Kooperations- und

51 Reckwitz 2018, 138–139.

52 Red is Bad: Manifest (o. D.).

53 Ebd.

54 Fundacja Red is bad (o. D.).

55 Dazu zählt auch einer der maßgeblichen Architekten der PiS-Geschichtspolitik Jan Żaryn. Vgl. Pieńkowski 2013.



Vertriebsmöglichkeiten – so sind *Red is Bad*-Artikel zum Beispiel im Museum des Zweiten Weltkriegs in Gdańsk erhältlich.<sup>56</sup> Landesweit werden sie in den Postfilialen sowie den Orlen-Tankstellen, deren größter Anteilseigner der polnische Staat ist, feilgeboten. RegierungsvertreterInnen zeigen offen Sympathien für das Modelabel. Der prominenteste Fan ist wie bereits eingangs erwähnt Staatspräsident Andrzej Duda. Aber auch Premierminister Mateusz Morawiecki ließ sich bereits öffentlichkeitswirksam beim Einkauf in einer *Red is Bad*-Filiale fotografieren. Im Staatsfernsehen treten ModeratorInnen in *Red is Bad*-Kluft auf. Für PolitikerInnen und AktivistInnen des rechtskonservativen bis rechtsextremen Spektrums gehört das Tragen der Marke schon seit Jahren zum guten Ton.<sup>57</sup>

Insgesamt lässt sich an den Kontexten, in denen *Red is Bad* in Erscheinung tritt, sowie den KundInnen, PartnerInnen und SympathisantInnen bis zu einem gewissen Grad die rechte geschichtspolitisch-metapolitische Verknüpfung und Durchdringung verschiedener gesellschaftlicher Sphären nachvollziehen. Von der Straße bis in Regierungskreise fungiert die Marke jenseits konkreter Parteiungen als ein Signum für antagonistisch-exklusiven Nationalismus, Antikommunismus und eine affirmativ-identitäre, martialisch mythologisierende Geschichtsvorstellung.<sup>58</sup> Ob *Red is Bad* oder vergleichbare Marken dauerhaft eine ideologische Trägerfunktion erfüllen werden, ist ungewiss. Trotz aller Authentizitätsarbeit und dem Bemühen um Wertfixierung handelt es sich um Mode, die Marktmechanismen und Konjunkturen unterliegt.<sup>59</sup> Für das Verständnis nationalistischer Normalisierungs- und rechter kultureller Hegemoniebestrebungen in Polen im zurückliegenden Jahrzehnt sowie für weitergehende Untersuchungen neurechter Mobilisierung allgemein ist das Phänomen gleichwohl ein wichtiger Ausgangspunkt.

## Literatur

- Audretsch, Andreas/Gatzka, Claudia (Hg.): *Schleichend an die Macht. Wie die Neue Rechte Geschichte instrumentalisiert, um Deutungshoheit über unsere Zukunft zu erlangen*. Bonn 2020.
- Balcerzak, Agnieszka: „Gott, Ehre, Vaterland“. Das Wiederaufleben rechtsextremer Strömungen in Polen nach der Wende von 1989. In: Götz, Irene/Roth, Klaus/Spiritova, Marketa (Hg.): *Neuer Nationalismus im östlichen Europa. Kulturwissenschaftliche Perspektiven*. Bielefeld 2017, S. 267–292. <https://doi.org/10.1515/9783839439623-015>
- Begrich, David: *Ästhetische Mobilmachung – Zur Strategie politischer Kommunikation der neurechten Identitären* (2017). URL: <https://www.apabiz.de/2017/aesthetische-mobilmachung-zur-strategie-politischer-kommunikation-der-neurechten-identitaeren/> [20.09.2020].

56 Zur Kontroverse darüber: Wojciechowski 2018.

57 Wawrzyńczak 2017.

58 Dazu, wie rechte Labels eine eigenständige Symbolfunktion erlangen können: Miller-Idriss 2018, 60 f.

59 Vgl. zur Konjunkturhaftigkeit auch im Falle nationalistischer Mode Gawkowski 2016.

- Business Insider Polska: Patriotyczna odzież w cenie nie tylko od święta. I coraz więcej pozwala zarobić [Patriotische Kleidung hoch im Kurs nicht nur zu besonderen Anlässen. Und immer mehr lässt sich daran verdienen] (11.11.2019). URL: [businessinsider.com.pl/finanse/handel/rynek-odziezy-patriotycznej-nie-tylko-11-listopada/jtt8l](https://businessinsider.com.pl/finanse/handel/rynek-odziezy-patriotycznej-nie-tylko-11-listopada/jtt8l) [20.09.2020].
- Cieśla, Joanna: Odzież patriotyczna: co w sercu, to na piersi [Patriotische Kleidung: was im Herz, das auf der Brust] (09.08.2016). URL: [www.polityka.pl/tygodnikpolityka/spoleczenstwo/1671534,1,odziez-patriotyczna-co-w-sercu-to-na-piersi.read](http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/spoleczenstwo/1671534,1,odziez-patriotyczna-co-w-sercu-to-na-piersi.read) [20.09.2020].
- Clarke, John: Jugendkultur als Widerstand. Milieus, Rituale, Provokation. Frankfurt am Main 1981.
- Demantowsky, Marko: What is Public History? In: ders. (Hg.): Public History and School. International Perspectives. Berlin 2018, S. 3–40. <https://doi.org/10.1515/9783110466133>
- Forecki, Piotr: Po Jedwabnem. Anatomia pamięci funkcjonalnej [Nach Jedwabne. Anatomie des funktionalen Gedächtnisses]. Warschau 2018.
- Gaugele, Elke: Fashion & Faction: Zur Kritik der neuen Pop-Rechten. In: POP 7,1 (2018), S. 90–96. <https://doi.org/10.14361/pop-2018-0111>
- Gawkowski, Jakub: Każda moda minie, moda patriotyczna też (rozmowa z Barbarą Hoff) [Jede Mode vergeht, auch die patriotische (Gespräch mit Barbara Hoff)] (12.08.2016). URL: [krytykapolityczna.pl/kultura/kazda-moda-minie-moda-patriotyczna-tez-rozmowa-z-barbara-hoff/](http://krytykapolityczna.pl/kultura/kazda-moda-minie-moda-patriotyczna-tez-rozmowa-z-barbara-hoff/) [24.09.2020].
- Golinczak, Michalina: Communism as a General Crime: Applying Hegemony Analysis to Anti-Communist Discourse in Contemporary Poland. In: Praktyka Teoretyczna 31 (2019,1), S. 94–117. <https://doi.org/10.14746/ppt.2019.1.5>
- Götz, Irene/Roth, Klaus/Spiritova, Marketa (Hg.): Neuer Nationalismus im östlichen Europa. Kulturwissenschaftliche Perspektiven. Bielefeld 2017. <https://doi.org/10.1515/9783839439623>
- Hebdige, Dick: Subculture: The Meaning of Style. London 1979.
- Hermansson, Patrik/Lawrence, David/Mulhall, Joe/Murdoch, Simon: The International Alt-Right. Fascism for the 21<sup>st</sup> Century? Abingdon/New York 2020. <https://doi.org/10.4324/9780429032486>
- Hornuff, Daniel: Die Neue Rechte und ihr Design. Vom ästhetischen Angriff auf die offene Gesellschaft. Bielefeld 2019. <https://doi.org/10.1515/9783839449783>
- Janion, Maria: Krieg und Form. In: dies.: Die Polen und ihre Vampire. Studien zur Kritik kultureller Phantasmen. Berlin 2014, S. 123–209.
- Kajta, Justyna: Młodzi radykalni. O tożsamości polskiego ruchu nacjonalistycznego i jego uczestników [Junge Radikale. Über die Identität der polnischen nationalistischen Bewegung und ihrer Teilnehmer]. Krakau 2020.
- Kobielska, Maria: Die „Verstoßenen Soldaten“. Embleme eines Erinnerungsbooms (19.07.2016). URL: <https://zeitgeschichte-online.de/themen/die-verstossenen-soldaten> [30.09.2020].
- Lehnstaedt, Stephan: Historischer Antisemitismus im heutigen Polen. Das Beispiel der Narodowe Siły Zbrojne. In: Zeitschrift für Geschichtswissenschaft 67,6 (2019), S. 497–517.
- Miller-Idriss, Cynthia: The Extreme Gone Mainstream. Commercialization and Far Right Youth Culture in Germany. New Jersey 2018. <https://doi.org/10.1515/9781400888931>
- Napiórkowski, Marcin: Turbopatriotyzm [Turbopatriotismus]. Wołowiec 2019.
- Reckwitz, Andreas: Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne. Berlin 2018.
- Saryusz-Wolska, Magdalena/Stach, Sabine/Stoll, Katrin: Verordnete Geschichte. Nationalistische Narrative in Polen. In: Osteuropa 68,3–5 (2018), S. 447–464.

- Stübner, Jos: Konfederacja. „Hier ist Polen, nicht Israel!“. In: Der Rechte Rand 182 (2020a), S. 36–37.
- Stübner, Jos: Nationalismus, Antikommunismus und polnisch-katholische „Normalität“. Zur geschichtspolitischen Funktionalisierung der Schlacht bei Warschau 1920. In: Zeitschrift für Geschichtswissenschaft 68,11 (2020b), S. 922–943.
- Surynt, Izabela: Gustav Freytag und Henryk Sienkiewicz. Die (Ohn)Macht des literarischen Kanons. In: Hahn, Hans Henning/Traba, Robert (Hg.): Deutsch-Polnische Erinnerungsorte. Band 3: Parallelen. Paderborn u. a. 2012, S. 311–336. [https://doi.org/10.30965/9783657773411\\_018](https://doi.org/10.30965/9783657773411_018)
- Świder, Małgorzata: „Verstoßene Soldaten“. Die neuen Helden Polens als politischer Mythos der Republik. In: Götz, Irene/Roth, Klaus/Spiritova, Marketa (Hg.): Neuer Nationalismus im östlichen Europa. Kulturwissenschaftliche Perspektiven. Bielefeld 2017, S. 119–138. <https://doi.org/10.1515/9783839439623-007>
- Weiß, Volker: Die autoritäre Revolte. Die Neue Rechte und der Untergang des Abendlandes. Stuttgart 2017.
- Wnuk, Rafał: Czy tzw. żołnierze wyklęci są powodem do dumy? [Sind die sog. Verstoßenen Soldaten ein Grund zum Stolz?] In: Pomocnik historyczny „Polityki“ 2018/5, S. 62.

## Quellen

- Bosak, Krzysztof: Dywersja w świecie popkultury [Subversion in der Welt der Popkultur] (5.08.2019, ursprünglich 2006). URL: [narodowcy.net/krzysztof-bosak-dywersja-w-swiecie-popkultury/](http://narodowcy.net/krzysztof-bosak-dywersja-w-swiecie-popkultury/) [20.09.2020].
- Do Rzeczy: Ataki na akcję „Nie będę przepraszać za Polskę“ [Angriffe auf die Aktion „Ich werde mich für Polen nicht entschuldigen“] (20.07.2018). URL: [dorzeczy.pl/kraj/71183/Ataki-na-akcje-Nie-bede-przepraszac-za-Polske.html](http://dorzeczy.pl/kraj/71183/Ataki-na-akcje-Nie-bede-przepraszac-za-Polske.html) [30.09.2020].
- Fundacja Red is Bad: Przywracamy godność bohaterom [Wir stellen die Ehre der Helden wieder her] (ohne Datum). URL: [fundacja.redisbad.pl/](http://fundacja.redisbad.pl/) [24.09.2020].
- Golachowska, Julia: Red is Bad, ale możemy pogadać. Kim jest Paweł Szopa, człowiek, który ubiera Marsz Niepodległości [Red is Bad, aber wir können reden. Wer ist Paweł Szopa, der Mann, der den Unabhängigkeitsmarsch ausstattet] (10.11.2018). URL: [wyborcza.pl/magazyn/7,124059,24147755,red-is-bad-ale-mozemy-pogadac-kim-jest-pawel-szopa-czlowiek.html](http://wyborcza.pl/magazyn/7,124059,24147755,red-is-bad-ale-mozemy-pogadac-kim-jest-pawel-szopa-czlowiek.html) [24.09.2020].
- Mączewski, Paweł: Jakub Różalski erfindet den polnisch-sowjetischen Krieg neu – mit riesigen Robotern (16.12.2014). URL: <https://www.vice.com/de/article/jmb3jx/jakub-ralski-project-1920-robots-poland-876> [23.09.2020].
- Pieńkowski, Marcin: Prawicowi studenci wręczą w Sejmie „prezent“ dla Jaruzelskiego [Rechte Studenten übergeben im Sejm ein „Geschenk“ für Jaruzelski] (04.07.2013). URL: <https://www.rp.pl/artukul/1026258-Prawicowi-studenci-wrecza-w-Sejmie--prezent--dla-Jaruzelskiego.html> [24.09.2020].
- Red is Bad: Koszulka militarna – Orzeł naszywka [Militärhemd – Adleraufnäher] (ohne Datum). URL: [www.redisbad.pl/pl/p/KOSZULKA-MILITARNA-ORZEL-NASZYWKA/1741](http://www.redisbad.pl/pl/p/KOSZULKA-MILITARNA-ORZEL-NASZYWKA/1741) [24.09.2020].
- Red is Bad: Manifest (ohne Datum). URL: [www.redisbad.pl/manifest](http://www.redisbad.pl/manifest) [23.09.2020].

- Red is Bad: Niepokorna odzież sposobem na wyrażenie poglądów [Ungehorsame Mode als Mittel zum Ausdruck von Ansichten] (ohne Datum). URL: [www.redisbad.pl/pl/n/Niepokorna-odziez-sposobem-na-wyrazenie-pogladow/98](http://www.redisbad.pl/pl/n/Niepokorna-odziez-sposobem-na-wyrazenie-pogladow/98) [24.09.2020].
- Red is Bad [Wayback Machine]: Husaria [Hussaria] (ohne Datum). URL: [web.archive.org/web/20150227000416/http://www.redisbad.pl/produkt/husaria-najgrozniejsza-kawaleria-swiata](http://web.archive.org/web/20150227000416/http://www.redisbad.pl/produkt/husaria-najgrozniejsza-kawaleria-swiata) [23.09.2020].
- Red is Bad [Wayback Machine]: Jan Hardy – sylwetka z mieczem. Koszulki dziecięce [Jan Hardy – Figur mit Schwert. Kindershirts] (ohne Datum). URL: [web.archive.org/web/20130906041432/http://www.redisbad.pl/kategoria/koszulki-dzieciece](http://web.archive.org/web/20130906041432/http://www.redisbad.pl/kategoria/koszulki-dzieciece) [24.09.2020].
- Red is Bad [Wayback Machine]: Manifest [alt] (ohne Datum). URL: [web.archive.org/web/20130709125556/http://www.redisbad.pl/informacja/24/manifest](http://web.archive.org/web/20130709125556/http://www.redisbad.pl/informacja/24/manifest) [20.09.2020].
- Red is Bad [Wayback Machine]: Żołnierze Wyklęci. „Bohaterowie Antykomunistycznego Powstania“ [Die Verstoßenen Soldaten. „Helden des Antikommunistischen Aufstands“] (ohne Datum). URL: [web.archive.org/web/20130818002545/http://www.redisbad.pl/produkt/zolnierze-wykleci-bohaterowie-antykomunistycznego-powstania](http://web.archive.org/web/20130818002545/http://www.redisbad.pl/produkt/zolnierze-wykleci-bohaterowie-antykomunistycznego-powstania) [24.09.2020].
- Tu Wrocław: Tłumy ludzi na otwarciu pierwszego takiego salonu odzieży we Wrocławiu [Massen bei der Eröffnung des ersten derartigen Bekleidungssalons in Wrocław] (17.02.2016). URL: [www.tuwroclaw.com/fotogaleria,tlumy-ludzi-na-otwarciu-pierwszego-takiego-salonu-odziezy-we-wroclawiu,fot5-7-4669.html](http://www.tuwroclaw.com/fotogaleria,tlumy-ludzi-na-otwarciu-pierwszego-takiego-salonu-odziezy-we-wroclawiu,fot5-7-4669.html) [24.09.2020].
- Twitter.com: @the\_pogarda (15.08.2020). URL: [twitter.com/the\\_pogarda/status/1294537531128713216?s=20](https://twitter.com/the_pogarda/status/1294537531128713216?s=20) [11.02.2021].
- Wawrzyńczak, Aneta: Red is Bad: Jak patriotyczna odzież podbiła serca i kieszenie Polaków [Red is Bad: Wie patriotische Kleidung Herz und Geldbeutel der Polen eroberte] (11.11.2017). URL: [www.rp.pl/Plus-Minus/311099934-Red-is-Bad-Jak-patriotyczna-odziez-podbila-serca-i-kieszenie-Polakow.html](http://www.rp.pl/Plus-Minus/311099934-Red-is-Bad-Jak-patriotyczna-odziez-podbila-serca-i-kieszenie-Polakow.html) [24.09.2020].
- Wojciechowski, Paweł: Muzeum II Wojny broni Red is Bad. „Wysoka jakość, atrakcyjna estetyka, brak kontrowersji“ [Das Museum des Zweiten Weltkriegs verteidigt Red is Bad. „Hohe Qualität, attraktive Ästhetik, keine Kontroverse“] (9.08.2018). URL: [trojmiasto.wyborcza.pl/trojmiasto/7,35612,23766259,w-1989-roku-komunizm-w-polsce-upadl-tylko-pozornie-miiws.html](http://trojmiasto.wyborcza.pl/trojmiasto/7,35612,23766259,w-1989-roku-komunizm-w-polsce-upadl-tylko-pozornie-miiws.html) [24.09.2020].

## Abbildungen

Abb. 1: Instagram @AndrzejDuda/Privatarchiv J. Stübner

Abb. 2–5: Redisbad.pl

# „Words are long range artillery!“

Der ARFS und das US-amerikanische V-Disc Programm in Musikobjekten (1943–1949)

*Laura Niebling*

„Die Militärjustiz verhält sich zur Justiz wie die Militärmusik zur Musik“<sup>1</sup>, soll der französische Premierminister George Clemenceau (1841–1929) einmal spitzfindig bemerkt haben. Der militärische Einsatz schafft wohl Zweckmäßigkeiten. Was aber, wenn diese Zweckmäßigkeiten mit populärer Unterhaltung zusammenfallen? Wenn *Military Music* und *Music* plötzlich dasselbe sind und ihre Tonträger zu militärischen Instrumenten in der Verteidigung einer Nation werden? Diese Fragestellungen entwickelten sich entlang einer archivalisch geprägten Retrospektive auf die Geschichte der deutschen Tonträgerlandschaft nach 1945. Im Rahmen des BMBF-Projekts *Musikobjekte der populären Kultur* fanden sich im Lippmann+Rau-Musikarchiv in Eisenach gläserne 16-Zoll Schallplatten des amerikanischen Jazzmusikers Benny Goodman (1909–1986). Ausgehend von einer der Platten, *Just One Of Those Things*<sup>2</sup>, entspann sich das komplexe Narrativ eines heute fast vergessenen Schallplattenprogramms der US-Armee, der sogenannten V-Discs, und ihrer Rolle im Zweiten Weltkrieg und Nachkriegsdeutschland. Mit dieser Schallplatte und ihrer Erforschung als Musikartefakt soll im Folgenden die Geschichte des Programms und die Rolle von Tonträgern als populärkulturelle Ressource von Nationalpolitiken im 20. Jahrhundert dargestellt werden.

## Tonträger als Musikobjekte der populären Kultur

Die Aufgabe des Forschungsprojekts *Musikobjekte der populären Kultur* (2018–2021) war es, über den Zeitraum von drei Jahren eine objektfokussierte Genealogie der deutschen Musik zu entwickeln. An drei Standorten, Weimar (Tonträger), Freiburg (Abspielgeräte) und Gronau (Aufnahmegeräte) sollten hierfür ausgewählte Musikobjekte eingehend untersucht und ihre Nutzungskontexte über Archivalien und zusätzliche Zeitzeugeninterviews gerahmt werden. Das interdisziplinär zwischen der Medien(kultur)wissenschaft und der Musikwissenschaft angesiedelte Projekt hatte

---

1 Breton 1995, 572, übersetzt.

2 Goodman 1945.

zur Aufgabe, die Geschichte der Musik in Deutschland über Objekte und ihre Erlebnishorizonte zu erzählen und neu zu verstehen.

Tonträger mit ihren verschiedenen Materialien sind das zentrale Produkt im Prozess der Soundproduktion. Sie geben der Musik eine Gestalt, einen materiellen sowie ideellen Wert. Um diesen Status zu erreichen, schreibt man ihnen Inhalte und Handlungen ein, die gespeichert und auslesbar werden. Die Gesamtgruppe der für den Prozess eines Klangvorgangs relevanten Objekte kann mit Daniel Morat – als „Klangartefakte“<sup>3</sup> bezeichnet werden. Artefakte meinen dabei in der Forschung zu Objekten zunächst einmal lediglich „von Menschen hergestellte Gegenstände“.<sup>4</sup> Die Erforschung von „medientechnische[n] Artefakten“<sup>5</sup> in der Geschichte des Sounds setzt das Artefakt in dieser Logik als zentralen Begriff von Kulturgenese, dem über Zuschreibungen Relevanz zukommt. Dabei geht es um technologische Fragen wie um klangliche Materialitäten und Sinnzusammenhänge, also die „kulturellen und identitätsstiftenden Bedeutungen“.<sup>6</sup>

Hierfür erfolgt im Projekt zunächst eine historisch ausgerichtete Artefaktanalyse, die in Anlehnung an das soziologische Modell von Ulrike Froschauer und Manfred Lueger vom Objekt ausgehend Produktions- und Nutzungsebenen rekonstruiert.<sup>7</sup> Hierzu werden zunächst das Objekt – oder der Objektverbund – selbst, dann gegebenenfalls seine Materialien, Baupläne und Schaltkreise untersucht und anschließend in Erhebungsbögen dokumentiert – ohne dabei jedoch die Integrität der Objekte zu gefährden. Da es sich in der Regel um Objekte aus privaten Sammlungen oder verschiedenen Archivformen handelt, wird im Anschluss über den Sammlungskontext, also andere Archivmaterialien, und gegebenenfalls die Sammler selbst der Blick auf das Objekt in seiner historischen Verortung geweitet. Von dort wird das Objekt in den aktuellen Forschungskontext und größere theoretische Fragen zur Popmusikgeschichte eingebettet. Dies bedeutet bei den Tonträgern vor allem eine Einbettung in Sammlungs- und Speicherungslogiken nach deren ursprünglichen Verwendungskontexten.

Die hier näher betrachtete Schallplatte, Benny Goodmans *Just One Of Those Things*, lag im Lippmann+Rau-Musikarchiv in Eisenach in einem zerfledderten, großen Karton, auf dem ein zerrissenes Warnschild angebracht war: „Caution, Very Fragile“. In dem Karton befanden sich zehn Schallplatten desselben Formats, die meisten in Schutzhüllen aus dickerem braunem Papier der Firmen *Columbia* oder *Audiodisc*, auf denen in der Regel kurze, handschriftliche Notizen vermerkt waren. Die Schallplatten

3 Morat 2010, 1–8, hier: 1.

4 Lueger/Froschauer 2018, 2. An diese zunächst sehr verkürzte Definition schließt sich eine komplexe Debatte zur Rolle und dem Verständnis von Artefakten an, auf die hier aus Platzgründen nicht eingehender eingegangen werden kann. Vgl. dazu Eggert 2014, 169–173.

5 Vollmar/Gerloff/Schwesinger 2018, 126–134, hier: 130.

6 Ebd.

7 Vgl. Lueger/Froschauer 2018, 66–90.



bestehen aus einem schweren, grünlichen Glaskörper – hier etwa 100 Gramm –, der in fast allen Fällen schon Sprünge aufweist, die die Stabilität des Tonträgers erheblich gefährden. Sie sind überzogen mit einer Lackschicht, die bereits abblättert, und haben, so vor allem auch *Just One Of Those Things*, am Rand deutlich sichtbare Griffspuren. Von den 16-Zoll der untersuchten Schallplatte ist nur ein schmaler äußerer Rand geschnitten, auf der Schallplatte sind handschriftlich weitere Informationen vermerkt.

Die handschriftlichen Notizen sowie die Schutzhülle geben Auskunft über die möglichen Stücke und Produktionszusammenhänge der Schallplatte, die nicht mehr abspielbar ist. Die Produktionsfirma ist *Audiodisc*, eine von den 1930er bis in die 1960er Jahre in New York ansässige Firma für Schallplattenrohlinge – oft auch nicht ganz sachrichtig *Acetates*, Acetatschallplatten, genannt. *Audiodisc* versorgte zum einen den Privatmarkt mit Sofortschallplatten, ihre Glastonträger dienten in den letzten Jahren des Zweiten Weltkriegs aber auch als Master und Referenzschallplatte in den Studios der großen amerikanischen Musiklabels. Sie ersetzten damals die Aluminium-Schallplatten, deren Material für den Kriegseinsatz benötigt wurde. Es handelt sich bei dieser Schallplatte also um eine sogenannte *Transcription Disc*, auf der sich nur ein oder zwei Studio-Aufnahmen befinden, die zur Kontrolle oder Produktion aufgezeichnet wurden und die auch zur Weitergabe an die Radios dienen konnten. Das Datum 11. Oktober 1944 findet sich auch auf der Platte.

Involviert in diese Aufnahmen, das legt die Schallplatte nahe, ist die US Army, die im Studio von *Columbia* Aufzeichnungen von Benny Goodman produziert hatte. Der Track – auf der Schallplatte nur mit „Tune #1“ beschriftet – ist scheinbar 4:25 Minuten lang, die Schutzhülle identifiziert ihn als *Just One Of Those Things*. Es handelt sich damit um einen Tonträger aus einer Session von Goodman im Rahmen des V-Disc Programms, genauer um die V-Disc 446A mit den Titeln *Just One Of Those Things* und *Rose Room*. An das Objekt schließen sich damit zwei komplexe Tonträgererzählungen an – die der *Transcription Disc* zum einen und die der V-Disc zum anderen. Während sich an die Rolle der *Transcription Disc* vor allem Geschichten rund um Studio- und Radioproduktionen in jener Zeit fügen, ist für die Frage nach Schallplatten in einem Nationalisierungsdiskurs in den USA und Deutschland die V-Disc ein bedeutsames Artefakt. Dieser Produktions- und Nutzungshorizont soll im Folgenden deshalb eingehender betrachtet werden.

## Schallplatten als Militärvergnügen und ihre Produktion zur Zeit des *Record Ban*

Schallplatten spielten eine besondere Rolle in der Kriegsführung der USA. Bereits vor Kriegseintritt hatte sich in der Abteilung *Recreation and Welfare* eine Neuorganisation ergeben, in deren Kontext das musikalische Angebot für das Militär ausgebaut werden sollte.<sup>8</sup> Zunächst oblag diese Aufgabe dem AFRS, dem Armed Forces Radio Service, der über Rundfunkschallplatten die Ausstrahlung von Bildungs- und Infor-

8 Vgl. Fauser 2019, 142–162, hier: 150.

mationsprogrammen in Übersee koordinierte und zudem sogenannte „Buddy Kits“ mit Radios, Phonographen und Schellackschallplatten verschickte.<sup>9</sup> Mit der Reihe *Command Performance* begann das eigene Programm, das bald um die Primetime-Shows der US-Radios ohne Werbepausen erweitert wurde.<sup>10</sup>

Nach dem Kriegseintritt 1942 konkretisierte sich der Plan, populäre Musik zur Motivation und breitgefächerten Unterhaltung der Truppen einzusetzen. Dies sollte in Form der sogenannten V-Discs geschehen, die als eigenes Produkt neben den Radioschallplatten verschickt werden sollten. Chef des Programms war Lt. George Robert Vincent (1898–1985), ein Tonpionier in den USA und nach Kriegsende bedeutsamer Dokumentar der Nürnberger Prozesse.

Auch Benny Goodman wurde für das neue Programm angefragt, das allerdings zeitlich mit dem sogenannten amerikanischen *Record Ban*, einem Streik der gewerkschaftlich organisierten Musiker in den USA von 1942 bis 1944, zusammenfiel.<sup>11</sup> Nach Verhandlungen mit James Caesar Petrillo, der die American Federation of Musicians (AFM) vertrat, wurden die V-Discs, wie Goodmans *Just One Of Those Things*, zu einem juristischen Schlupfloch in diesem Konflikt, denn die Armee erhielt zur Unterstützung der Truppen eine „carte blanche“<sup>12</sup> für die Verpflichtung von Musikern, ohne dass sie der Gewerkschaft Gebühren zahlen musste. So produzierte Benny Goodman als *Benny Goodman and His V-Disc All Stars* für das staatliche Label *V-Disc*, das die offizielle Koordination der Schallplatten übernahm. Die Singles, erkennbar an ihrem rot-weiß-blauen Logo mit den verspielten Buchstaben, wurden zu einem wichtigen Exportgut in die Kriegsgebiete.

Nach ersten Test-Pressungen von 50.000 Exemplaren im Jahr 1943 erweiterte sich der Markt bald auf 250.000 Exemplare pro Monat, die in großen Presswerken in den USA hergestellt und ins Ausland verschickt wurden. Sie konnten in „V-Disc Kits“ mit monatlich verändertem Angebot bestellt werden und ihnen lagen Listen bei, mit denen die Soldaten neue Musikwünsche äußern konnten.<sup>13</sup> Insgesamt kamen so etwa acht Millionen Platten von vermutlich zwischen 1.000 bis über 2.700 Aufnahmen nach Europa, die zwischen 1943 und 1949 für die Truppen verschifft und mitunter per Flugzeug abgeworfen wurden.<sup>14</sup> Der ARFS verschickte zudem ab 1942 auf vergleichbarem Weg seine Rundfunkschallplatten, die dazu dienten, die „Basic Music Library“<sup>15</sup> der Stationen in Übersee um aktuelle Programme zu ergänzen.

9 Vgl. Brown 2004, 151–156, hier: 152.

10 Vgl. DeLong 1980, 260.

11 Vgl. Weinstein 2015, 26–28.

12 Smith 2003, 41.

13 Vgl. Information Bulletin 1944, 16–17, hier: 17 und 28. Laut anderer Quellen 300.000. Vgl. Horn 2003, 766. Mitunter wurden neben den Singles auch die ARFS-Rundfunkschallplatten als V-Discs gezählt, die Begriffe sind nicht in allen Quellen trennscharf verwendet.

14 Vgl. Smith 2003, 41.

15 Burgess 2014, 36.

Die Organisation des Musikprogramms oblag zunächst der US Army, weshalb auch die Goodman-Platte das Siegel „Property of U.S. Army“ trägt. Bald schlossen sich jedoch auch andere Abteilungen des Militärs, wie die Navy 1944, dem Versand und der Organisation im AFRS an und ließen ihre Soldaten Wünsche für Musik einreichen. Die Army ließ als ‚Besitzerin‘ ihre Master den anderen Einheiten, die Kopien anfertigen durften.<sup>16</sup>

### „The grim business of war seemed so remote“: Einsatzgebiete der V-Discs

Eine technische Besonderheit des V-Disc-Programms, das sich zunächst aus dem Glaskörper der *Transcription Disc* nicht ansehen lässt, liegt im Material des Programms. Während die ersten Schallplatten des AFRS noch aus Schellack waren, einem populären, aber brüchigen Material der Zeit, wurden die kleineren V-Discs zunehmend aus einem neuen Kunststoff gepresst. Sie standen damit in der Tradition der Versuche mit Kunststoffonträgern vor der Einführung der Vinyl-LP 1948.<sup>17</sup> Als Tonträger in hoher Nutzungsauslastung waren sie haltbar – sie sollten bis zu 200-mal ohne hörbaren Verschleiß abgespielt werden können<sup>18</sup> –, konnten verschifft und vor Ort einfach transportiert werden. Dies waren Eigenschaften, die sie für ihren Einsatz in Kriegsgebieten besonders tauglich machten.

Zunächst wurden die Pakete vor allem über die Militärpost versandt. Die Radios und Lautsprecheranlagen der Lager und Schiffe sendeten die Platten, um den Alltag zu begleiten. So heißt es etwa in einer Historie des V-Disc-Programms des Riverwalk Jazz Archivs der Universität Stanford:

They were broadcast over PA systems on battleships at sea and in Quonset-hut ‚day rooms‘ where enlisted men, waiting for orders, played cards and wrote letters home. Soldiers passing the time in barracks or lining up in mess halls listened to V-Discs on camp radio stations.<sup>19</sup>

Die V-Disc-Pakete konnten bestellt und über spezielle Ausgabenposten gefördert werden. Sie durften allerdings nicht von Einzelpersonen gekauft, sondern nur im Rahmen von „welfare and recreation activities“<sup>20</sup> herausgegeben werden, wofür Bestellbögen ausgefüllt und vom diensthabenden Offizier gegengezeichnet werden mussten. Die Schallplatten blieben also technisch zu jeder Zeit Besitz der Armee, ihre Nutzung jenseits von Radioübertragungen im Alltag geschah allerdings durch die Soldaten.

Richard Sears hat in seiner Arbeit zu V-Discs Erinnerungen des Musikers Spike Jones (1911–1965) festgehalten. Darin skizziert Jones die Bandbreite der Nutzung in-

16 Vgl. Marvin 1944, 148–149, hier: 148.

17 Vgl. Morton 2004, 98.

18 Vgl. Information Bulletin 1944, 16–17, hier: 17.

19 Moos Pick 2012.

20 Information Bulletin 1944, 16–17, hier: 17.

nerhalb der US Army. Er erinnert sich, dass er überall in England und Frankreich Männer gesehen habe, die die V-Discs abgespielt hätten. Er selbst habe sie auf dem Hin- und Rückweg, auf dem Weg über den Ärmelkanal und sogar in den Schützengräben in Frankreich gehört.<sup>21</sup>

Jones geht im Folgenden sogar soweit, die V-Discs als effektivstes Instrument in der moralischen Kriegsführung zu beschreiben.<sup>22</sup> Mit dem vereinenden Element der Musik, die durch das Radio, Jukeboxen<sup>23</sup> und Phonographen von den Stützpunkten bis zu den Verwaltungsgebäuden und Mannschaftsunterkünften hörbar war, markierten die V-Discs auch ein für das Militär ungewohntes Stück demokratischer Gleichheit, wie ein Artikel aus dem *Billboard Magazine* 1944 nahelegt:

Twice a month V-disk shipments bring platters. There are small hand-winding phonographs in enlisted men's day rooms, officers' clubs and general living quarters. When a dozen or so new V-discs arrive, captains to privates take turns cranking.<sup>24</sup>

Diese egalitäre Rahmung der V-Discs in einem der wichtigsten populärkulturellen Magazine der USA ist vor allem mit Bezug auf die Rolle des US-Militärs im Zweiten Weltkrieg von Bedeutung. Sie bediente die Utopie der Vereinigten Staaten als Land von Freiheit und Chancengleichheit, die es in Europa zu verteidigen galt – und implizierte häufig auch eine Unantastbarkeit der amerikanischen Kultur in diesem physischen Krieg. So findet sich unter anderem ein Augenzeugenbericht eines *Chief Steward* eines Versorgungsschiffes vor der Küste der Normandie, der sich in einem Brief an den AFRTS an einen Angriff – möglicherweise sogar den D-Day – wie folgt erinnern haben soll:

It's not a pretty sight to see American ships blown up by a floating mine or a direct hit from one of the shore guns. [...] Can you imagine how we felt when we came into the mess room for a cup of coffee and to sit down for half an hour? The radio was on and there was a broadcast from the American Forces Network, of 'Command Performance.' [...] For a moment, the grim business of carrying out the war seemed so remote. [...] And when they called us on deck to abandon ship – the radio was still playing.<sup>25</sup>

Die zugrunde liegende Idee einer Technologie, die zunächst ein Kriegsschiff zu einem Ort der Zuflucht macht und anschließend noch im Sinken die amerikanische Kultur unbeirrt weiter deklariert, ist ein Kernelement der akustischen Identitätspolitik der US-Armee. Wie Annegret Fauser in *Sounds of War* (2013) nachvollzieht, war der

21 Vgl. Jones zitiert in Sears 1980, iiiii.

22 Vgl. ebd.

23 Lewis Erenberg bringt Jukeboxes als V-Disc-Abspielgerät der Soldaten ins Spiel, es wird allerdings nicht gänzlich deutlich, welche Arten von Jukebox er meint oder ob er Jukeboxen nur synonym für Abspielgeräte nutzt. Erenberg 1996, 144–169, hier: 151.

24 Carlton 1944, 44.

25 History of AFRTS 1993, 60.

Zweite Weltkrieg insgesamt „a defining moment in American history, when ideas about national identity were consolidated both in internal discourse and in internationally oriented propaganda“.<sup>26</sup> Jede populäre Form von Musik sollte neben Reden, Filmen und dem allgemeinen Radioprogramm dabei helfen den *American Way* „as a shining beacon of human civilization“<sup>27</sup> zu inszenieren, hinter dem die in der amerikanischen Gesellschaft vorherrschenden Konflikte in den Hintergrund traten. Für eine Weile gelang dies scheinbar auch. Die V-Discs symbolisierten von ihrer Zusammenstellung bis zu ihrer Nutzungspraxis ein Lebensgefühl, das dem Kriegsalltag im US-Militär für viele Soldaten, insbesondere der ohnehin auch durch die Jim-Crow-Gesetze in den USA diskriminierten Truppenmitglieder afroamerikanischer Herkunft, diametral gegenüberstand.<sup>28</sup> Sie trugen bereits in ihrem Namen – als Sieger-Discs – das Versprechen für eine Zukunft Amerikas, die sich allerdings in ihrer Rolle als Medienobjekt im Kontext jener „single-race utopia“<sup>29</sup> organisierte, die in dieser Zeit die Medienlandschaft in den USA prägte. Auch wenn die USA nach außen einen Truppenzusammenhalt über Musik und die ihr zugrunde liegende Rhetorik eines geeinten, freien Amerika forcierten, legten ausgerechnet diese „wartime rhetorics“<sup>30</sup> die Ungleichheiten in der amerikanischen Gesellschaft offen, die ab den 1960er Jahren zunehmend thematisiert werden sollten.

### „The radio was still playing“:

#### V-Discs und der AFRS als Teil der nationalen Strategie im Krieg

Der Einsatz der V-Discs wurde begleitet von den Radioprogrammen, die über ihre Rundfunkschallplatten ein von Westen aus über die Kriegsjahre wachsendes Gebiet erreichten. Der AFRS – beziehungsweise ab 1953 der AFRTS (Armed Forces Radio and Television Service) – distribuiert seine Formate bis heute, inzwischen unter der Dachmarke AFN (American Forces Network oder Armed Forces Network). In seiner Rolle als aktiver politischer Akteur<sup>31</sup> wurde er wiederholt untersucht und präsentiert sich auch in einer „Auto“-Biografie des ARFTS, herausgegeben vom US-Verteidigungsministerium, als dezidiert politisch gedachte Institution.

Für die Armee lag ein signifikanter finanzieller Aufwand in der Rundfunkinfrastruktur und vor allem dem V-Disc-Programm. Die Produktion der Schallplatten, so ein Artikel in einem Magazin der Navy, war mit 18 Cent pro Schallplatte fast doppelt so teuer wie die gängigen Formate der Zeit (10 Cent).<sup>32</sup> Zudem musste die Army die Abteilung des V-Disc-Programms unterhalten sowie durch die dort arbeitenden

26 Fauser 2013, 1.

27 Ebd., 1–2.

28 Vgl. Rose 2008, 4.

29 Robinson 2007, 377.

30 Spinney 1998, 46.

31 Vgl. Takacs 2018, 257–279, hier: 264–265.

32 Vgl. Information Bulletin 1944, 17.

Frauen und Männer die Produktion, Logistik und Bewerbung des Programms aufrecht erhalten, während zunächst der Zweite Weltkrieg in sein letztes Kriegsjahr überging und danach die Koordination in den Besatzungszonen anstand.

Der Nutzen der V-Discs und des begleitenden Programms des AFRS gingen jedoch über eine reine Unterhaltung und Zerstreung hinaus, wie bereits der Produktions- und Rezeptionsrahmen andeutet. Die V-Discs fügten sich vielmehr in größere Diskurse patriotischer Mediennutzung, die Eric Hobsbawm bereits für die Zeit zwischen dem Ersten und Zweiten Weltkrieg untersuchte. Insbesondere Sport und Massenmedien dienten hierbei zur Ausprägung nationaler Identitäten, die auch die Grenze von einer privaten in eine öffentliche Sphäre überschritten. Die Medien zeichneten sich dabei durch ihre Fähigkeit aus, nationale Symbole im Leben der breiten Bevölkerung zu veralltäglichen<sup>33</sup> – ein Konzept, das in den rot-weiß-blauen Victory-Discs seine symbolische und akustische Manifestation fand.

Dies spiegelt sich konkret auch im Selbstverständnis des AFRS Commanders und Sendervaters Tom Lewis in einer Rede über den AFRS 1945: „[R]adio has made the spoken word a weapon of war. [...] Words are long range artillery! Words are ‚bombs away!‘ Words are ideas and this is a war of ideas“.<sup>34</sup> Neben den Gefechten entspannt sich hier der Konflikt um den Äther, den die amerikanischen Radios unter anderem im Südpazifik gegen Japan und in Europa gegen den Großdeutschen Rundfunk austrugen, deren „swing-laced radio propaganda of Tokyo Rose and Axis Sally [zwei populäre Radiomoderatorinnen – Red“.<sup>35</sup> die Moral der US-Truppen untergraben sollte.

Die Rolle des Senders als „superhighway bringing the sound and memory of America to its sons and daughters“<sup>36</sup> wurde dabei technisch gesehen vor allem durch die zunehmend komplexe Infrastruktur für die Organisation von haltbaren Tonträgern und Rundfunkangeboten möglich. Die Musik und Sprache sind damit ein akustisch manifestierter Prototyp eines US-Amerikaners und seiner Idee einer überlegenen Kultur, der noch auf sinkenden Schiffen und über die Feindlinien agieren kann.

*Just One Of Those Things* steht dabei auch musikalisch für diese Politik. Insbesondere die junge Generation der Swing-Musiker „helped make the music of the home front a vital part of the war“.<sup>37</sup> Viele verpflichteten sich selbst für den Kriegseinsatz, spielten auch in Übersee weiter ihre Musik und trugen zu den Schallplatten des V-Disc-Programms bei. Wo auch immer jazzaffine Amerikaner seien, so zitiert Lewis Erenberg den Musikkritiker Barry Ulanov, gäbe es auch V-Discs für sie – und mit dem Swing der Bigbands erfuhr aber vor allem die alte Militärmusik einen Deutungswandel, „turning the rigidly old-fashioned army marching band into a modernized emblem of cosmopolitan American society“.<sup>38</sup> *Militärmusik* und *Musik* fielen nun

33 Vgl. Hobsbawm 1992, 142.

34 Lewis zitiert in History of AFRTS 1993, 59.

35 Erenberg 1996, 144–169, hier: 151.

36 Lewis zitiert in History of AFRTS 1993, 59.

37 Erenberg 1996, 144–169, hier: 151.

38 Erenberg 1996, 144–169, hier: 151.



zusammen und ihr Potenzial als nationale – und vor allem nationalisierende – Kulturressource in Form kleiner, haltbarer Tonträger in der Optik der US-Flagge wurde gezielt im Krieg eingesetzt.

## Die V-Discs im Nachkriegsdeutschland

Das Programm für die V-Discs endete im Jahr 1949 mit einer letzten Sendung von zehn Platten. Auf Seiten der US-Armee gab es einige juristische Verfahren gegen Soldaten und sogar eine Haftstrafe für einen Musiklabel-Mitarbeiter, der 2.500 Aufnahmen mit nach Hause genommen hatte.<sup>39</sup> Hier beginnt die letzte Etappe der V-Disc-Geschichte und ihre Bedeutung für die Bevölkerung im Deutschland der Nachkriegszeit. Denn der Rahmenvertrag des V-Disc-Programms im Kontext des *Record Ban* sah vor, dass alle Schallplatten und Master in einem gewissen Zeitrahmen nach Kriegsende zerstört werden sollten.<sup>40</sup>

Was zunächst zur Motivation und Unterhaltung der amerikanischen Soldaten gedacht war, ermöglichte allerdings im Deutschland der späten 1940er Jahre neue, subversive Nutzungen im Sinne der *Reeducation*-Bemühungen der Besatzungsmächte. Vereinigungen wie der *Hot Club Frankfurt*, in den auch viele GIs gingen, hatten Interesse an den Schallplatten und erhielten durch ihre Verbindungen zu Amerikanern, vor allem im Kontext der *German Youth Activity*, auch Zugriff darauf.<sup>41</sup> In seiner Diskussion der V-Discs argumentiert Don Cusic, dass es vor allem dieser Weltkrieg mit seinen technischen Bedingungen gewesen sei, „that made American music truly international“.<sup>42</sup>

Mit den V-Discs wurde beispielsweise das Programm des Radiosenders AFN<sup>43</sup> mitgestaltet, eine Nutzung, an die sich auch Bill Ramsay, zeitweiliger *Chief Producer* von AFN in Höchst, erinnert. Anzumerken ist allerdings, dass es sich bei diesen V-Discs vermutlich wieder um die ursprünglichen Rundfunkplatten gehandelt hat:

Das waren 20-inches. Die Platten waren wirklich riesengroß. Sie wurden zusammengestellt für die amerikanischen Militärsender auf der ganzen Welt, da war immer die neueste Musik drauf. Musik, die sonst noch nirgends zu kriegen war. Die Platten hießen V-Disc. V für Victory. [...] Der AFN war die Quelle für wahnsinnig viele junge Musiker.<sup>44</sup>

Einen für Zivilisten zugänglichen Markt für diese Schallplatten, ob kompakt aus Kunststoff oder als große Rundfunkschallplatte, gab es in Deutschland nach 1945 in der Theorie nicht, was vor allem auch das Schicksal der Glasschallplatte *Just One Of*

39 Vgl. Miller 1999.

40 Vgl. Smith 2003, 41.

41 Vgl. Schwab 2004, 71.

42 Cusic 2008, 55.

43 Vgl. Rumpf 2014, 319–327, hier: 319; Schmidt-Joos 2004, 12.

44 Ramsay zitiert in Gorbauch 2012.

*Those Things* rätselhaft erscheinen lässt. Zum einen durften nicht einfach Tonträger erworben werden, zum anderen gehörten die V-Discs in ihrer ursprünglichen Konzeption keinen Einzelpersonen, die diese hätten weiterverkaufen können.

Und dennoch hinterließ vor allem das V-Disc-Programm mit seinen über 900 Titeln eine Spur durch die Geschichte der Tonträger. Günter Grull notiert dazu, dass aufgrund der Häufigkeit von V-Discs in privaten Sammlungen in einzelnen Ländern davon auszugehen sei, dass die Platten bis Nummer 200 bis nach Nordafrika, bis Nummer 600 bis nach England und darüber hinaus bis nach Italien, Frankreich, in die Niederlande und nach Belgien – und die späteren Titel ab „VD No. 700 gelangten [...] dann zu den GIs nach Deutschland“.<sup>45</sup>

In der Nachkriegszeit führten die Wege des privaten Kaufs zunächst über den Schwarzmarkt, der sich „als quasi öffentliche Institution“<sup>46</sup> etabliert hatte. Trotz juristischer und polizeilicher Gegenmaßnahmen war er bereits in den Jahrzehnten davor „zur Normalität“<sup>47</sup> geworden und bot vor allem im urbanen Raum auch einen Rahmen für den Verkauf von Schallplatten. So wird beispielsweise in *Der Frankfurt Sound* ein möglicher Weg aus den Clubs für US-Armeeangehörige über die dort auftretenden deutschen Musiker bis zum Schwarzmarkt angedeutet, bei dem sich beispielsweise Musiker „ihre Tätigkeit in den Ami-Clubs damit vergüten“<sup>48</sup> ließen. Diese Platten gelangten dann in Frankfurt auf den Schwarzmarkt, wo „Ende der Breiten Gasse mehrere Trödler [...] die V-Discs verkauften“<sup>49</sup>, so dass sie auch privat in Umlauf kommen konnten.<sup>50</sup>

Solange die V-Discs noch produziert wurden, bildeten sie neben dem Radio den wichtigsten Informationskanal für die aktuelle amerikanische Musik nach 1945. Dass das Tonträgerformat theoretisch auf vielen Abspielgeräten funktionierte, machte die Schallplatten vielseitig einsetzbar. Während die offizielle Linie also jene der Einstellung und Rücküberführung des Programms und seiner Tonträger war, war die Nutzung im deutschen Nachkriegsalltag nicht nur kaum überwachbar, sondern fügte sich auch subversiv mit der Idee der zivilen Umerziehung.

Hier schließt sich an die Diskussion der V-Discs das komplexe Feld der „Amerikanisierungslegende vom herausfordernden, gar demokratisierenden US-Pop“ an, das durchaus das Selbstverständnis der Amerikaner gespiegelt haben mag, jedoch in seiner tatsächlichen, historischen Wirkung im Alltag kritisch zu hinterfragen sei, so Kaspar Maase.<sup>51</sup> Vor allem mit dem sich zunehmend abzeichnenden Kalten Krieg entstand in der Tradition des V-Disc-Programms eine Verzweigung und Umdeutung

45 Grull 2000, 93.

46 Oppermann 2010, 31–57, hier: 33.

47 Ebd.

48 Schwab 2004, 71.

49 Ebd.

50 V-Discs wurden dann wiederum auch gegen rare US-Platten getauscht, so dass die amerikanischen Soldaten ihrerseits V-Discs in ihren Privatbesitz bekommen konnten. Vgl. Ebd.

51 Maase 2017, 149–165, hier: 151.

jener akustischen Identitätspolitik vor Kriegsende, die in der Folge beispielsweise in bürgerlichen Aktivitäten wie der *Jazzbrücke* aus Westdeutschland in die DDR eine gänzlich eigene Dynamik annahm.<sup>52</sup> Das nationale Potenzial von Schallplatten blieb damit auch über das Ende des V-Disc-Programms hinaus in die US-amerikanischen Tonträger eingeschrieben, auch wenn aus der *Militärmusik* längst wieder *Musik* geworden war.

## Fazit

Die V-Discs und der sie begleitende Rundfunkkatalog des AFRS bildeten eine spezifische Propagandamaßnahme innerhalb der Kriegsstrategien im Zweiten Weltkrieg. Mit der Auswahl der Musik, der persönlichen Ansprache vor vielen Stücken, dem Feedback-Fragebogen für die weitere Musikauswahl und dem klaren, etwas verspielten Design in den Farben der US-amerikanischen Flagge, versprach die V-Disc eine zutiefst amerikanische, demokratische Vergnügung. Sie fungierte gleichermaßen als Zerstreuung und Erinnerung daran, wofür es sich zu kämpfen lohnte. Der sich weitende Blick von einem Artefakt wie *Just One Of Those Things* auf spezifische Produktionsumstände, Materialien und Objekte, der sich über diese exemplarische, historisierende Artefaktanalyse öffnet, gibt Aufschluss über die vielschichtige Natur der Populärkultur als Ressource nationaler Kulturpolitik.

Die V-Disc ist zunächst ein Produkt aus einer Zeit weltweiter Konflikte zwischen Nationen. Ihre Materialien waren geprägt von den Notwendigkeiten dieses Krieges, die jedoch zugleich einer neuen Tonträgerbasis, Kunststoff, Einsatzmöglichkeiten boten, die sich in der Nachkriegszeit zunehmend durchsetzen sollte. Im Kontext des AFRS und des V-Disc-Programms stellten die Schallplatten eine akustische Offensive dar, die gezielt die Feindpropaganda übertönen und über die Front hinaus die Botschaft des US-amerikanischen Lebensstils nach Europa und in den Südpazifik tragen sollte. Ihr Einsatz im Verbund mit Radios und Grammophonen schuf für die Soldaten musikalische Erinnerungsorte in Übersee, in denen vor allem die mitunter utopischen Ideale einer demokratischen, freien Zivilgesellschaft zuhause gespiegelt werden konnten.

Auch nach Kriegsende begleiteten die V-Discs den Alltag der Soldaten in der US-amerikanischen Besatzungszone. Sie liefen in den Clubs, wurden Teil von Jugendinitiativen und erreichten immer wieder auch den stillschweigend geduldeten deutschen Schwarzmarkt. Jenseits der militärisch vereinbarten Nutzung trugen die Tonträger damit zu einer subversiven Formung der Besatzungszonen durch US-amerikanische Musik bei. Die Bandbreite der Einsatzgebiete, von offensivem Programm bis zur geduldeten Konsumption, zeigt am Beispiel dieser Tonträger anschaulich die Komplexität, die Populärkultur als Ressource des Nationalen haben kann.

Die Glasschallplatte *Just One Of Those Things* kam übrigens aus Thailand nach Eisenach, wo sie heute in der Sammlung Müller liegt. Sie gehörte dem dort lebenden

<sup>52</sup> Vgl. Weissenbacher 2017, 185–201, hier: 198.

Schweizer Vorsitzenden der Benny Goodman Society, der sie wiederum von Goodman selbst geschenkt bekommen hatte, bevor er sie schließlich als Vermächtnis einem Jazzarchiv in der ehemaligen DDR vererbte. Dort lag sie gänzlich ohne Kontext des V-Disc-Programms, in dessen Logik sie eigentlich nicht mehr existieren dürfte. Die willkürliche Schicksalshaftigkeit, die häufig im Sammeln von populärer Musik und ihren Musikobjekten steckt – das lässt sich wohl abschließend bemerken – löst mit der Zeit manche nationale Verankerung.

## Literatur

- Breton, Guy: *Tout L'Humour de Clemenceau. Les Griffes Du Tigre*. Paris 1995.
- Brown, Jack: *Armed Forces Radio Service*. In: Sterling/Christopher H. (Hg.): *Encyclopedia of Radio*. 3-Volume Set. New York 2004, S. 151–156.
- Burgess, Richard James: *The History of Music Production*. Oxford 2014.
- Cusic, Don: *Discovering Country Music*. Westport 2008.
- DeLong, Thomas: *The Mighty Music Box. The Golden Age of Musical Radio*. Los Angeles 1980.
- Eggert, Manfred K. H.: *Artefakte*. In: Samida, Stefanie/Eggert, Manfred K. H./Hahn, Hans Peter (Hg.): *Handbuch Materielle Kultur: Bedeutungen – Konzepte – Disziplinen*. Stuttgart 2014, S. 169–173.
- Erenberg, Lewis A.: *Swing Goes To War. Glenn Miller and the Popular Music of World War II*. In: Erenberg/Lewis A., Hirsch/Susan E. (Hg.): *The War in American Culture: Society and Consciousness during World War II*. Chicago 1996, S. 144–169. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226215105.001.0001>
- Fausser, Annegret: *World War II: Music as Propaganda*. In: Mahler Kraaz, Sarah (Hg.): *Music and War in the United States*. New York 2019, S. 142–162. <https://doi.org/10.4324/9781315194981-9>
- Gorbauch, Tim: „Alles, was Hitler hasste“ ( 28.08.2012). URL: <https://www.fr.de/rhein-main/ella-fitzgerald-per32915/alles-hitler-hasste-11316011.html> [20.10.2020].
- Grull, Günter: *Radio und Musik von und für Soldaten. Kriegs- und Nachkriegsjahre: 1939–1960*. Köln 2000.
- History of AFRTS: *History of AFRTS: The First 50 Years*. Washington 1993.
- Hobsbawm, Eric J.: *Nations and Nationalism since 1780. Programme, Myth, Reality*. Cambridge 1992. <https://doi.org/10.1017/CCOL0521439612>
- Horn, David: *V-Discs*. In: Shepherd, John u. a. (Hg.): *Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World. Volume I: Media, Industry and Society*. London 2003, S. 766.
- Lueger, Manfred/Froschauer, Ulrike: *Artefaktanalyse. Grundlagen und Verfahren*. Wiesbaden 2018. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-18907-5>
- Maase, Kaspar: *Am Ende einer Legende? Die Nachkriegsdeutschen und die ‚amerikanische Musik‘: Eingängig und vertraut oder herausfordernd und rebellisch?* In: Fischer, Michael/Jost, Christofer (Hg.): *Amerika-Euphorie – Amerika-Hysterie. Populäre Musik made in USA in der Wahrnehmung der Deutschen 1914–2014*. Münster 2017, S. 149–165.
- Miller, Chuck (Februar 1999): *V-Disc Records (1943–1949)*. URL: <http://www.chuckthewriter.com/vdisc.html> [20.10.2020].

- Moos Pick, Margaret: Riverwalk Jazz Script (2012). URL: <http://riverwalkjazz.stanford.edu/program/swinging-v-disc-jazz-wwii> [ 02.03.2021].
- Morat, David: Sound Studies – Sound Histories. Zur Frage nach dem Klang in der Geschichtswissenschaft und der Geschichte in der Klangwissenschaft. In: Auditive Perspektiven, 2010/4, S. 1–8.
- Morton, David L.: Sound Recording – The Life Story of a Technology. Baltimore 2004.
- Oppermann, Karolin: „Die Straße des Verderbens“. Schwarzmarkt und Göttinger Nachkriegs-kriminalität. In: Büttner/Maren, Horn/Sabine (Hg.): Alltagsleben nach 1945. Die Nachkriegszeit am Beispiel der Stadt Göttingen. Göttingen 2010, S. 31–57.
- Robinson, Cedric J.: Forgeries of Memory & Meaning: Blacks & the Regimes of Race in American Theater & Film Before World War II. Chapel Hill 2007.
- Rose, Kenneth D.: Myth and the Greatest Generation. A Social History of Americans in World War II. New York 2008.
- Rumpf, Wolfgang: Music in the Air. AFN: neue Musik, neue Radiokultur, neues Lebensgefühl. In: Paul, Gerhard/Schock, Ralph (Hg.): Sound des Jahrhunderts – Geräusche, Töne, Stimmen. 1889 bis heute. Bonn 2014, S. 319–327. <https://doi.org/10.5771/9783835326880-319>
- Schmidt-Joos, Siegfried: My Back Pages. Idole und Freaks, Tod und Legende in der Popmusik. Berlin 2004.
- Schwab, Jürgen: Der Frankfurt Sound. Eine Stadt und ihre Jazzgeschichte(n). Frankfurt am Main 2004.
- Sears, Richard S.: V-Discs – A History and Discography. Westport 1980.
- Smith, Kathleen E. R.: God Bless America. Tin Pan Alley Goes To War. Lexington 2003.
- Spinney, Robert G.: World War II in Nashville. Transformations of the Homefront. Knoxville 1998.
- Takacs, Stacy: Radio, Television, and the Military. In: Bodroghkozy, Aniko (Hg.): A Companion to the History of American Broadcasting. Oxford 2018, S. 257–279. <https://doi.org/10.1002/9781118646151.ch12>
- Vollmar, Axel/Gerloff, Felix/Schwesinger, Sebastian: Medienwissenschaft. In: Morat, Daniel/Ziemer, Hansjakob (Hg.): Handbuch Sound: Geschichte – Begriffe – Ansätze. Stuttgart 2018, S. 126–134. [https://doi.org/10.1007/978-3-476-05421-0\\_23](https://doi.org/10.1007/978-3-476-05421-0_23)
- Weinstein, Deena: Rock’n’Roll America. A Social and Cultural History. Toronto 2015.
- Weissenbacher, Katharina: Der Jazz unter Kontrolle des Regimes. Einblicke in die Entwicklung des Jazz in der DDR nach dem Mauerbau. In: Fischer, Michael/Jost, Christofer (Hg.): Amerika-Euphorie – Amerika-Hysterie. Populäre Musik *made in USA* in der Wahrnehmung der Deutschen 1914–2014. Münster 2017, S. 185–201.

## Quellen

- Carlton, Joseph R.: AAF Music Diet On The Italian Front. In: Billboard Magazine. Music Year Book 1944, S. 44.
- Goodman, Benny (Quintet). Just One Of Those Things/Rachel’s Dream. 12”, 78 RPM Vinyl-Schallplatte. V-Disc No. 446A. USA 1945.
- Information Bulletin: V-Discs for the Navy. In: Bureau of Naval Personnel Information Bulletin, Nr. 327, Februar 1944, S. 16–17.
- Marvin, Wanda: V-Discs Help Hasten V-Day. In: Billboard Yearbook 1944, S. 148–149.





# Autorinnen und Autoren

## AGNIESZKA BALCERZAK

ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Empirische Kulturwissenschaft und Europäische Ethnologie an der Ludwig-Maximilians-Universität München. 2018 wurde sie mit der 2020 erschienenen Studie *Zwischen Kreuz und Regenbogen. Eine Ethnografie der polnischen Protestkultur nach 1989* promoviert. Zu ihren Forschungsschwerpunkten zählen Soziale Bewegungen, postkommunistische Transformation, Alltagskultur, Erinnerungskultur und Gender Studies.

## ANDRÉ DOEHRING

ist Professor für Jazz- und Populärmusikforschung und Direktor des Instituts für Jazzforschung an der Kunstuniversität in Graz/Österreich. Er ist Vorsitzender der Gesellschaft für Populärmusikforschung, Präsident der Internationalen Gesellschaft für Jazzforschung/International Society for Jazz Research und Mitherausgeber der Zeitschrift *Jazzforschung/Jazz Research*.

## MARIO DUNKEL

ist Juniorprofessor für Musikpädagogik mit Schwerpunkt transkulturelle Musikvermittlung am Institut für Musik der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg. Er ist Mitherausgeber des Sammelbandes *Popular Music and Public Diplomacy* (2018) und *principal investigator* des von der VolkswagenStiftung geförderten Projekts *Popular Music and the Rise of Populism in Europe*.

## MORITZ EGE

ist Professor für Populäre Kulturen/Empirische Kulturwissenschaft mit dem Fokus Alltagskulturen am Institut für Sozialanthropologie und Empirische Kulturwissenschaft an der Universität Zürich. Seine Arbeitsschwerpunkte sind anti-elitäre Motive in Popkultur und Politik, ‚urbane Ethiken‘ zwischen politischen und sozialen Protestbewegungen in Russland und den USA, Geschichte und Programmatik von Cultural Studies und Empirischer Kulturwissenschaft, kulturelle Figuren und Figurierungen, Popkultur und Staat, Diskotheken und Kulturpolitik in der DDR.

## KAI GINKEL

ist Postdoc an der Kunstuniversität Graz/Österreich im internationalen Forschungsprojekt *Popular Music and the Rise of Populism in Europe* (Volkswagen-Stiftung, 2019–2022). An der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt wurde er mit der Studie *Noise – Klang zwischen Musik und Lärm. Zu einer Praxeologie des Auditiven* promoviert (transcript 2017). Seine Forschungsschwerpunkte sind Qualitative Methoden, Sound, populäre Musik und Praxistheorien.

## IRENE GÖTZ

ist Professorin am Institut für Europäische Ethnologie und Empirische Kulturwissenschaft und seit 2019 Dekanin der Fakultät für Kulturwissenschaften an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Sie ist Herausgeberin der Reihe *Ethnographische Perspektiven auf das östliche Europa* und leitet unter anderem das Teilprojekt *Russische Heiratsmigration nach Deutschland* im SFB „Vigilanzkulturen“. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Nationalismus, Identitätspolitik, die Aging Studies, Biografieforschung sowie Arbeits- und Prekarisierungsforschung.

## MATTHIAS HARBECK

ist seit 2009 Fachreferent für Ethnologie an der Universitätsbibliothek der Humboldt-Universität zu Berlin und leitet dort den Fachinformationsdienst Sozial- und Kulturanthropologie ([www.evifa.de](http://www.evifa.de)). Daneben promoviert er an der Arbeitsstelle für Historische Stereotypenforschung in Oldenburg zum *Deutschenbild im amerikanischen Mainstream-Comic seit 1945*. Als Mitglied der Gesellschaft für Comicforschung organisiert er seit 2012 das Berliner Comic-Kolloquium.

## JELENA JAZO

ist Lehrerin für die Fächer Deutsch und Kunst an einem Frankfurter Gymnasium. Ihre Dissertation erschien 2017 unter dem Titel *Postnazismus und Populärkultur. Das Nachleben faschistoider Ästhetik in Bildern der Gegenwart*. Zu ihren Forschungs- und Lehrschwerpunkten zählen Bild- und Medienwissenschaften sowie Pop- und Internetkultur.

## LISA KIENZL

promovierte in Europäischer Ethnologie und Religionswissenschaft und ist derzeit Postdoc am Institut für Religionswissenschaft und Religionspädagogik an der Universität Bremen. Als Mitglied im Lab *Medien und Religion* am Zentrum für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung (ZeMKI) und Mitglied der interdisziplinären Forschungsplattform *Worlds of Contradiction* (WoC) konzentrieren sich ihre Forschungsschwerpunkte auf (De-)Konstruktionen und Transformationen religiöser Elemente in populären Medien, Fankulturen, Gender und Religion sowie Diskurse des Nationalen in digitalen Spielen und Esport.

MONIKA LEHNER

arbeitet als freie Wissenschaftlerin zur europäischen Wahrnehmung Chinas und als Lehrbeauftragte. 1996 wurde sie am Institut für Geschichte an der Universität Wien promoviert. Ihre Forschungsschwerpunkte sind China-Bilder im Wandel der Zeit, Europa und China bis 1700, Visuelle Erzählungen als Quelle (Karikatur & Satire, Comics & Graphic Novels) sowie China-Diskurse in populären Medien und Literaturen.

LAURA NIEBLING

ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Medienwissenschaft an der Universität Regensburg. 2017 wurde sie mit der Arbeit *Rockumentary – Theorie, Geschichte und Industrie* an der Universität Bayreuth promoviert. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Mediengeschichte und -theorie, vor allem der digitalen Medizin und der populären Kulturen (Musik, Netzmedien, etc.) sowie Methoden der deutschen Medienwissenschaft. 2021 erschien ihre Objektgeschichte der deutschen Tonträger in *Audiowelten – Technologie und Medien in der populären Musik nach 1945–22 Objektstudien* (mit Burkhard/van Keeken/Jost/Pfleiderer).

NIKLAS VON REISCHACH

ist wissenschaftlicher Mitarbeiter im Bereich Neue Medien am Institut für Kunstpädagogik der Goethe-Universität Frankfurt am Main. Er promoviert zu visuellen Formen der Sabotage einer Alternativen Rechten.

TIMO SAALMANN

ist wissenschaftlicher Mitarbeiter in der KZ-Gedenkstätte Flossenbürg, wo er auch die Neukonzeption der Dauerausstellung verantwortet. 2014 wurde er mit einer Arbeit zur *Kunstpolitik der Berliner Museen 1919–1959* an der Universität Jena promoviert. Er ist Kurator verschiedener Ausstellungen in Bayern und beschäftigt sich vor allem mit der Geschichte und Nachgeschichte des Nationalsozialismus und der deutsch-jüdischen Geschichte.

STEFANIE SAMIDA

ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Historischen Seminar der Universität Heidelberg und Privatdozentin für Populäre Kulturen am Institut für Sozialanthropologie und Empirische Kulturwissenschaft an der Universität Zürich. Zu ihren Forschungsschwerpunkten zählen unter anderem Materielle Kultur, Populäre Kulturen, Public History und Heritage Studies.

## FELIX SCHILK

ist Doktorand am Institut für Soziologie der Technischen Universität Dresden und arbeitet aktuell am Projekt *Die Erzählgemeinschaft der Neuen Rechten. Eine Soziologie konservativer Krisennarrative*. Zu seinen Forschungsschwerpunkten gehören Wissenssoziologie, Politische Soziologie und Architektursoziologie mit einem Fokus auf Rechtspopulismus, Antisemitismus und Verschwörungsideologien.

## MELANIE SCHILLER

ist Assistant Prof. für Medienwissenschaften und populäre Musik an der Universität Groningen/Niederlande, Autorin von *Soundtracking Germany. Popular Music and National Identity* (2020) sowie Vorstandsmitglied und ‚national representative‘ der IASPM Benelux branch. Aktuell forscht sie zum Thema „Popular Music and the Rise of Populism in Europe“ mit Schwerpunkt Schweden im gleichnamigen internationalen Forschungsprojekt (VolkswagenStiftung, 2019–2021).

## ANNA SCHWENCK

ist Kulturosoziologin und Habilitandin im Projekt *Afrikanische Musiken und Politik* des Sonderforschungsbereichs *Transformationen des Populären* an der Universität Siegen. Bis 2018 promovierte sie an der Humboldt Universität Berlin zum Zusammenhang von Autoritarismus und Neoliberalismus (*Flexible Authoritarianism*) am Beispiel von staatlich organisierten *Young-leadership*-Sommercamps in Russland. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Populärkultur und -musik, Autoritarismus und Neoliberalismus, Soziale Bewegungen, Russische Gesellschaft und Politik, sowie Methoden der qualitativen Sozialforschung.

## MIRIAM SÉNÉCHEAU

ist Akademische Rätin am Institut für Politik- und Geschichtswissenschaft der Pädagogischen Hochschule Freiburg, Abteilung Geschichte. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen in den Überschneidungsbereichen zwischen Ur- und Frühgeschichte, Geschichtsdidaktik, Public History, Geschichtskultur und Erinnerungskultur.

## CHENYANG SONG

ist Doktorand am Institut für Europäische Ethnologie an der Humboldt-Universität zu Berlin. Seit 2020 ist er Promotionsstipendiat der Studienstiftung des Deutschen Volkes mit dem Projekt *Political Participation and Popular Cultural Practice in China's Social Media: A Digital Ethnography of the New Generation of National Conservative Chinese Internet Users*. Seine Forschungsinteressen sind Online-Populärkultur (Fandom-Kultur), Online-Nationalismus in China, Gender, mediale/digitale anthropologische Methodologie und computergestützte ethnografische Datenanalyse.

## MARKETA SPIRITOVA

ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Volkskunde der Kommission für bayerische Landesgeschichte bei der Bayerischen Akademie der Wissenschaften und Privatdozentin am Institut für Empirische Kulturwissenschaft und Europäische Ethnologie an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Erinnerungskultur, Nationalismus, Populäre Kultur, Biografieforschung, die Performance Studies, Protestforschung, die Transformation ländlicher (Grenz-)Räume und die Regionen des östlichen Europa.

## JOS STÜBNER

ist Historiker und Publizist mit Schwerpunkt Ostmitteleuropa. 2017 wurde er mit der Studie *Kleinstadt, Klasse und Nation. Stadtkonzepte in Böhmen vor und nach dem Ersten Weltkrieg am Beispiel von Rokycany und Cheb/Eger* promoviert. Seine Forschungsschwerpunkte sind Public History in Polen und Tschechien, die (extremen) Rechten in Polen, die tschechisch-deutsche Geschichte, Nationalismus und Stadtgeschichte.

## MANUEL TRUMMER

ist Akademischer Oberrat und Privatdozent für Vergleichende Kulturwissenschaft am Institut für Medien, Sprache und Kultur (I:IMSK) der Universität Regensburg. Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der medialen und digitalen Erzählforschung, der Kulturanalyse des Raums mit Schwerpunkt auf medialen Repräsentationen des Ländlichen und Politiken des Immateriellen Kulturerbes sowie der Finanzanthropologie. Als Ko-Sprecher der KPUV (2014–2018) ist er Mit Herausgeber der Kommissionsbände *Action! Artefakt, Ereignis, Erlebnis* (2017) und *Erschaffen – Erleben – Erinnern* (2016).

## JENS WIETSHORKE

ist Akademischer Rat am Institut für Empirische Kulturwissenschaft und Europäische Ethnologie der Ludwig-Maximilians-Universität München und Privatdozent am Institut für Ethnologie an der Universität Wien. Seit 2016 ist er Heisenberg-Stipendiat der Deutschen Forschungsgemeinschaft. Seine Forschungsinteressen sind Stadtforschung und Stadtanthropologie, Geschichte und Kulturanalyse sozialer Ungleichheit, Autoethnobiografie, Raum- und Architekturforschung, (Historische) Populärkulturforschung sowie Wissens- und Wissenschaftsgeschichte.





# POPULÄRE KULTUR UND MUSIK



**WAXMANN**

www.waxmann.com  
info@waxmann.com

„Populäre Kultur und Musik“ ist eine interdisziplinäre wissenschaftliche Schriftenreihe, die sich an Musik- und Kulturinteressierte sowie an Studierende, Forschende und Lehrende aus den Kultur-, Musik-, Medien-, Literatur-, Geschichts- und Geisteswissenschaften richtet. Sie überbrückt die Grenzen der Fächer und thematisiert die Historizität aktueller Phänomene der Populärkultur wie der Modernität populärer Musikulturen früherer Epochen.

## Band 37



Irene Brandenburg,  
Nils Grosch (Hrsg.)

**Die ›andere‹ Stimme**  
Hohe Männerstimmen  
zwischen Gluck und Rock  
**The ›Other‹ Voice**  
High Male Voices  
between Gluck and Rock

2022, 148 Seiten, br., 29,90 €,  
ISBN 978-3-8309-4147-7

## Band 36



Johannes Müske,  
Michael Fischer (Hrsg.)

**Schlager erforschen**  
Kulturwissenschaftliche  
Perspektiven auf ein  
populäres Phänomen

2023, 240 Seiten, br., 34,90 €,  
ISBN 978-3-8309-4681-6

## Band 35



Reinhard Kopanski

**Bezugnahmen  
auf den National-  
sozialismus in der  
populären Musik**

Lesarten zu Laibach,  
Death In June, Feindflug,  
Rammstein und Marduk

2022, 528 Seiten, br., 49,90 €,  
ISBN 978-3-8309-4252-8

Knut Holtsträter,  
Julius Greve (Hrsg.)

## **Lied und populäre Kultur**

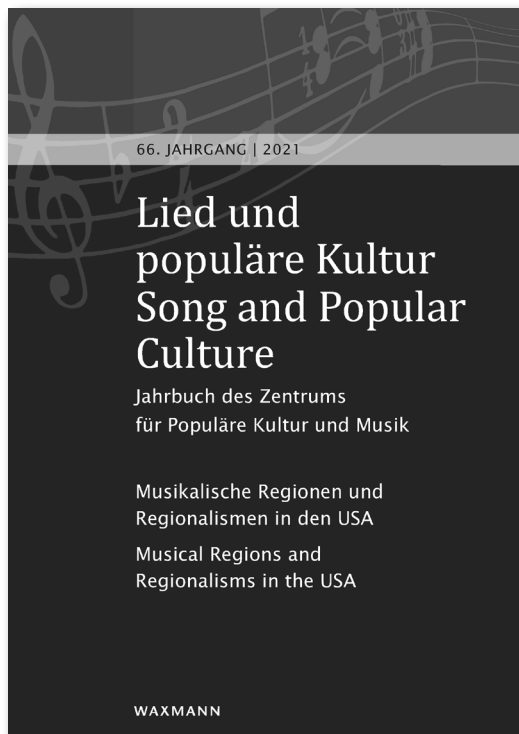
Musikalische Regionen und  
Regionalismen in den USA

## **Song und Popular Culture**

Musical Regions and  
Regionalisms in the USA

Lied und populäre Kultur /  
Song and Popular Culture, Band 66,  
2021, 218 Seiten, br., 35,99 €,  
ISBN 978-3-8309-4531-4

E-Book: 31,99 €,  
ISBN 978-3-8309-9531-9



### **Mit Beiträgen von**

Anne Barjolin-Smith, Manuel Bocquier,  
Carsten Burfeind, Michael Fischer,  
Knut Holtsträter, Kathi King,  
Beth E. Levy, Dianne Violeta Mausfeld,  
Frank Mehring, Lara Rößig,  
Tobias Widmaier, Hans Jürgen Wulff

Das Jahrbuch „Lied und populäre Kultur“ 66/2021 widmet sich musikalischen Regionen und Regionalismen in den USA.

Wenn eine der Rahmungen des amerikanischen Traums das Bestreben ist, zwischen den Küsten sowohl die Diversität der regionalen Kulturen als auch den nationalen Zusammenhalt zu bewahren, so schlägt sich dies ebenso in der Vielfalt der Musikkulturen der städtischen und ländlichen Regionen der USA nieder. Daraus entsteht ein Spannungsverhältnis von Region und Nation, von Nationalismus und Regionalismus, das das Motto *E pluribus unum*, auch als musikalische Konstruktion der USA, herausfordert.

**WAXMANN**

[www.waxmann.com](http://www.waxmann.com)  
[info@waxmann.com](mailto:info@waxmann.com)